



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Diseño de estrategias innovadoras que generen valor para el Centro Educativo Víctor Cartagena de la ciudad de Cayambe, periodo 2013 - 2014

TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA.

AUTOR: Logroño Santillán, Marco Antonio

DIRECTOR: Yépez Villamil, José Fernando, Ing.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2014

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

Ingeniero.

José Fernando Yépez Villamil.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de maestría, denominado: "Diseño de estrategias innovadoras que generen valor para el Centro Educativo Víctor Cartagena de la ciudad de Cayambe, periodo 2013 - 2014" realizado por Logroño Santillán Marco Antonio; ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, julio de 2014

f).

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Logroño Santillán Marco Antonio, declaro ser autor del presente trabajo de fin de maestría: "Diseño de estrategias innovadoras que generen valor para el Centro Educativo Víctor Cartagena de la ciudad de Cayambe, periodo 2013 - 2014", de la Titulación Magíster en Gestión Empresarial, siendo José Fernando Yépez Villamil director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

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 (operativo) de la Universidad"

f.

Autor: Logroño Santillán Marco Antonio

Cédula: 1710857911

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado lo dedico a mis hijos: Anthony y Jhoselyn, espero que cuando terminen sus estudios de colegio y de la universidad sea la fuente de inspiración para superarse y lograr todo lo que se proponen.

A mi esposa Jime, mi gran compañera por ser mi fuente de inspiración.

A mis padres y hermanos por su gran respaldo.

A todos mis familiares, en especial a Marquito Gabriel que desde el cielo nos ilumina a todos para ir por el camino correcto.

Marco Antonio

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiar mi camino y darme su bendición.

Al Ing. Roberto Gómez y Lic. Susana Albán, propietarios del Centro Educativo Víctor Cartagena, por ser como son, personas de bien que sobre todo valoran la educación y la satisfacción de los niños y niñas al punto de quererlos como hijos.

Al personal docente, administrativo y de servicios de CEVICA por su apertura para recopilar la información y sobre todo para participar en las propuestas del presente trabajo.

A la Universidad Politécnica Salesiana, que auspició la presente maestría.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, a sus docentes en especial al Ing. Fernando Yépez Villamil por su colaboración, orientación y más que todo su amistad que ha permitido la culminación de este trabajo.

Marco Antonio



ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I: GENERALIDADES.....	5
1.1 Planteamiento del Problema	6
1.2 Objetivos.....	7
1.3 Innovación empresarial.....	7
1.4 Herramientas Tecnológicas para el aprendizaje	12
1.5 Herramientas para mejorar las relaciones con el cliente	24
1.6 Perspectivas de la educación del siglo XXI.....	30
1.7 Antecedentes del Centro Educativo Víctor Cartagena	31
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	34
2.1 Diagnóstico Externo.....	35
2.1.1 Macroambiente.....	35
2.1.2 Microambiente.....	52
2.2 Diagnóstico Interno	58
2.2.1 Capacidad Administrativa	58
2.2.2 Capacidad del Talento Humano	60
2.2.3 Capacidad Económica Financiera	61
2.2.4 Capacidad Competitiva (académica).....	62
2.2.5 Capacidad Tecnológica	63

CAPÍTULO III: PROPUESTA DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS	64
3.1 Sistematización del diagnóstico	65
3.2 Direccionamiento Estratégico	75
3.3 Desarrollo de estrategias	77
3.3.1 Utilizar herramientas virtuales para fortalecer los procesos de aprendizaje y mejorar la imagen institucional.....	77
3.3.2 Desarrollar herramientas informáticas para manejar adecuadamente la información y estar preparados para evaluaciones institucionales	89
3.3.3 Elaborar programas de capacitación docente en el uso de herramientas informáticas	92
3.3.4 Diseñar formas de comunicación y promoción sobre todo con los clientes externos.....	93
CAPÍTULO IV: OPERATIVIDAD DE LA PROPUESTA	95
4.1 Planes de acción	96
4.2 Presupuesto de la propuesta	100
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Tipos de Innovación	9
Tabla 2.- Actividades por Defecto Moodle	19
Tabla 3.- Proyección de Población Ecuatoriana	36
Tabla 4.- Producto Interno bruto por Industria	38
Tabla 5.- Contribución Anual a la Inflación	40
Tabla 6.- Índice de precio al Consumidor	41
Tabla 7.- Población del Cantón Cayambe por edad	42
Tabla 8.- Indicadores Socio - Demográficos.....	43
Tabla 9.- Distribución del Gasto	44
Tabla 10.- Horas semanales de Clase	50
Tabla 11.- Perfil Competitivo	57
Tabla 12.- Cargos CEVICA	60
Tabla 13.- Análisis Situacional interno	65
Tabla 14.- Matriz de impacto interna	66
Tabla 15.- Análisis Situacional externo	67
Tabla 16.- Matriz de Impacto externo.....	68
Tabla 17.- Matriz de Vulnerabilidad.....	69
Tabla 18.- Matriz de Aprovechabilidad	70
Tabla 19.- Matriz de Evaluación de Factores Internos.....	71
Tabla 20.- Matriz de Evaluación de Factores Externos	72
Tabla 21.- Matriz Interna / Externa (IE)	73
Tabla 22.- Matriz de estrategias	74
Tabla 23.- Prueba de base estructurada	87
Tabla 24.- Plan de acción 1.....	96
Tabla 25.- Plan de acción 2.....	97
Tabla 26.- Plan de acción 3.....	98
Tabla 27.- Plan de acción 4.....	99
Tabla 28.- Presupuesto.....	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- Aprendizaje en y para el siglo 21	31
Gráfico 2.- Tasa de crecimiento de la población total	37
Gráfico 3.- Inflación	40
Gráfico 4.- Equipamiento Tecnológico en el Hogar	45
Gráfico 5.- Hogares con acceso a Internet	45
Gráfico 6.- Personas que utilizan internet.....	46
Gráfico 7.- Uso de computador por edad	46
Gráfico 8.- Utilización de internet en los últimos 12 meses.....	47
Gráfico 9.- Razones de uso de Internet.....	48
Gráfico 10.- Frecuencia de uso de internet	49
Gráfico 11.- Capacidad del Docente	52
Gráfico 12.- Aprendizaje del Niño.....	53
Gráfico 13.- Comportamiento	53
Gráfico 14.- Afinidad hacia la asignatura.....	54
Gráfico 15.- Afinidad hacia la asignatura (2)	54
Gráfico 16.- Expectativas del Cliente	55
Gráfico 17.- Comparación con la competencia.....	56
Gráfico 18.- Imagen de aula virtual de prueba	79
Gráfico 19.- Imagen de ejemplos de preguntas.....	81
Gráfico 20.- Imagen de base de preguntas	82
Gráfico 21.- Imagen de fecha y hora de prueba	82
Gráfico 22.- Imagen de ingreso o registro	83
Gráfico 23.- Imagen selección de cuestionario.....	83
Gráfico 24.- Imagen para inicio de cuestionario	84
Gráfico 25.- Imagen de navegación por el cuestionario.....	85
Gráfico 26.- Imagen de resultado de cuestionario.....	86
Gráfico 27.- Rangos de Calificación de los Estudiantes	88

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar estrategias innovadoras que generen valor para el Centro Educativo Víctor Cartagena de la ciudad de Cayambe; entendiéndose a la innovación cuando una idea, invento o emprendimiento se implementa y es capaz de generar beneficios.

En el primer capítulo se aborda principalmente los conceptos de innovación empresarial, rescatando el hecho de que existen dos tipos de innovación: la incremental y la radical; sin embargo, en función del contexto, lo que para una realidad puede significar una innovación incremental en otro escenario esa misma innovación es una innovación radical.

En el capítulo dos se desarrolla el diagnóstico situacional abarcando tantos los elementos internos como externos que influyen sobre CEVICA y a partir de éste se realiza su sistematización y la generación de la propuesta en el capítulo tres, especialmente al describir las estrategias encaminadas en alcanzar los objetivos del estudio.

En el capítulo cuarto se establece la operatividad de la propuesta a través de los planes de acción con su correspondiente presupuesto para que no quede en simples ideas y se logre efectivamente su implementación.

PALABRAS CLAVE: Innovación empresarial, diagnóstico situacional, estrategias, operatividad, planes de acción

ABSTRACT

This paper seeks to design innovated strategies that generate value to the Victor Cartagena Educational Center located in the city of Cayambe, understanding innovation when an idea, invention, or entrepreneurship is implemented and is able to generate profits.

The first chapter mainly deals with the concepts of business innovation, capturing the fact that there are two types of innovation: incremental and radical; however, depending on the context, which for a reality may mean an incremental innovation, that same innovation could be a radical innovation in another scenery.

In chapter two the situational diagnosis is developed covering many internal and external elements that influence CEVICA and from this its systematization and the beginning of chapter's three'sproposal, especially when describing strategies to achieve this study's objectives.

In chapter four the proposal's operability is established through the action plans with its correspondent budget in order not to stay just in simple ideas and its implementation gets effectively done.

KEYWORDS: business innovation, situational analysis, strategy, operation, action plans

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consiste básicamente en aplicar los avances de las tecnologías de la información y comunicación que se han producido en estos últimos años, principalmente en el área educativa, caracterizada por un enfoque constructivista y el aprendizaje colaborativo, en donde el eje sobre el cual radica todo el sistema es el estudiante, el maestro en cambio es el facilitador del aprendizaje y para ello buscará todos los medios para lograr los resultados de aprendizaje; cambiando de esta manera, las viejas estructuras donde predominaba la enseñanza y de ahí el rol del profesor como figura central.

Específicamente en el primer capítulo se realiza una revisión general de la innovación empresarial, así como una pequeña descripción de las herramientas tecnológicas que se utilizan con fines educativos; posteriormente se analiza algunas técnicas para mejorar las relaciones con los clientes que son al final los que establecen el valor del producto o servicio que una organización puede generar. En este mismo capítulo se aborda algunas ideas sobre la educación del nuevo milenio y se concluye con los antecedentes del Centro Educativo Víctor Cartagena.

Para el segundo capítulo, se procede a realizar el diagnóstico situacional, que permite encontrar las fortalezas y debilidades fruto de analizar el diagnóstico interno, y las oportunidades y amenazas a partir del diagnóstico externo.

En el tercer capítulo, se sistematiza el diagnóstico utilizando las matrices de impacto interna y externa, para luego elaborar las matrices de vulnerabilidad y aprovechabilidad y proceder a obtener la matriz de estrategias, que son la materia prima para la propuesta. Una vez obtenidas las estrategias se describen con mayor precisión en qué consisten.

En el capítulo cuarto, se establece cómo se va a operativizar las estrategias, para lo cual se desarrollan los planes de acción u operativos de cada una de las estrategias, estableciendo actividades, responsables, presupuesto, medios de verificación, recursos, tiempos. Al final se elabora un cuadro resumen para determinar el presupuesto que se requiere para implementar toda la propuesta.

Finalmente se establecen las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo, esperando que el mismo a más de ser aplicado en el Centro Educativo Víctor Cartagena, sea una fuente de inspiración para que otros centros educativos realicen trabajos similares.

Sin lugar a dudas, este trabajo tiene gran trascendencia para la institución porque, por un lado beneficia a los estudiantes y por otra apoya a la gestión académica, pero sobre todo permitiría estar a la vanguardia en el sector educativo dentro del cantón Cayambe.

La aplicación de las estrategias planteadas dan solución a los problemas detectados en la institución, sobre todo porque son fruto de la participación de los interesados y si bien requieren de recursos monetarios para su implementación más está en la actitud de las personas y del cuerpo directivo que sin lugar a dudas tiene toda su predisposición.

A la vez se puede concluir que se logró el objetivo planteado, ya que se llegó a diseñar las estrategias, y sin llegar a su implementación ya están dando que hablar, es decir, están generando valor para el Centro Educativo Víctor Cartagena por su carácter de innovadoras dentro del entorno en el que se desenvuelve CEVICA.

La metodología utilizada se basó en observaciones in situ, revisión documental y bibliográfica, focus group, entrevistas y encuestas, que permitió obtener un enfoque global de la situación para desencadenar los resultados hasta llegar a las soluciones particulares.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES

En este capítulo se describe brevemente el planteamiento del problema de la investigación y los respectivos objetivos, también se abordan los temas relacionados a la innovación empresarial y las herramientas tecnológicas que se utilizan en el proceso de aprendizaje para establecer relaciones redituables con los clientes; así como también, se analiza las perspectivas de la educación de cara al nuevo milenio y se hace referencia a los orígenes y visiones del Centro Educativo Víctor Cartagena.

1.1 Planteamiento del Problema

El Centro Educativo Víctor Cartagena, CEVICA, desde sus inicios se ha caracterizado por brindar los mejores servicios a sus estudiantes, lo cual ha sido reconocido por todos los medios y fruto de aquello es su crecimiento institucional; no ha hecho falta publicitarse en los medios tradicionales para darse a conocer, sus acciones con las y los niños es su mejor carta de presentación.

Sin embargo, la educación del siglo XXI exige muchos más retos, los cambios trascendentales que se dan en un mundo competitivo desafían su capacidad de buscar la excelencia educativa, para lo cual se debe entender los cambios sociales, económicos, tecnológicos y ambientales, pero sobre todo dar respuestas concretas para construir una Unidad Educativa que sirva mejor a las y los niños en particular y a la sociedad de manera general.

En este nuevo escenario CEVICA no ha logrado compatibilizar su gran esfuerzo académico con nuevas herramientas administrativas y tecnológicas, en gran medida por la formación pedagógica de sus directivos que se han concentrado únicamente en su campo profesional; sin embargo esto ya no es suficiente se requiere desarrollar relaciones redituables con los clientes internos y externos que garanticen el crecimiento institucional.

El problema de CEVICA radica principalmente en que no ha sabido explotar las TIC's para su gestión académica y administrativa lo cual con el tiempo se convertirá en su principal debilidad. Si bien este momento CEVICA es reconocido en el medio como uno de los mejores centros de estudio de la ciudad de Cayambe, no puede dormirse en los laureles, debe inmediatamente incurrir en procesos de innovación empresarial ya sean incrementales o radicales.

En este sentido CEVICA no cuenta con herramientas metodológicas con soporte tecnológico como por ejemplo entornos virtuales de aprendizaje, lo que de por sí ya constituye una gran debilidad y si los otros establecimientos del sector se adelantan a su implementación además será una gran amenaza más compleja de enfrentar.

1.2 Objetivos

Objetivo General

Diseñar estrategias innovadoras a través de las TIC`s que generen valor para el Centro Educativo Víctor Cartagena de la ciudad de Cayambe.

Objetivos Específicos

- Identificar herramientas tecnológicas que se utilizan en el proceso de enseñanza - aprendizaje para establecer relaciones redituables con los clientes, y conocer el contexto en el cual se desenvuelve el Centro Educativo Víctor Cartagena
- Realizar un diagnóstico situacional y elaborar la matriz de estrategias para el Centro Educativo Víctor Cartagena
- Elaborar propuesta de innovación incremental y radical para el Centro Educativo Víctor Cartagena
- Elaborar los planes de acción para operativizar la propuesta de innovación

Hipótesis

Diseñar e implementar estrategias innovadoras a través de las TIC´s permitirá generar valor para los clientes internos y externos del Centro Educativo Víctor Cartagena.

1.3 Innovación empresarial

Innovación empresarial es un término del cual se habla mucho, pero pocas veces es realmente tomado en cuenta por empresas que les interese conservarse, sobresalir, mantener con calidad sus servicios y tener éxito permanente frente a la competitividad.

En primer lugar es necesario aclarar que un invento no es una innovación; por lo tanto, la innovación es un proceso cíclico en el que interviene una serie de elementos como el conocimiento, experticias, ruptura de paradigmas, creatividad, pero sobre todo acciones que logran la implementación de nuevos productos, servicios o procesos que generan valor.

La innovación es el proceso que consiste en crear e instrumentar una idea nueva, en ese sentido una organización que aprende cuenta con el empuje y las capacidades para mejorar su desempeño continuamente (Hellriegel, Jackson, & Slocum, 2002).

La Innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad notando los cambios a mediano y largo plazo.

Por lo tanto, la innovación empresarial podría definirse como la capacidad de idear algo nuevo y original, pero a la vez útil, novedoso y beneficioso para la empresa y la sociedad.

Existe una frase que ejemplifica la comprensión de la innovación a nivel empresarial: “el éxito de hoy no garantiza el éxito del mañana”, es decir la importancia de la innovación para el presente y futuro de las empresas es vital, porque el mercado es cada vez más exigente y cambiante y la gestión empresarial debe ir al mismo ritmo, para ello su modelo estructural y rígido debe dar paso a nuevas formas de gestión en donde la innovación sea el eje para adaptarse a las nuevas realidades, pero para ello no debe ser considerada como una moda sino más bien como una tendencia.

Existen dos tipos de innovación: la incremental y la radical, entendiéndose a la primera como un proceso de mejora o perfeccionamiento y la segunda como algo nuevo; sin embargo, en función del contexto, lo que para una realidad puede significar una innovación incremental en otro escenario esa misma innovación es una innovación radical. (Díaz, 2013)

La innovación radical se hace presente al momento de producir nuevos productos o servicios que contribuyan socialmente. La innovación incremental se manifiesta al momento de desarrollar procesos más eficientes, implementar nuevas formas de distribución, diseñar nuevas estrategias publicitarias, frente a las existentes anteriormente. Las empresas consiguen ventajas competitivas si logran innovar.

A continuación se presenta un pequeño detalle con las características de los dos tipos de innovaciones:

Tabla 1.- Tipos de Innovación

Innovación Radical	Innovación Incremental
<p>Nueva, única, algo que no existía anteriormente.</p> <p>Nuevos mercados.</p> <p>Los beneficios económicos suelen ser altos.</p> <p>Necesita de un tiempo de investigación o desarrollo bastante más largo que una innovación incremental.</p> <p>Se producen con productos y procesos nuevos, completamente diferentes a los que ya existen; son cambios revolucionarios.</p> <p>Crean un alto grado de incertidumbre.</p> <p>Modifican severamente la estructura de los sectores en qué surgen.</p> <p>Alteran las posiciones competitivas de las empresas establecidas y, en algunos casos, llegan a provocar la aparición de nuevas industrias</p>	<p>Agrega ciertos cambios en productos ya existentes.</p> <p>La inversión asociada y el tiempo de desarrollo empleados no son tan elevados</p> <p>Los beneficios económicos no suelen ser tan altos.</p> <p>Origina el aumento general de productividad de un negocio, pero como desventaja es que este tipo de innovación no es eterna y se debe seguir evolucionando o la empresa corre el riesgo de ser desplazados por sus competidores.</p> <p>Consisten en pequeñas modificaciones y mejoras que contribuyen, en un marco de continuidad, al aumento de la eficiencia o de la satisfacción del usuario de los productos y procesos.</p> <p>El manual de Cambios de productos o procesos que no involucran un suficiente grado de novedad.</p>

	Pueden aparecer como proceso del benchmarking
--	---

Fuente: Díaz, 2013

Elaborado por: Marco Logroño

La innovación incremental y radical, están presentes en forma independiente, pero una de ellas puede ser utilizada para continuar con el proceso de innovación y direccionar al éxito empresarial.

En definitiva se puede iniciar con la innovación radical, posteriormente continuar con la innovación incremental y así las dos complementan el proceso de adelanto y progreso empresarial.

Innovar con éxito ya sea de forma radical o incremental requiere gestionar adecuadamente el cambio, mediante:

- Introducir el cambio con liderazgo y motivación.
- Gestionar el cambio por medio de un equipo de dirección que cree la Misión, Visión y Valores, desarrolle capacidades y compromiso.
- Mantener la retroalimentación de todas las fases de la innovación.
- Comunicación y mejora permanente.

Al estar los dos tipos de innovaciones interrelacionadas, para que surjan constantemente en la empresa se debe tener presente, proponer retos, motivar, fomentar la participación y generar un ambiente que estimule la innovación de los trabajadores en la empresa.

Por otro lado, las empresas realizan su gestión en base a su planificación estratégica con miras en lograr la tan anhelada ventaja competitiva en el mercado, es aquí donde la innovación debe formar parte de esta planificación, porque la misma no se puede improvisar, no es cuestión de una ocurrencia sino de un modelo de gestión donde las estrategias y políticas de innovación estén definidas pues la competencia acecha y si nos dormimos en los laureles los demás no perdonan, como dice el benchmarking “imitar, igualar y superar”

De acuerdo a (Díaz, 2013) existen cuatro formas de establecer la innovación:

- Innovación de productos: cambios en los productos y/o servicios que una empresa oferta al mercado.

- Innovación de procesos: cambios en la manera de generar y ofertar los productos y/o servicios.
- Innovación de posición: cambios en el contexto o en el entorno como los productos y/o servicios ingresan en la mente de los clientes.
- Innovación de paradigmas: cambios en los modelos mentales de las personas que hacen la organización para romper esquemas y filosofías con los que empezó la empresa.

Sin embargo, todo empieza a nivel personal, porque si no cambiamos individualmente mal podríamos esperar de los demás, es decir hay que romper la parálisis paradigmática que nos obstruye para los procesos de innovación y a medida que estemos preparados más que todo con una predisposición y cambio de actitud no solo seremos gestores de innovaciones incrementales sino también de innovaciones radicales en cualquiera de las 4Ps. de la innovación. Posteriormente para la implementación y gerenciamiento de la innovación se debe considerar que no es ya no es una tarea individual ni aislada sino más bien requiere de equipos de trabajo interdisciplinarios y multifuncionales, incluso lo óptimo sería que fueran auto dirigidos.

Algunas formas de practicar la innovación empresarial son:

- Estimular la innovación empresarial: para innovar es necesario contar con los conocimientos necesarios para implementar nuevos productos, tecnologías o procesos.
- Erradicar el miedo al fracaso: para innovar es necesario que erradiquemos el miedo al fracaso en el personal, transmitiéndoles constantemente que son capaces y que pueden adquirir óptimos resultados.
- Lanzar constantemente nuevos productos al mercado, los cuales necesariamente tienen que ser totalmente nuevos y posteriormente de los que ya tenemos podríamos modificarle el diseño, agregarle nuevas funciones o características, cambiarles el empaque.
- Estar atento a los cambios del mercado: para innovar debemos estar siempre atentos a las nuevas necesidades, a los nuevos gustos, a las nuevas modas y a las tendencias;

de tal manera que podamos rápidamente aprovecharlos o reaccionar diseñando productos que satisfagan las nuevas necesidades de los clientes.

1.4 Herramientas Tecnológicas para el aprendizaje

La educación al igual que la sociedad ha evolucionado a un ritmo vertiginoso, tiempos atrás quedaron teorías como el conductismo en donde la “enseñanza” era el pilar de todo el proceso; es decir, el profesor era el centro de atención de todos los involucrados. Posteriormente, con los aportes sobre todo de Lev Vygotsky se empieza a hablar de un proceso de enseñanza – aprendizaje y luego Jean Piaget abre paso a la teoría del constructivismo en donde el rol fundamental es del estudiante, el cual interioriza los procesos de asimilación y acomodación o también que se le denomina el aprendizaje significativo.

En este nuevo papel de la educación aparecen las tecnologías de la información y comunicación (TIC’s) las cuales se adaptan a las necesidades del contexto que incluso ya no son solo locales sino globales. Hoy en día no es posible hablar de una educación de vanguardia sino están presentes las TIC’s.

La (UNESCO, 2013) ya lo señala: el desarrollo que han alcanzado las TICs en los últimos años demanda al sistema educacional una actualización de prácticas y contenidos que sean acordes a la nueva sociedad de la información.

Por otro lado también hay que comprender los distintos cambios tecnológicos que se han generado sobre todo cuando arrancó la World Wide Web; empezando por lo que se conoce como la web 1.0 que se caracterizaba por su entorno estático cuyas páginas no tenían mayor interacción con el usuario.

Luego aparece la web 2.0 entendida como “una serie de aplicaciones y páginas de internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red dando al usuario el control de sus datos” (Piedra, 2011). Es por ello que el principal protagonista es el usuario, más depende de su actitud que de la tecnología, porque la base es la creación y distribución de contenidos su deseo de colaborar y compartir información online. Es como una plataforma a la cual le hace falta mucho para llenarse (los usuarios son los que le van agregando contenido)

Y por último la web 3.0, conocida como web de datos o para las máquinas en el que la navegación se realiza a través de datos estructurados enlazados en vez de documentos como sucede en la actualidad.

En este trajinar tecnológico, se han desarrollado un sinnúmero de herramientas encaminadas a facilitar el proceso de aprendizaje, tanto sincrónicas (en tiempo real) como asincrónicas (no existe coincidencia temporal). Entre las principales herramientas que la educación ha aprovechado para mejorar sus procesos tenemos las siguientes:

Correo electrónico.-El correo electrónico es un modo cómodo y rápido de comunicarse con otras personas. Puede usar el correo electrónico para:

- Enviar y recibir mensajes. Puede enviar un mensaje de correo electrónico a cualquier persona que disponga de una dirección de correo electrónico. El mensaje llega a la bandeja de entrada del destinatario en segundos o minutos, tanto si la persona que envía el mensaje es vecina suya como si vive en el otro extremo del mundo. Puede recibir mensajes de cualquier persona que conozca su dirección de correo electrónico y, a continuación, leer y responder a esos mensajes.
- Enviar y recibir archivos. Además de los mensajes de correo electrónico típicos basados en texto, puede enviar prácticamente cualquier tipo de archivo en un mensaje de correo electrónico, incluidos documentos, imágenes y música. Un archivo enviado en un mensaje de correo electrónico se denomina datos adjuntos.
- Enviar mensajes a grupos de personas. Puede enviar un mensaje de correo electrónico a varias personas simultáneamente. Los destinatarios pueden responder a todo el grupo, lo cual hace posible los debates en grupo.
- Reenviar mensajes. Al recibir un mensaje de correo electrónico, puede reenviarlo a otras personas sin necesidad de volver a escribirlo.

Una ventaja del correo electrónico frente al teléfono o al correo tradicional es su comodidad: puede enviar un mensaje en cualquier momento del día o de la noche. Si los destinatarios no están delante del equipo o en línea (conectados a Internet), cuando envíe el mensaje, dicho mensaje estará disponible la próxima vez que abran el correo electrónico. Si están en línea, puede obtener una respuesta en minutos. (Microsoft, 2014)

Chat.- La actividad chat permite a los participantes tener una discusión en formato texto de manera sincrónica en tiempo real.

El chat puede ser una actividad puntual o puede repetirse a la misma hora cada día o cada semana. Las sesiones de chat se guardan y pueden hacerse públicas para que todos las vean o limitadas a los usuarios con permiso para ver los registros de sesiones del chat.

Los chats son especialmente útiles cuando un grupo no tiene posibilidad de reunirse físicamente para poder conversar cara-a-cara (UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, 2013)

Blogs.- También llamados bitácora se entiende como un espacio de comunicación que hay que personalizar, dirigido a un colectivo con el que queremos entrar en conversación. Conversar es colaborar, intercambiar, referenciarse, comentar, con un sentido de actualidad.

Los blogs se puede usar para cualquier cosa: compartir mensajes o fotos con amigos, publicar investigaciones, apuntes, documentos de terceros, hacer comentarios entre otras cosas. (Piedra, 2011)

Habitualmente, en cada artículo, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo. El uso o temática de cada blog es particular, los hay de tipo personal, periodístico, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo, etc. (Blogia, 2014)

Los blogs disponen de una columna vertical en la que se reflejan los últimos posts, las categorías en los que se clasifican las entradas, un blogroll con los blogs a los que se siguen y los últimos comentarios en los medios sociales del autor/empresa, entre otras posibilidades. Además, cada post puede contener etiquetas que serán fundamentales para clasificarlo y aparecer en las búsquedas de los buscadores internos (los del mismo blog) o externos (Google, Yahoo, Bing) más fácilmente. Un buen contenido será fundamental para aparecer en los primeros puestos de los motores de búsqueda a través del posicionamiento natural.

Las plataformas más habituales donde crear blogs son WordPress, Blogger (de Google) y Blogspot. Quizás, WordPress presenta más prestaciones y una mayor capacidad de personalización de la apariencia, por eso es el más elegido por los blogueros.

Los blogs más utilizados son:

Blogs corporativos.- Se refieren a las bitácoras que son creados por las empresas y generalmente integrados en la página web corporativa. Es una buena forma de mantener al día a los clientes/usuarios de la empresa ofreciéndoles las últimas novedades de la gama de productos/servicios y temas interesantes que estén relacionados con el sector empresarial. De esta manera, se cubrirá la posible falta de actualización de la web y se obtendrá una empatía por parte de los lectores. Además, se podría generar tráfico a la web a través de estos.

Blogs personales.- Son aquellos que son creados por una persona que desea compartir sus experiencias, pensamientos, conocimientos, etc. Muchos de ellos comienzan siendo esto y terminan convirtiéndose en temáticos o profesionales (el siguiente tipo de blog). Como dato interesante, la mayoría de los blogs españoles son personales.

Blogs temáticos y profesionales.- Engloban los que se basan en temas muy específicos, ya pudieran ser fútbol, moda, marketing, recetas o economía. La ventaja de estos es que a la larga obtienen un público muy fiel porque los lectores de estos tipos de blogs son muy específicos. También son perfectos para potenciar la marca personal. (Marketing Digital desde 0, 2013)

Wikis.- Un wiki es una colección de documentos web escritos en forma colaborativa. Básicamente, una página de wiki es una página web que todos en su clase pueden crear juntos, directo desde el navegador de Internet, sin que necesiten saber HTML. Un wiki empieza con una portada. Cada autor puede añadir otras páginas al wiki, simplemente creando un enlace hacia una página (nueva) que todavía no existe.

Los wikis obtuvieron su nombre del término hawaiano "wiki wiki," que significa "muy rápido". Un wiki es, de hecho, un método rápido para crear contenido como grupo. Es un formato tremendamente popular en la web para crear documentos como un grupo. Usualmente no existe un editor central del wiki, no hay una sola persona que tenga el control editorial final. En su lugar, la comunidad edita y desarrolla su propio contenido. Emergen visiones de consenso del trabajo de muchas personas sobre un documento. (moodle.org, 2014)

Foros.- El módulo de actividad foro permite a los participantes tener discusiones asincrónicas, es decir discusiones que tienen lugar durante un período prolongado de tiempo.

Hay varios tipos de foro para elegir, como el foro estándar donde cualquier persona puede iniciar una nueva discusión en cualquier momento, un foro en el que cada alumno puede iniciar una única discusión, o un foro de pregunta y respuesta en el que los estudiantes primero deben

participar antes de poder ver los mensajes de otros estudiantes. El profesor puede permitir que se adjunten archivos a las aportaciones al foro. Las imágenes adjuntas se muestran en el mensaje en el foro.

Los participantes pueden suscribirse a un foro para recibir notificaciones cuando hay nuevos mensajes en el foro. El profesor puede establecer el modo de suscripción, opcional, forzado o auto, o prohibir completamente la suscripción. Si es necesario, los estudiantes pueden ser bloqueados a la hora de publicar más de un número determinado de mensajes en un determinado período de tiempo; esta medida puede evitar que determinadas personas dominen las discusiones.

Los mensajes en el foro pueden ser evaluados por profesores o estudiantes (evaluación por pares). Las clasificaciones pueden agregarse a una calificación final que se registra en el libro de calificaciones.

Los foros tienen muchos usos, como por ejemplo

- Un espacio social para que los estudiantes se conozcan
- Para los avisos del curso (usando un foro de noticias con suscripción forzada)
- Para discutir el contenido del curso o de materiales de lectura
- Para continuar en línea una cuestión planteada previamente en una sesión presencial
- Para discusiones solo entre profesores del curso (mediante un foro oculto)
- Un centro de ayuda donde los tutores y los estudiantes pueden dar consejos
- Un área de soporte uno-a-uno para comunicaciones entre alumno y profesor (usando un foro con grupos separados y con un estudiante por grupo)
- Para actividades complementarias, como una "lluvia de ideas" donde los estudiantes puedan reflexionar y proponer ideas (UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, 2013)

Hot Potatoes.- Es un conjunto de seis herramientas que pueden ayudar a educadores, profesores, y escritores a publicar material educativo en la Web. Las pequeñas herramientas de Hot Potatoes permiten crear multi-elección interactiva, respuesta corta, rellenar en el espacio, crucigramas, y ejercicios de desordenación de una frase usando HTML y JavaScript sin necesidad de tener ningún conocimiento ni de HTML ni de JavaScript.

JBC permite crear exámenes "tipo test" donde cada pregunta puede tener hasta cinco respuestas, y donde cada número de ellas pueden ser correctas o no. Cada estudiante recibe un porcentaje de acierto después de cada pregunta acertada.

JQuiz facilita el diseño de preguntas con la posibilidad de que el estudiante rellene con palabras o frases como respuesta.

JCloze crea ejercicios para rellenar en el espacio. Hasta 100 respuestas correctas pueden especificarse para cada espacio en blanco, además la posibilidad de incluir una pequeña pista para cada espacio.

JCross diseña crucigramas que se pueden rellenar on-line. Se puede usar parrillas de hasta 20x20 letras.

JMix permite crear ejercicios de ordenación de frases. Se puede especificar hasta 100 respuestas correctas distintas.

JMatch crea ejercicios de emparejamiento u ordenación. Una lista de objetos fijos aparecen a la izquierda (pueden ser imágenes o texto), y una lista de objetos desordenados a la derecha.

Hot Potatoes soporta el uso de acentos y facilita la opción de acceder al código de las páginas para cualquier modificación. (Softonic, 2014)

Video Conferencia.- La videoconferencia es una tecnología que proporciona un sistema de comunicación bidireccional de audio, video y datos que permite que las sedes receptoras y emisoras mantengan una comunicación simultánea interactiva en tiempo real. Para ello se requiere utilizar equipo especializado que te permita realizar una conexión a cualquier parte del mundo sin la necesidad de trasladarnos a un punto de reunión.

La videoconferencia involucra la preparación de la señal digital, la transmisión digital y el proceso de la señal que se recibe. Cuando la señal es digitalizada esta se transmite vía terrestre o por satélite a grandes velocidades.

Hoy en día la videoconferencia es una parte muy importante de las comunicaciones es por esa razón que día con día se van descubriendo nuevas aplicaciones de esta tecnología entre las aplicaciones más comunes dentro de la educación tenemos: educación, investigación,

reuniones de academia, formación continua, reuniones ejecutivas, congresos, conferencias, cursos, seminarios, etc. (Red Institucional de Videoconferencia, 2014)

Ambientes o entornos virtuales de aprendizaje.-Son cualquier combinación a distancia y presencial de interacciones cooperativas de aprendizaje que contengan algún nivel de virtualidad en el tiempo y el espacio. Actualmente, el elemento característico de apoyo de los AVAC es internet.(UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, 2013)

La variedad de herramientas que emplean los entornos de enseñanza aprendizaje pueden ser clasificadas de acuerdo a las funciones que realizan en el proceso de enseñanza aprendizaje en la virtualidad en: recursos, aplicaciones, sistemas de ayuda.

- Los Recursos son programas informáticos cuyo propósito es almacenar y distribuir contenido mediado en forma variada como: imágenes, animaciones, sonidos, textos, entre otros. Entre ellos están las páginas Web, galerías, bibliotecas, repositorios, y otros.
- Las Aplicaciones, son los programas informáticos con los que se realizan las actividades docentes y de aprendizaje de carácter interactivo y colaborativo. Se caracterizan por permitir la búsqueda, intercambio, modificación y construcción del contenido mediado. Entre ellos se encuentran: buscadores, procesadores de texto, correo electrónico, chat, foros, mensajería, wikis, entre otros.
- Los Sistemas de Ayuda tienen como objetivo esencial guiar el accionar de los sujetos para realizar sus actividades docentes y de aprendizaje durante el proceso de enseñanza aprendizaje. Son textos en diversos formatos que orientan el accionar de los docentes y estudiantes en el entorno virtual. El más importante es la Guía de aprendizaje por medio de la cual el estudiante realiza sus actividades para aprender. (EcuRed, 2014)

Aplicaciones Web 2.0.- Como lo señala (Piedra, 2011) el término web 2.0 se refiere a una serie de aplicaciones y páginas de internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en red dando al usuario el control de sus datos. De las principales aplicaciones tenemos los siguientes ejemplos:

- Wordpress, blogger que son bitácoras o blogs.
- Google Docs, para crear documentos de texto y hojas de cálculo en una página web.

- Flickr, para compartir fotografías.
- YouTube, para compartir videos.
- SlideShare, se pueden almacenar presentaciones de diapositivas.
- Box.net, que es un repositorio de archivos.
- Redes sociales, principalmente facebook y twitter.
- App, en general son aplicaciones de software y cuando tiene gran éxito se les denomina killerapps como por ejemplo skype, amazon entre otros.

Lo más importante de cualquiera de estas herramientas tecnológicas al servicio del aprendizaje es lograr que los estudiantes puedan: potenciar su capacidad creativa e imaginativa, experimentar sin temor a equivocarse o ser sancionado, desarrollar su espíritu emprendedor, entender que vivimos en un mundo globalizado que necesita de mentes abiertas y sin fronteras.

Retomando el primer párrafo de este ítem 1.2, lo que se busca es producir el aprendizaje significativo, es decir lo que el estudiante considera que tiene significancia para sí es lo que le interesará, todo lo demás simplemente lo desecha y por ello estas herramientas tecnológicas tienen que estar de acuerdo al contexto en el que se desenvuelven los alumnos para generar su interés.

Moodle.- Es una aplicación que se encuentra disponible en la web y que sobre todo permite una mejor interactividad entre estudiantes y maestro, dentro de sus principales características tenemos (González de Felipe, 2014):

Tabla 2.- Actividades por Defecto Moodle

LISTA DE ACTIVIDADES POR DEFECTO DE MOODLE

LISTA DE ACTIVIDADES POR DEFECTO DE MOODLE		
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
Base de Datos	Permite que los usuarios incorporen datos desde un formulario diseñado por el profesor.	<ul style="list-style-type: none"> • Permite crear una base de datos accesible, en lectura y escritura, tanto al alumnado como al profesorado. • Tiene diferentes tipos de campos: <ul style="list-style-type: none"> • Texto • Imágenes • Archivo • URL

		<ul style="list-style-type: none"> · Fecha · Menú · Menú (Selección múltiple) · Botón de marcar (Checkbox) · Botones de elección (Radio buttons)
Chat	Permite conversaciones entre usuarios en tiempo real.	<ul style="list-style-type: none"> - Permite una interacción fluida mediante texto síncrono. · Incluye las fotos de los perfiles en la ventana de chat. · Soporta direcciones URL, emoticones, integración de HTML, imágenes, etc. · Todas las sesiones quedan registradas para verlas posteriormente, y pueden ponerse a disposición de los estudiantes.
Consulta	Similar a una encuesta, el profesor formula una única pregunta y ofrece a los usuarios distintas elecciones.	<ul style="list-style-type: none"> · Es como una votación. Puede usarse para votar sobre algo o para recibir una respuesta de cada estudiante (por ejemplo, para pedir su consentimiento para algo). · El profesor puede ver una tabla que presenta de forma intuitiva la información sobre quién ha elegido qué. · Se puede permitir que los estudiantes vean un gráfico actualizado de los resultados.
Cuestionario	Permite la realización de exámenes de diferente tipo: respuesta múltiple, verdadero/falso y respuestas cortas.	<ul style="list-style-type: none"> · Los profesores pueden definir una base de datos de preguntas que podrán ser reutilizadas en diferentes cuestionarios. · Las preguntas pueden ser almacenadas en categorías de fácil acceso, y estas categorías pueden ser "publicadas" para hacerlas accesibles desde cualquier curso del sitio. · Los cuestionarios se califican automáticamente, y pueden ser recalificados si se modifican las preguntas. · Los cuestionarios pueden

		<p>tener un límite de tiempo a partir del cual no estarán disponibles.</p> <ul style="list-style-type: none"> · El profesor puede determinar si los cuestionarios pueden ser resueltos varias veces y si se mostrarán o no las respuestas correctas y los comentarios. · Las preguntas y las respuestas de los cuestionarios pueden ser mezcladas (aleatoriamente) para disminuir las copias entre los alumnos. · Las preguntas pueden crearse en HTML y con imágenes. · Las preguntas pueden importarse desde archivos de texto externos. · Los intentos pueden ser acumulativos, y acabados tras varias sesiones. · Las preguntas de opción múltiple pueden definirse con una única o múltiples respuestas correctas. · Pueden crearse preguntas de respuesta corta (palabras o frases). · Pueden crearse preguntas tipo verdadero/falso. · Pueden crearse preguntas de emparejamiento. · Pueden crearse preguntas aleatorias. · Pueden crearse preguntas numéricas (con rangos permitidos). · Pueden crearse preguntas de respuesta incrustada (estilo "cloze") con respuestas dentro de pasajes de texto. · Pueden crearse textos descriptivos y gráficos.
Encuesta	Similar a la consulta, pero con varias preguntas.	<ul style="list-style-type: none"> · Se proporcionan encuestas ya preparadas (COLLES, ATTLS) y contrastadas como instrumentos para el análisis

		<p>de las clases en línea.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Los informes de las encuestas están siempre disponibles, incluyendo muchos gráficos. Los datos pueden descargarse con formato de hoja de cálculo Excel o como archivo de texto CVS. · La interfaz de las encuestas impide la posibilidad de que sean respondidas sólo parcialmente. · A cada estudiante se le informa sobre sus resultados comparados con la media de la clase.
<p>Foro</p>	<p>Actividad para el debate entre usuarios de un curso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Hay diferentes tipos de foros disponibles: exclusivos para los profesores, de noticias del curso y abiertos a todos. · Todos los mensajes llevan adjunta la foto del autor. · Las discusiones pueden verse anidadas, por rama, o presentar los mensajes más antiguos o el más nuevo primero. · El profesor puede obligar la suscripción de todos a un foro o permitir que cada persona elija a qué foros suscribirse de manera que se le envíe una copia de los mensajes por correo electrónico. · El profesor puede elegir que no se permitan respuestas en un foro (por ejemplo, para crear un foro dedicado a anuncios). · El profesor puede mover fácilmente los temas de discusión entre distintos foros. · Las imágenes adjuntas se muestran dentro de los mensajes. · Si se usan las calificaciones de los foros, pueden restringirse a un rango de fechas.

Glosario	Permite crear y mantener una lista de definiciones, como un diccionario.	<ul style="list-style-type: none"> · Muestra en su interior la definición o descripción de cualquiera de los glosarios que se haya definido en el curso.
Lección	Consiste en una serie de páginas flexibles que ofrecen contenido y preguntas para el alumno.	<ul style="list-style-type: none"> · Al final de cada página se plantea una pregunta con varias posibles respuestas. · Según la opción que escoja el alumno para esa respuesta se le mostrarán unas u otras de las páginas restantes.
Recurso	Admite la presentación de cualquier contenido digital, Word, PowerPoint, Flash, vídeo, sonidos, etc.	<ul style="list-style-type: none"> · Los archivos pueden subirse y manejarse en el servidor, o pueden ser creados sobre la marcha usando formularios Web (de texto o HTML). · Se pueden enlazar contenidos externos en Web o incluirlos perfectamente en la interfaz del curso. · Pueden enlazarse aplicaciones web, transfiriéndose datos.
SCORM	Bloque de material Web empaquetado siguiendo el estándar SCORM de objetos de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> · Este bloque puede incluir páginas Web, gráficas, programas JavaScript, presentaciones Flash y cualquier otra cosa que funcione en un navegador Web. · Permite cargar fácilmente cualquier paquete SCORM (Sharable Content Object Reference Model) estándar y convertirlo en parte de un curso.
Taller	Actividad de trabajo en grupo que permite la evaluación entre estudiantes.	<ul style="list-style-type: none"> · Permite la evaluación de documentos entre iguales, y el profesor puede gestionar y calificar la evaluación. · Admite un amplio rango de escalas de calificación posibles. · El profesor puede suministrar documentos de ejemplo a los estudiantes para practicar la evaluación. · Es muy flexible y tiene muchas opciones.

Tarea	Permiten al profesor calificar trabajos enviados por los alumnos.	<ul style="list-style-type: none"> · Puede especificarse la fecha final de entrega de una tarea y la calificación máxima que se le podrá asignar. · Los estudiantes pueden subir sus tareas (en cualquier formato de archivo) al servidor. Se registra la fecha en que se han subido. · Se permite enviar tareas fuera de tiempo, pero el profesor puede ver claramente el tiempo de retraso. · Para cada tarea en particular, puede evaluarse a la clase entera (calificaciones y comentarios) en una única página con un único formulario. · Las observaciones del profesor se adjuntan a la página de la tarea de cada estudiante y se le envía un mensaje de notificación. · El profesor tiene la posibilidad de permitir el reenvío de una tarea tras su calificación (para volver a calificarla).
Wiki	Posibilita la creación colectiva de documentos en un lenguaje simple de marcas utilizando un navegador Web.	<ul style="list-style-type: none"> · Permite a los participantes trabajar juntos en páginas Web para añadir, expandir o modificar su contenido. · Las versiones antiguas nunca se eliminan y pueden restaurarse.

Fuente: Gonzáles de Felipe

Elaborado por: Marco Logroño

1.5 Herramientas para mejorar las relaciones con el cliente

El cliente es la persona más importante para la empresa, sin él simplemente no existe empresa; por tal motivo es de crucial importancia mejorar las relaciones y sobre todo mantenerlas en el tiempo.

Existen varios tipos de clientes, desde el punto de vista administrativo tenemos clientes internos y externos, desde el punto de vista del marketing se distinguen a los usuarios, decisores, prescriptores y pagadores; y desde el punto de vista del consumo tenemos a los consumidores, distribuidores, industriales, institucionales, gubernamentales e internacionales.

No existe una fórmula o la varita mágica para lograr el éxito empresarial, sin embargo lo más recomendable es enfocarse en el cliente, tal como nos indica el marketing: cliente satisfecho atrae a 3 posibles clientes pero cliente insatisfecho aleja a 10 posibles clientes. Por tal motivo es menester de toda organización buscar todas las herramientas necesarias para mejorar las relaciones con sus clientes.

A continuación se presenta una breve descripción de algunas herramientas que permita a la organización favorecer su relación con sus clientes:

Detectar nuevas oportunidades.- Las oportunidades no vienen a nosotros hay que salir a buscarlas. Ya la historia nos ha demostrado que no sobreviven los más grandes sino los más rápidos, por ello las empresas que tengan la información serán las que más rápido pueden enfrentar los cambios y retos que el futuro nos depara para ello se requiere realizar constantemente diagnósticos en la perspectiva de realizar los FODA.

El FODA, es una herramienta que facilita el análisis del ambiente de la organización, describiendo al interior las Debilidades de la empresa (aquellas funciones, actividades y procesos que están mal diseñados o mal ejecutados) y las habilidades o Fortalezas (funciones, actividades y procesos que están bien diseñados y bien ejecutados). Además, aclara la situación externa por medio del estudio de las condiciones positivas o negativas (circunstancias o hechos) que podrían afectar a la empresa conocidas como Amenazas o, que podrían beneficiarla conocidas como Oportunidades.

Las fortalezas y debilidades (limitaciones) son parte del mundo interno de la empresa, en donde puede influirse directamente en el futuro. Las oportunidades y amenazas tienen lugar en el mundo externo de la empresa o institución, que no es controlable, pero si influyente. Los asuntos enunciados deben ser específicos para una empresa en particular.

El análisis FODA también conocido como DOFA o DAFO, representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características de una empresa en particular y el entorno en el

cual compite. El FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser utilizado como herramienta por todos los niveles de la organización y en diferentes categorías de análisis tales como: producto, mercado, línea de productos, departamento, empresa, área funcional, etc. Muchas de las conclusiones obtenidas como resultado del análisis, podrán ser de gran utilidad para la formulación de las estrategias para ser incorporadas en el plan estratégico.

- **FORTALEZAS:** Representan los principales puntos a favor con los que cuenta la empresa o institución en cuatro amplias categorías: potencial humano, capacidad de proceso (lo que incluye equipos, edificios y sistemas), productos y servicios y recursos financieros. En general se reúnen en cinco importantes grupos de recursos (recursos humanos, recursos financieros, recursos técnicos, medio ambiente, recursos materiales).
- **DEBILIDADES:** Es la falta de los recursos, ineficiencia e ineficacia de las actividades desarrolladas dentro de la organización. Son las limitaciones relacionadas con el potencial humano, la capacidad del proceso o finanzas, se puede reforzar o tomar estrategias que permitan mejorar la situación.
- **OPORTUNIDADES:** Son eventos o circunstancias que se espera que ocurran o pueden inducirse a que ocurran en el ambiente exterior y que podrían tener un impacto positivo en el futuro de la empresa. Esto tiende a aparecer en una o más de las siguientes grandes categorías: mercados, clientes, industria, gobierno, competencia, proveedores, sociedad y tecnología, entre otros.
- **AMENAZAS:** Son eventos o circunstancias que pueden ocurrir en el ambiente exterior y que pudieran tener cierto impacto negativo en el futuro de las empresas; tienden a aparecer en las mismas grandes categorías que las oportunidades. Con un enfoque creativo, muchas amenazas llegan a tornarse en oportunidades o minimizarse con una planificación cuidadosa. (Facultad de Ciencias Administrativas de la UCE, 2010)

Comunicar las Ventajas Competitivas.- En primer lugar hay que pensar en un diagnóstico de la comunicación de la empresa, para reconocer la situación actual de los problemas de transmisión de mensajes de la organización, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de una entidad y mejorar sus distintos canales; los clientes a veces

solo desean que alguien los escuche, es menester atender tanto las quejas como las sugerencias y sobre todo tener velocidad de respuesta ya que se debe ver desde la óptica de que todas son oportunidades de acercamiento con el cliente.

Las ventajas competitivas constituyen los elementos que diferencian un producto/servicio de otro o más bien que lo distinguen de otros, es decir, es lo que mejor sabe hacer la empresa; por lo tanto se debe trabajar para que este valor agregado esté siempre presente en la mente del cliente y alcanzar el posicionamiento en el mercado.

Posteriormente se debe generar formas creativas que permitan adquirir una perspectiva diferente para encontrar puntos claves que se apliquen a una estrategia de comunicación creativa, obteniendo formas novedosas para comunicar y que estén adaptadas a las necesidades reales que tiene la empresa.

Luego se debe proponer un Plan de Comunicación que es la base para practicar una comunicación institucional profesional a través de un diseño de líneas maestras de una gestión informativa y comunicativa específica para la entidad y considerando lo que señala (Costa, 2010), la ejecución del plan estratégico de comunicaciones será exitosa si éste se alinea con el plan estratégico institucional.

Benchmarking.- Es el proceso continuo de medir productos, servicios y prácticas contra los competidores más duros o aquellas empresas reconocidas como líderes en la industria.

Se conoce también como benchmarking al proceso continuo de comparación de operaciones y desempeño con otras organizaciones o unidades conocidas por su excelencia.

Benchmarking es un proceso sistemático y continuo para comparar nuestra propia eficiencia en términos de productividad, calidad y prácticas con aquellas compañías y organizaciones que representan la excelencia.

Su propósito es comprender lo que ellos hacen y utilizar esta experiencia y este conocimiento combinados para desarrollar aún más su proceso. Esta labor consistente en definir sistemáticamente los mejores sistemas, procesos, procedimientos y prácticas; se denomina benchmarking.

Convertirse en el mejor, en cualquier campo, es un camino difícil y solitario que debemos recorrer. Una vez que alcanza su meta solo hay una dirección en la cual se puede ir. Hacia abajo. Cuando se es el mejor, se le envidia, se le destruye paulatinamente, se le critica con frecuencia y se espera que sobrepase a la competencia sin importar las circunstancias. ¿Por qué, entonces, tantas personas, equipos y organizaciones quieren que se les reconozcan como los mejores? La razón es muy simple. La excelencia genera:

- Satisfacción
- Reconocimiento
- Mayores recompensas
- Clientes
- Respeto
- Poder
- Dinero

Para convertirse en el mejor tiene que:

- Conocerse a sí mismo, y conocer sus fortalezas y sus limitaciones.
- Reconocer y comprender las organizaciones líderes del área en la que espera alcanzar la excelencia.
- Utilizar los mejores procesos existentes.
- Construir sobre estos procesos para crear otros aún mejores.(Facultad de Ciencias Administrativas de la UCE, 2010)

Recordemos que la filosofía del benchmarking es imitar, igualar y superar

CRM.- Customer relationship management, básicamente consiste en manejar una base de datos para mejorar las relaciones con el cliente y fomentar su lealtad. Autores como (Kotler & Armstrong, 2007) lo identifican como la administración de la relación con el cliente y lo definen como el proceso general para diseñar y mantener relaciones redituables con los clientes al entregarles mayores valor y satisfacción.

Las empresas hoy en día buscan diferentes maneras de recopilar información de sus clientes, sin embargo esta suele estar dispersa en los distintos departamentos de la organización y resulta aislado todo intento de aprovechar las oportunidades del mercado.

Por lo cual, los especialistas en CRM se encargan de desarrollar soluciones informáticas que integran la información interna y externa proveniente de diversas fuentes para posteriormente brindar los reportes encaminados a minimizar los errores en la toma de decisiones gerenciales.

Para la aplicación de esta herramienta se requiere en primer lugar un cambio de actitud de todos los integrantes de la empresa, ya que todos deben trabajar en función del cliente, algo que no es fácil cuando la cultura organizacional y efectos paradigmáticos han estado arraigados por las características de la administración vertical.

El CRM requiere de tres pilares fundamentales para trabajar enfocado en el cliente:

- Tecnología.-Tiene que ser capaz de recoger toda la información surgida de la relación con el cliente con independencia del canal por donde se ha producido: e-mail, fuerza de ventas, Internet, teléfono, etc. y analizarla para así conocer sus necesidades y poder satisfacerlas.
- Procesos. Los procesos también tienen que estar orientados a satisfacer con la máxima rapidez las necesidades de los clientes. Esto implica, en la mayoría de las ocasiones, cambiarlos, es decir, cambiar la forma de hacer las cosas con el fin de mejorar el servicio a los clientes.
- Recursos humanos. Las personas de la compañía son, al final, la clave de toda estrategia de CRM. Es la parte que determina su éxito o su fracaso. Es fundamental que conozcan el proyecto, resolver sus miedos, sus temores, sus dudas ante su implantación. Tenemos que hacerles ver la importancia pero, sobre todo, formarles en esta nueva cultura de servicio al cliente.

Estas tres piezas del engranaje conforman la base de toda estrategia CRM. Si durante todo el proceso de implantación nos olvidamos de alguna de ellas estaremos abocados al fracaso. (Marketing XXI, 2014)

Lo importante de utilizar cualquiera de las herramientas citadas es sorprender al cliente, para ello es necesario destruir y reinventar el producto o servicio, permitiendo no sólo introducir mejoras a lo que hacemos y vendemos, sino generando barreras de entrada para competidores actuales y potenciales (Furque, 2013)

1.6 Perspectivas de la educación del siglo XXI

En la nueva era de la información y comunicación tener un enfoque de las tecnologías aplicables a la educación permitirá estar preparados para los retos del futuro a todos los involucrados en el sector.

De acuerdo a un artículo publicado por la Cátedra UNESCO de Educación a Distancia (CUED) (Martín, 2011) manifiesta que en la educación del futuro los dispositivos móviles estarán a la vanguardia de los procesos de aprendizaje y sobre todo que cambiarán la forma en la que hoy se enseña y aprende.

Aparecen términos como el aprendizaje social o colaborativo, que estimula la participación estudiante-estudiante y estudiante-profesor que se lo puede realizar sin restricción de espacio físico o convergencia en el tiempo, donde predomina el autoaprendizaje de acuerdo al ritmo y condiciones que impone el mismo estudiante.

Por otro lado se tiene una tendencia cada vez más marcada a la utilización de videojuegos con fines de educación formal, principalmente considerando que: estimulan el aprendizaje, fomentan la adquisición de conocimiento y los métodos de interacción como por ejemplo los sensores de movimiento, pantallas táctiles, entre otros estimulan la participación de los estudiantes.

Existe una tendencia tecnológica para la creación de nuevas herramientas digitales en la red, cada herramienta es un nuevo tipo de cerebro digital, que posibilita una nueva forma de inteligencia colectiva. Cerebros funcionando gracias a la suma de inteligencias individuales de todos los usuarios y que gracias a las licencias libres pueden rediseñarse y mejorarse una y otra vez a sí mismos, en un proceso de retroalimentación imparables (Arana Catania & Barragán del Rey, 2014)

La forma en la que enseñamos no sólo debe reflejar cómo nuestros estudiantes aprenden, sino que también debe reflejar el mundo que van a vivir, trabajar y relacionarse. Un mundo que está cambiando rápidamente, conectado, adaptándose y evolucionando. Nuestro estilo y enfoque de la enseñanza deben hacer hincapié en el aprendizaje en y para el siglo 21 (Santiago, 2014)

Gráfico 1.- Aprendizaje en y para el siglo 21



De todas maneras lo que si debe quedar claro es que el uso de las distintas herramientas tecnológicas representa el medio no el fin de la educación, el actor principal seguirá siendo el estudiante que requiere un aprendizaje para la vida y no para el momento.

1.7 Antecedentes del Centro Educativo Víctor Cartagena

La educación es la herramienta más valiosa que posee el ser humano para enfrentar los retos de la vida misma, no se sabe cuándo inicia ni cuando termina este proceso, sin embargo se podría decir que formalmente empieza en los primeros años de vida; es por eso que la educación inicial es el pilar sobre el cual el ser humano construirá su futuro.

Fruto de la experiencia pedagógica y con una visión emprendedora, la Lic. Susana Albán forja la creación de un Taller Infantil con el nombre de Gatsú en el año 2000, el cual fue autorizado para su funcionamiento por el Departamento de Protección de Menores del Ministerio de Bienestar Social con acuerdo ministerial No. 1612; este ofrecía atención a niños menores de 5 años en el desarrollo de las capacidades intelectuales, emocionales, psicomotrices entre otras.

Al principio funcionó en la calle Cuba de la ciudad de Cayambe, local que era arrendado y se atendía a 19 niños, los infantes al finalizar el periodo escolar no tuvieron ningún inconveniente en ubicarse en las escuelas de la zona e incluso los padres de familia constataban que estaban más avanzados en el jardín que en la escuela; para el segundo ciclo se contaba con 25 niños, pero los padres de familia que conocían de la experiencia vivida por los primeros niños dieron la sugerencia de ofertar toda la educación básica.

Es así que para iniciar el periodo 2002-2003 se traslada a un local propio ubicado en la urbanización Víctor Cartagena y obtiene la autorización para el funcionamiento como Centro Educativo con No. de resolución 148 y mediante acuerdo No. 104 de la Dirección Provincial de Educación y Cultura de Pichincha toma el nombre de Víctor Cartagena; este local ya ofrece las comodidades tanto de espacios como de infraestructura lo que genera un mayor grado de confianza por los padres de familia para que sus hijos continúen la primaria y a la vez se establece un marketing boca a boca con otros padres para que a sus niños los ubiquen en este centro educativo.

El nombre se lo tomó en honor al ilustre personaje cayambeño Víctor Cartagena (1909 – 1951) quien era un próspero agricultor y comerciante pero sobre todo un hombre de gran filantropía, reconocido por sus donaciones a la Comunidad Salesiana y a las Hermanas de la Caridad.

El Centro Educativo Víctor Cartagena, se caracteriza por brindar los mejores servicios a sus estudiantes, lo cual ha sido reconocido por todos los medios y fruto de aquello es su crecimiento institucional; no ha hecho falta publicitarse en los medios tradicionales para darse a conocer, las acciones con los niños es su mejor carta de presentación.

El Centro Educativo Víctor Cartagena CEVICA, tiene como meta alcanzar la excelencia y la calidad de la educación como principio rector de su gestión educativa, el cual involucra el mejoramiento de la gestión institucional directiva, pedagógica, administrativa y de la comunidad, para lo que se requieren acciones planificadas, sistemáticas e intencionadas, dentro de un esquema que convierta la institución educativa en una organización autónoma, orientada por propósitos, valores comunes, metas y objetivos claramente establecidos y compartidos.

Sin embargo, la educación del siglo XXI exige muchos más retos, los cambios trascendentales que se dan en un mundo competitivo desafían esta capacidad de buscar la excelencia educativa, para lo cual se debe entender los cambios sociales, económicos, tecnológicos, ambientales y sobre todo dar respuestas concretas para construir una Unidad Educativa que sirva mejor a las y los niños en particular y a la sociedad de manera general.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

En este capítulo se realizará el diagnóstico tanto interno como externo del Centro Educativo Víctor Cartagena con el fin de obtener la información necesaria para proponer estrategias innovadoras que generen valor. Para tal efecto se procederá en primer lugar a una revisión documental y digital que permita sustentar la investigación y posteriormente se realizará un taller con el personal de CEVICA que permita consolidar el diagnóstico.

2.1 Diagnóstico Externo

El análisis externo permite hacer referencia a aquellos factores ajenos a CEVICA y que representan oportunidades y amenazas para la subsistencia y desarrollo de la institución.

En primera instancia se abordarán los factores: social, económico, político - legal y tecnológico, en el macro ambiente, continuaremos con el análisis de clientes, competencia, proveedores, agencias reguladoras, productos sustitutos, en el microambiente.

2.1.1 Macroambiente

2.1.1.1 Factor Social

Analizar el entorno social básicamente concierne la revisión de las características de la población sobre la cual se tiene incidencia e incluye sus tradiciones, valores, costumbres y en general su comportamiento cultural.

De acuerdo a la información recopilada de la página web del INEC, la población del cantón Cayambe en el censo del 2010 era 88840 y la proyección del incremento de la población es de alrededor del 2%, de la cual el 51,08 % son mujeres y el 48.92 son hombres

Tabla 3.- Proyección de Población Ecuatoriana

**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES
2010-2020**

Código	Nombre de canton	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1701	QUITO	2.319.671	2.365.973	2.412.427	2.458.900	2.505.344	2.551.721	2.597.989	2.644.145	2.690.150	2.735.987	2.781.641
1702	CAYAMBE	88.840	90.709	92.587	94.470	96.356	98.242	100.129	102.015	103.899	105.781	107.660
1703	MEJIA	84.011	86.299	88.623	90.974	93.353	95.759	98.193	100.650	103.132	105.637	108.167
1704	PEDRO MONCAYO	34.292	35.155	36.030	36.912	37.802	38.700	39.604	40.514	41.431	42.353	43.281
1705	RUMIÑAHUI	88.635	91.153	93.714	96.311	98.943	101.609	104.311	107.043	109.807	112.603	115.433
1707	SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	17.957	18.931	19.953	21.020	22.136	23.303	24.524	25.798	27.128	28.517	29.969
1708	PEDRO VICENTE MALDONADO	13.350	13.712	14.080	14.452	14.828	15.209	15.594	15.983	16.375	16.771	17.171
1709	PUERTO QUITO	21.197	21.577	21.956	22.334	22.710	23.084	23.455	23.823	24.189	24.551	24.911

Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño



Fuente: INEC

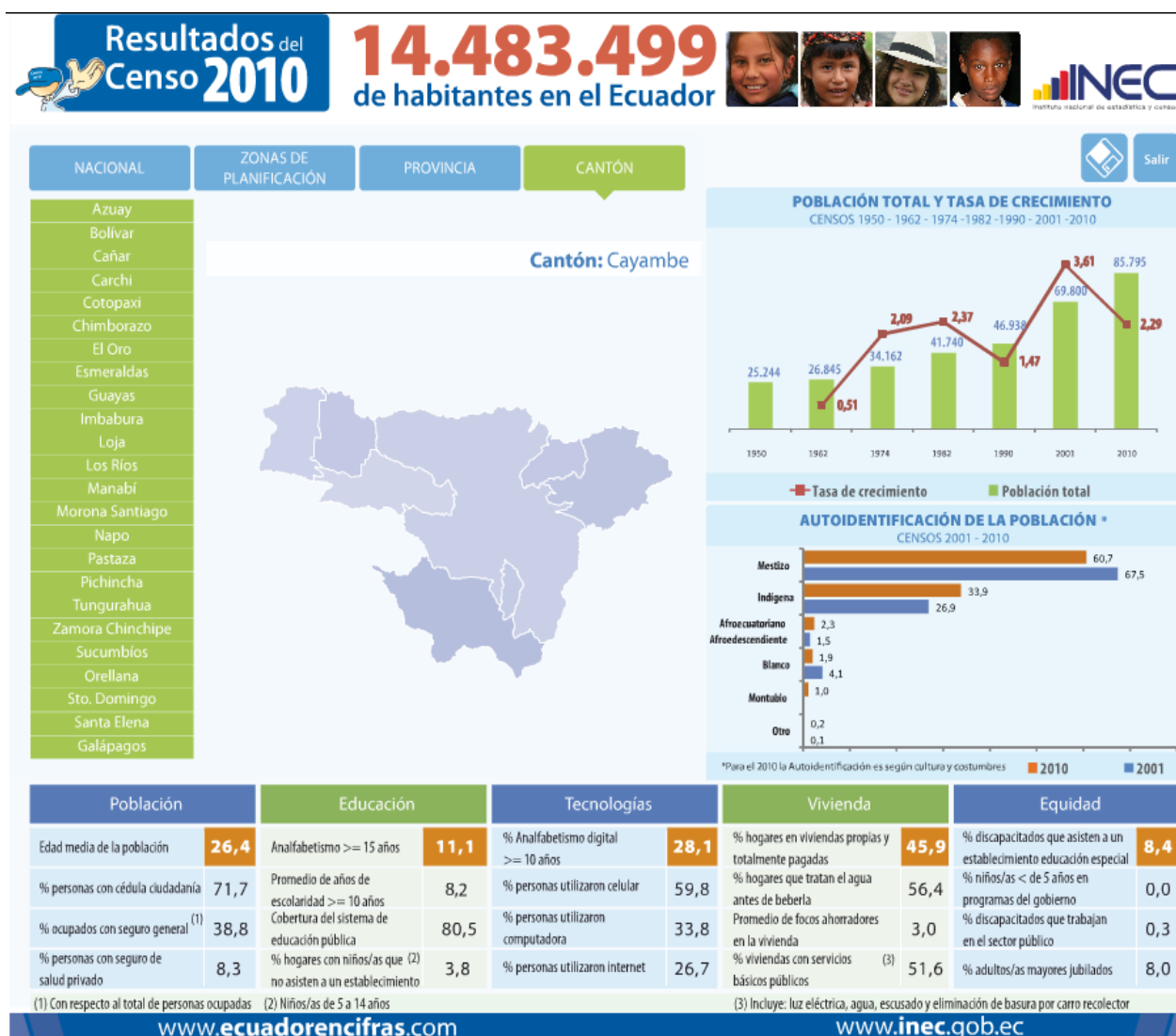
Elaborado por: Marco Logroño

Si se considera los datos generales de la población ecuatoriana, se tiene que un 31,9% es menor a 15 años, lo cual induce a que para el 2010 existen 28340 personas en Cayambe comprendida en esa edad.

De la tabla obtenida de Ecuador en cifras se pueden apreciar valiosas conclusiones como son:

- Un crecimiento sustancial de la población desde el año 1990, debido principalmente por el auge la producción florícola que demandaba mano de obra.
- Preponderancia de población que se auto identifica como mestiza, seguida de la indígena.
- Cobertura del sistema educativo público 80,5% y una tasa de analfabetismo del 11,1 %.
- Se considera un analfabetismo digital del 28,1%
- 33,8% de la población utiliza computadora y el 26,7 usa internet

Gráfico 2.- Tasa de crecimiento de la población total



Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

2.1.1.2 Factor Económico

Tabla 4.- Producto Interno bruto por Industria

4.3.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA (1)

Período / Industrias	Actividades profesionales, técnicas y administrativas	Enseñanza y Servicios sociales y de salud	Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	Servicio doméstico	Otros Servicios (2)	TOTAL VALOR AGREGADO BRUTO	OTROS ELEMENTOS DEL PIB	PIB
MILES DE DÓLARES								
2000	1.028.138	555.392	970.533	69.519	710.183	17.272.627	1.045.974	18.318.601
2001	1.505.134	1.133.345	1.195.085	91.477	1.004.569	22.532.199	1.936.125	24.468.324
2002	1.928.443	1.565.168	1.506.946	104.866	1.736.696	26.239.842	2.309.103	28.548.945
2003	2.163.198	2.186.482	1.884.796	118.221	2.515.152	30.171.253	2.261.606	32.432.859
2004	2.299.594	2.680.823	2.051.507	122.607	3.246.880	34.198.165	2.393.496	36.591.661
2005	2.504.877	3.099.350	2.239.826	117.676	3.551.274	39.205.144	2.301.941	41.507.085
2006	2.780.632	3.525.031	2.477.088	131.156	3.771.266	44.497.147	2.304.897	46.802.044
2007	3.241.469	3.932.127	2.784.183	148.562	4.059.454	48.510.903	2.496.874	51.007.777
2008	3.642.474	4.726.952	3.528.729	201.269	4.416.773	59.550.902	2.211.733	61.762.635
2009	3.726.649	5.184.997	4.236.961	276.479	4.600.573	59.013.275	3.506.411	62.519.686
2010	4.301.610	5.750.070	4.538.551	334.889	4.767.923	66.499.460	3.055.907	69.555.367
2011	4.686.467	6.336.210	4.967.416	348.621	5.149.292	76.362.652	3.417.171	79.779.823
2012	5.178.526	7.170.359	5.708.360	337.466	5.584.537	83.662.838	3.835.751	87.498.589
2013	5.610.051	7.818.808	6.099.368	370.210	5.890.597	89.506.302	4.240.107	93.746.409
MILES DE DÓLARES DE 2007								
2000	1.945.003	3.205.252	2.235.788	132.476	3.667.333	35.855.367	1.871.043	37.726.410
2001	2.169.808	3.274.906	2.272.641	136.186	3.476.331	37.269.566	1.971.797	39.241.363
2002	2.469.991	3.242.112	2.329.793	139.045	3.563.964	38.614.548	2.234.446	40.848.994
2003	2.584.004	3.326.896	2.405.024	145.233	3.603.655	39.863.483	2.097.779	41.961.262
2004	2.675.662	3.445.865	2.489.683	150.620	3.892.015	43.156.637	2.250.073	45.406.710
2005	2.892.962	3.611.413	2.542.646	143.841	3.947.505	45.484.129	2.325.190	47.809.319
2006	3.027.431	3.762.404	2.618.800	148.441	3.954.635	47.581.984	2.332.631	49.914.615
2007	3.241.469	3.932.127	2.784.183	148.562	4.059.454	48.510.903	2.496.874	51.007.777
2008	3.463.920	4.157.011	2.839.151	147.602	4.159.057	51.504.034	2.746.374	54.250.408
2009	3.360.137	4.479.318	3.165.316	171.776	4.162.166	52.351.510	2.206.222	54.557.732
2010	3.491.760	4.801.688	3.330.171	183.826	4.169.939	54.270.694	2.210.361	56.481.055
2011	3.729.194	5.029.687	3.487.789	174.539	4.363.859	58.412.058	2.470.568	60.882.626
2012	3.915.660	5.339.229	3.812.985	152.889	4.465.966	61.358.156	2.651.378	64.009.534
2013	4.121.879	5.570.601	3.967.727	154.006	4.560.225	64.106.828	2.772.587	66.879.415
TASAS DE VARIACIÓN ANUAL								
2001	11,6	2,2	1,6	2,8	-5,2	3,9	5,4	4,0
2002	13,8	-1,0	2,5	2,1	2,5	3,6	13,3	4,1
2003	4,6	2,6	3,2	4,5	1,1	3,2	-6,1	2,7
2004	3,5	3,6	3,5	3,7	8,0	8,3	7,3	8,2
2005	8,1	4,8	2,1	-4,5	1,4	5,4	3,3	5,3
2006	4,6	4,2	3,0	3,2	0,2	4,6	0,3	4,4
2007	7,1	4,5	6,3	0,1	2,7	2,0	7,0	2,2
2008	6,9	5,7	2,0	-0,6	2,5	6,2	10,0	6,4
2009	-3,0	7,8	11,5	16,4	0,1	1,6	-19,7	0,6
2010	3,9	7,2	5,2	7,0	0,2	3,7	0,2	3,5
2011	6,8	4,7	4,7	-5,1	4,7	7,6	11,8	7,8
2012	5,0	6,2	9,3	-12,4	2,3	5,0	7,3	5,1
2013	5,3	4,3	4,1	0,7	2,1	4,5	4,6	4,5

(1) A partir de la Publicación No.24 de Cuentas Nacionales, los cálculos incorporan los resultados del Cambio de Año Base (CAB) 2007. Los datos de los años 2000 a 2006 corresponden a la información obtenida en la retropolación de las series; los años 2007 - 2010 son el resultado de las cuentas nacionales anuales; mientras que a partir del año 2011 en adelante, los resultados

(2) Incluye: Actividades inmobiliarias y Entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios

FUENTE: Banco Central del Ecuador

Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

De acuerdo a la información del Banco Central del Ecuador, se puede apreciar que el PIB tiene un crecimiento sostenido de alrededor del 4% y en lo que respecta al sector enseñanza y servicios sociales hubo una gran inversión principalmente en el 2009 y 2010 para luego equilibrarse y estar en el mismo 4%. También se debe considerar que la participación del sector enseñanza en el PIB pasó del 1,6% al 4%.

Además es importante destacar que la tasa de crecimiento poblacional es un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo en cuestión de infraestructura (por ejemplo, escuelas, hospitales, vivienda, carreteras), recursos (por ejemplo, alimentos, agua, electricidad), y empleo. El rápido crecimiento demográfico puede ser visto como una amenaza por los países vecinos.

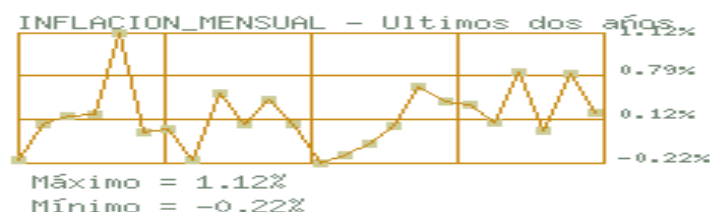
El gasto público al estar orientado en gran medida, al gasto social (educación, salud, vivienda) y la política de subsidios a la vivienda y el Bono de Desarrollo Humano, ha permitido la redistribución del ingreso y reducción de la pobreza y el desarrollo de la innovación empresarial, en los aspectos mencionados de manera macro como por ejemplo las escuelas del milenio.

Respecto a la inflación que se la analiza a través del índice de Precios al consumidor, en primera instancia hay que mencionar que existen varias causas que explican la subida de los precios de bienes y servicios a partir del año 2007.

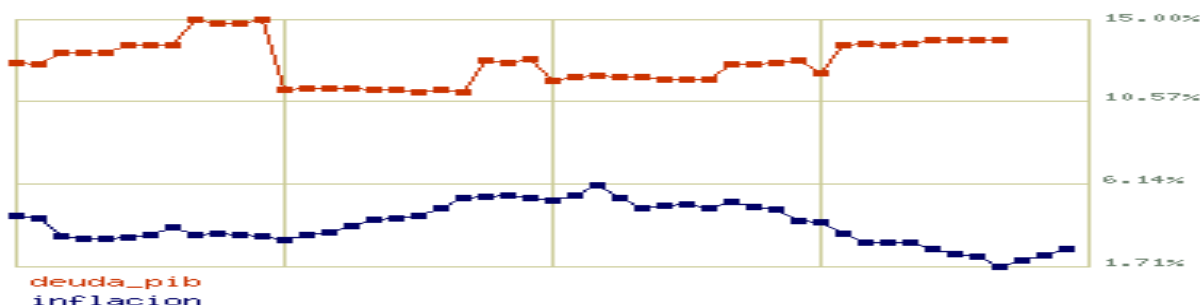
Uno de ellos tiene que ver con la depreciación del dólar en el contexto internacional frente al euro, el aumento de precio en las principales materias primas, lo cual en un economía dependiente como la del Ecuador hizo que las importaciones alcancen un crecimiento bastante acelerado, como solución a la afectación de los costos en las diferentes industria.

Sin embargo, se puede decir que de todos modos hubo un incremento a los precios de los bienes y servicios de venta al consumidor final y este comportamiento no se reflejó en el margen de utilidad, sino en sostener el empleo y las actividades complementarias.

Gráfico 3.- Inflación



Comparación de Deuda como % del PIB frente a Índice de precios al consumidor (IPC)



Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

Tabla 5.- Contribución Anual a la Inflación

Menú principal		Menú Inflación		I.6.1 Contribución a la Inflación Anual General por Divisiones de Consumo Familias de ingresos altos, medios y bajos Año base: enero - diciembre 2004 = 100						
Periodo	GENERAL	DIVISIONES DE CONSUMO								
	Porcentaje Variación anual	Comunicaciones	Recreación y cultura	Educación	Restaurantes y hoteles	Bienes y servicios diversos				
Febrero	3,48	0,00	0,02							
Marzo	3,01	0,00	-0,03							
Abril	3,03	0,00	0,01							
Mayo	3,01	0,01	0,10							
Junio	2,68	0,02	-0,07							
Julio	2,39	0,03	0,11	0,42	0,42	0,19				
Agosto	2,27	0,00	0,05	0,42	0,45	0,21				
Septiembre	1,71	-0,01	-0,02	0,37	0,40	0,17				
Octubre	2,04	-0,01	0,03	0,37	0,42	0,22				
Noviembre	2,30	-0,01	0,14	0,42	0,44	0,16				
Diciembre	2,70	0,00	0,28	0,43	0,45	0,15				
2014 Enero	2,92	0,00	0,18	0,44	0,43	0,19				
Febrero	2,85	-0,01	0,18	0,44	0,50	0,22				
Marzo	3,11	-0,01	0,24	0,44	0,43	0,28				
Abril	3,23	-0,02	0,11	0,40	0,42	0,27				

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC.

Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

Tabla 6.- Índice de precio al Consumidor

Menú principal		Menú Inflación		I.3.1 Índice de precios al consumidor general y por divisiones de consumo (1)																
				Familias de ingresos altos, medios y bajos																
				Año base: enero - diciembre 2004 = 100																
Período	General					Transporte			Comunicaciones(3)			Recreación y cultura			Educación			Restaurantes y hoteles		
	Ponderación: 100.0%					13.6%			4.4%			5.9%			6.8%			6.8%		
	Índice	variación		Índice	variación		Índice	variación		Índice	variación		Índice	variación		Índice	variación			
		Anual	Mensual		Anual	Mensual		Anual	Mensual		Anual	Mensual		Anual	Mensual		Anual	Mensual		
2013	Enero	142,34	4,10	0,50	124,69	2,30	0,60	97,41	-0,20	-0,06	109,00	-0,01	0,81	162,76	6,52	0,00	152,55	7,40	1,91	
	Febrero	142,61	3,48	0,18	124,97	1,66	0,23	97,42	-0,09	0,01	109,53	0,28	0,49	162,76	6,52	0,00	152,73	6,08	0,12	
	Marzo	143,23	3,01	0,44	125,06	1,55	0,07	97,41	-0,09	-0,01	108,66	-0,53	-0,80	162,76	6,52	0,00	154,77	6,77	1,33	
	Abril	143,49	3,03	0,18	124,60	1,01	-0,37	97,55	0,09	0,14	110,54	0,08	1,74	165,33	6,87	1,57	155,07	6,75	0,20	
	Mayo	143,17	3,01	-0,22	124,20	0,57	-0,32	97,75	0,31	0,21	110,41	1,62	-0,12	165,11	6,33	-0,13	155,18	6,21	0,07	
	Junio	142,97	2,68	-0,14	124,54	0,92	0,27	97,85	0,43	0,10	109,32	-1,09	-0,99	165,04	6,05	-0,05	155,86	6,65	0,44	
	Julio	142,94	2,39	-0,02	124,65	0,63	0,09	97,97	0,58	0,12	110,33	1,89	0,92	165,04	6,05	0,00	155,97	6,00	0,07	
	Agosto	143,19	2,27	0,17	124,87	0,49	0,18	97,57	-0,02	-0,40	109,68	0,75	-0,59	165,04	6,05	0,00	157,08	6,34	0,71	
	Septiembre	144,00	1,71	0,57	125,21	0,83	0,27	97,45	-0,17	-0,13	110,87	-0,30	1,08	171,00	5,43	3,61	157,03	5,86	-0,03	
	Octubre	144,59	2,04	0,41	125,01	0,63	-0,16	97,45	-0,26	0,00	111,49	0,48	0,56	171,48	5,35	0,28	157,61	6,05	0,37	
	Noviembre	145,16	2,30	0,39	124,84	0,70	-0,13	97,46	-0,13	0,01	112,39	2,37	0,81	172,60	6,05	0,66	158,71	6,35	0,69	
	Diciembre	145,46	2,70	0,20	124,14	0,15	-0,56	97,37	-0,10	-0,10	113,13	4,64	0,66	172,60	6,05	0,00	159,20	6,35	0,31	
2014	Enero	146,51	2,92	0,72	124,18	-0,41	0,03	97,32	-0,09	-0,04	112,13	2,87	-0,89	172,60	6,05	0,00	161,54	5,89	1,47	
	Febrero	146,67	2,85	0,11	124,22	-0,60	0,04	97,19	-0,24	-0,14	112,65	2,85	0,47	172,60	6,05	0,00	163,18	6,84	1,02	
	Marzo	147,69	3,11	0,70	124,54	-0,42	0,26	97,22	-0,19	0,04	112,83	3,84	0,16	172,60	6,05	0,00	163,98	5,95	0,49	
	Abril	148,12	3,23	0,30	124,44	-0,13	-0,08	97,21	-0,35	-0,02	112,37	1,66	-0,40	174,30	5,43	0,98	163,80	5,63	-0,11	

Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

En la información a continuación se puede apreciar en el gráfico existe un mayor número de habitantes de género masculino de 0 a 64 años, lo cual nos permite deducir que es bastante factible establecer estrategias de innovación empresarial, ya que es un sector que se está desarrollando y uno de los factores del desarrollo es la implementación de la innovación en la formación de los habitantes del cantón.

Tabla 7.- Población del Cantón Cayambe por edad

<i><u>Población del Cantón Cayambe por: Grandes grupos de edad</u></i>	<i><u>Hombre</u></i>	<i><u>Mujer</u></i>	<i><u>Total</u></i>
<u>Población del Cantón Cayambe por: De 0 a 14 años</u>	14823	14558	29381
<u>Población del Cantón Cayambe por: De 15 a 64 años</u>	24986	26405	51391
<u>Población del Cantón Cayambe por: De 65 años y más</u>	2158	2865	5023
<u>Población del Cantón Cayambe por: Total</u>	41967	43828	85795

Fuente: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain>

Elaborado por: Marco Logroño

Los cuadros adjuntos muestran, los indicadores que permiten establecer el comportamiento del cantón con referente a una variable específica que se deriva en la educación y los lineamientos de innovación organizacional, para el desarrollo de nuevas estrategias de integración, aplicación y mejoramiento de la institución, a través del análisis de cifras, hechos, cambios o situaciones que lleven a un diagnóstico acertado de dónde estamos, qué hacemos y qué podemos esperar, enfocados en los objetivos organizacionales, con la finalidad de poder establecer la factibilidad de los programas o proyectos de aplicación, por medios de estrategias de innovación.

Tabla 8.- Indicadores Socio - Demográficos

Cuadro No. 3.

Indicadores sociodemográficos y socioeconómicos de la población por área geográfica

Indicadores	Total	Área	
		Urbana	Rural
INDICADORES DE POBLACIÓN			
Sociodemográficos			
Total de la población	15.225.080	10.179.095	5.045.985
Porcentaje de la población femenina	50,6%	51,0%	49,6%
Porcentaje de la población masculina	49,4%	49,0%	50,4%
Porcentaje de la población menor de 15 años	31,9%	30,7%	34,3%
Porcentaje de la población de 15 a 64 años	60,8%	62,9%	56,6%
Porcentaje de la población de 65 años y más	7,3%	6,4%	9,1%
Porcentaje de población asegurada ¹	36,2%	38,8%	31,2%
Dependencia demográfica ²	64,4%	59,0%	76,8%
Escolaridad promedio de personas de 24 años y más	9,3	10,6	6,5
Porcentaje de personas de 5 a 14 años que asisten a educación básica	94,2%	95,3%	92,4%
Porcentaje de personas de 15 a 17 años que asisten a educación media	58,8%	64,0%	49,1%
Socioeconómicos			
Tasa de participación bruta ³	50,0%	47,9%	54,3%
Tasa de participación global ⁴	62,9%	59,7%	69,4%
Tasa bruta de participación femenina	42,4%	40,4%	46,5%
Tasa bruta de participación masculina	57,8%	55,7%	61,9%
Ocupados por hogar	1,9	1,7	2,1
Dependencia económica ⁵	1,0	1,1	0,8
Dependencia por ocupados ⁶	1,1	1,2	0,9
Porcentaje de inactivos	37,1%	40,3%	30,6%

Fuente: INEC - Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales - ENIGHUR 2011-2012
Elaborado por: Marco Logroño

Tabla 9.- Distribución del Gasto

Cuadro No.41

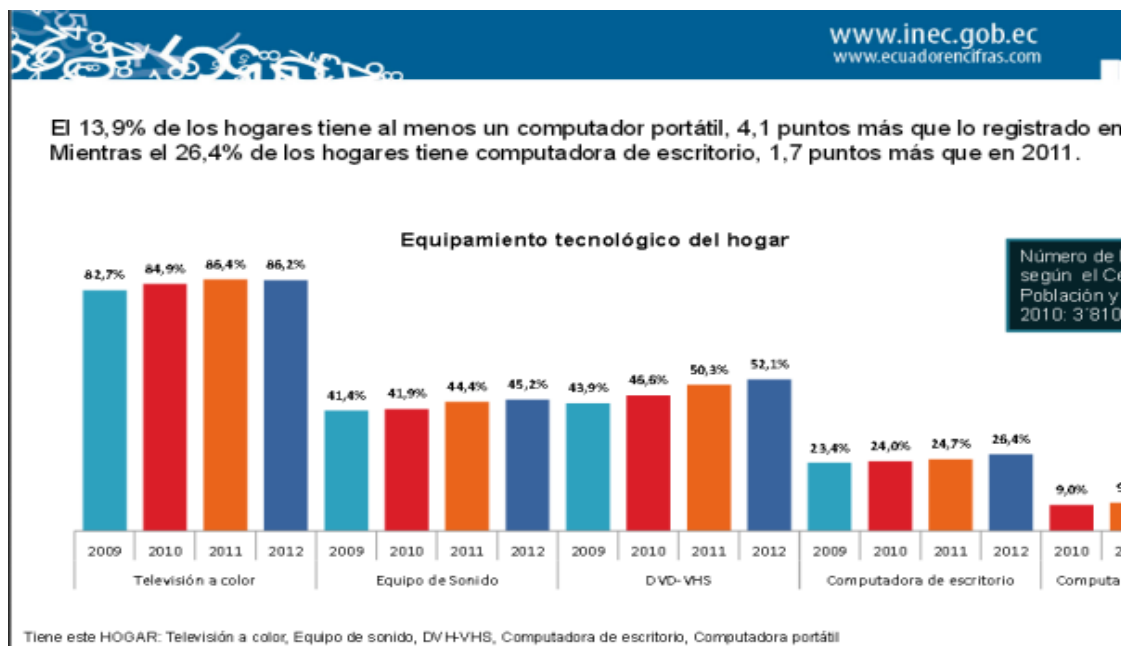
Distribución del gasto corriente de consumo mensual, según división de gasto y deciles de hogares ordenados por ingreso y área geográfica

Área geográfica, división de gasto y deciles de hogares	Total de hogares	Gasto total	Gasto promedio	Gasto máximo	Gasto mínimo
Total					
Gasto corriente de consumo del hogar	3.920.823	2.393.571.816	610	10.299	1
Alimentos y bebidas no alcohólicas	3.859.422	584.496.341	151	1.256	0
Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	1.047.175	17.303.834	17	661	0
Prendas de vestir y calzado	3.746.135	190.265.816	51	1.826	-
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	3.839.376	177.342.239	46	1.633	-
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	3.894.660	142.065.518	36	1.824	0
Salud	3.568.938	179.090.620	50	3.177	-
Transporte	3.599.702	349.497.442	97	7.707	-
Comunicaciones	3.222.409	118.734.692	37	1.127	-
Recreación y cultura	3.343.612	109.284.976	33	1.438	-
Educación	1.058.751	104.381.478	99	2.008	-
Restaurantes y hoteles	3.068.688	184.727.177	60	1.350	0
Bienes y servicios diversos	3.885.451	236.381.682	61	2.936	-

Fuente: INEC - Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales - ENIGHUR 2011-2012
Elaborado por: Marco Logroño

En la ilustración siguiente se puede observar que tan solo el 40.3% de la población en el Ecuador tiene computador el 13.9% computador portátil, 26.4% computadora de escritorio, es decir que aproximadamente 6'045.000 habitantes en el Ecuador tienen a disposición este recurso, mencionando además que el 20.11% tienen acceso a internet inalámbrico y de ellos el 53.5% es en el dispositivo móvil.

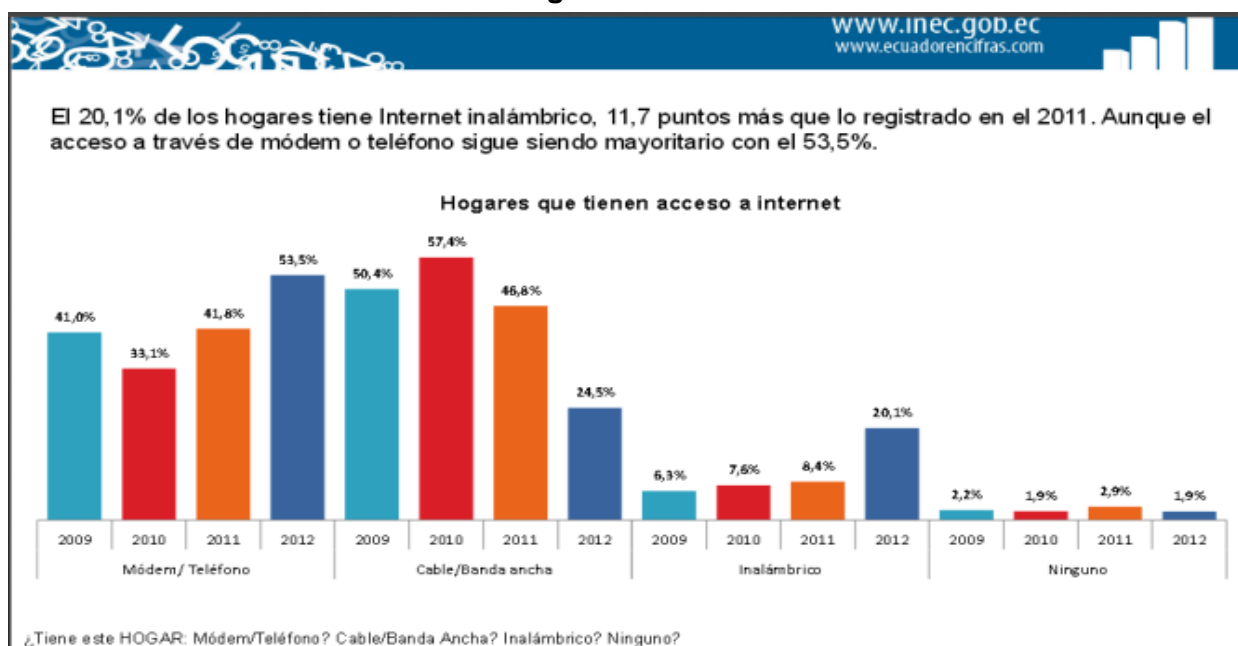
Gráfico 4.- Equipamiento Tecnológico en el Hogar



Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

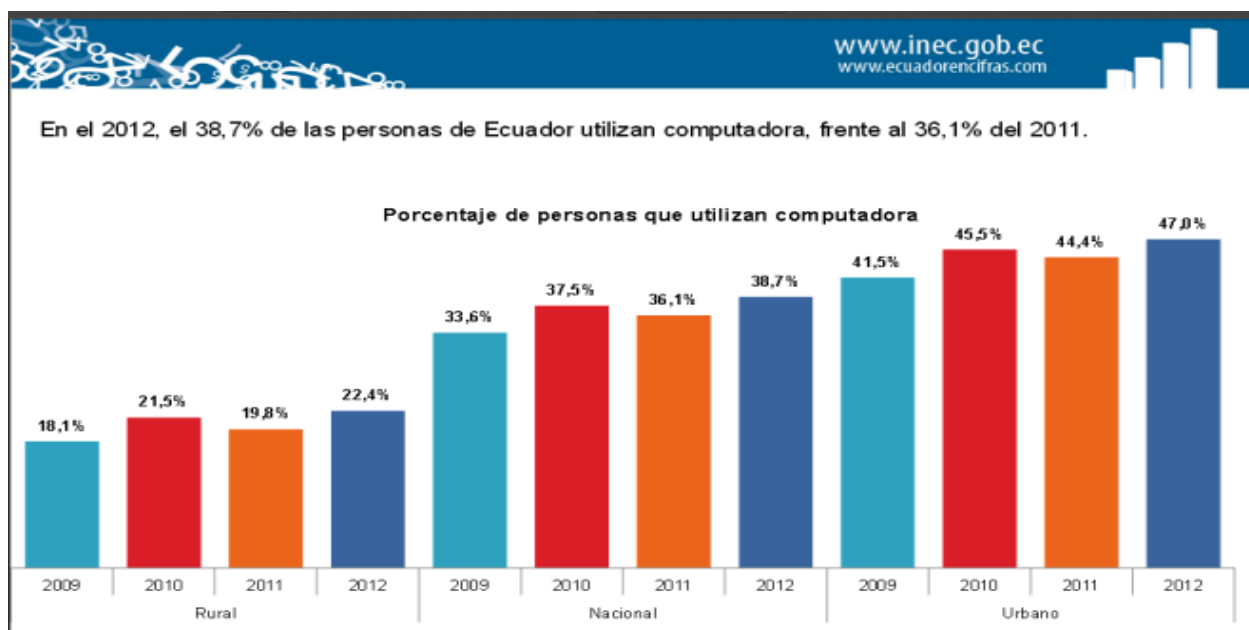
Gráfico 5.- Hogares con acceso a Internet



Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

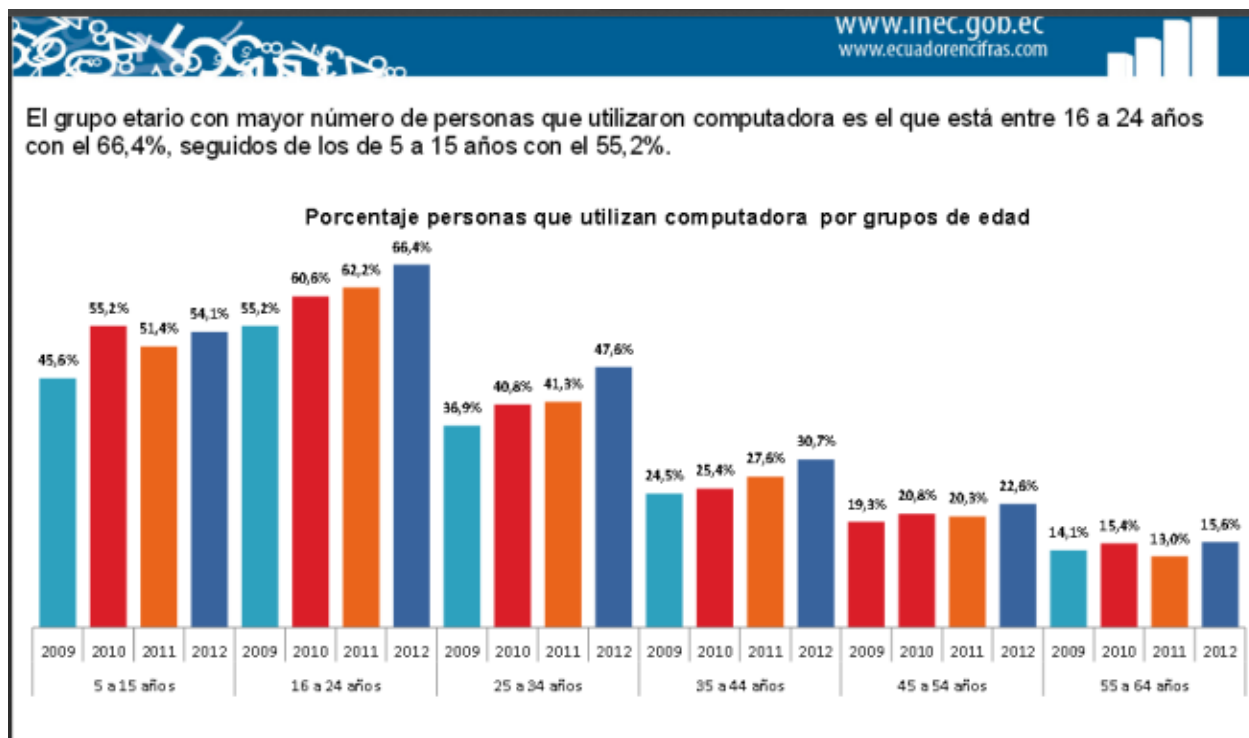
Gráfico 6.- Personas que utilizan internet



Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

Gráfico 7.- Uso de computador por edad



Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

El uso del internet como herramienta de investigación y fuente de información ha ido incrementando de manera acelerada, ya que en una sociedad con políticas ecológicas como las de cero papeles, entre otras, las de conservación del medio ambiente, van formando una cultura virtual, que en un país en vías de desarrollo como el Ecuador en el cual cuenta con una población rural 5'392,713, es decir aproximadamente el 33% de la población, las mismas que por su ubicación geográfica se le dificulta el acceso al bien llamado mundo virtual. El gobierno está implementando a través de estrategias de innovación como los centros educativos del milenio incluir a las nuevas generaciones en las TIC's.

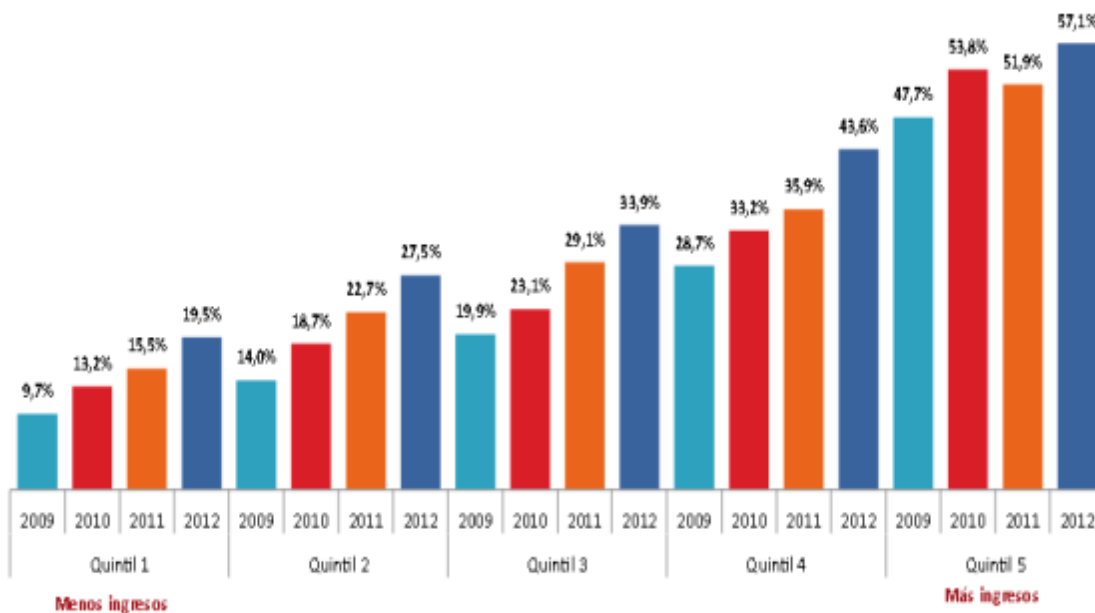
Como muestran las ilustraciones siguientes el uso de herramientas tecnológicas, están asociadas al nivel de ingresos familiar.

Gráfico 8.- Utilización de internet en los últimos 12 meses



La población que más Internet usa se encuentra en el quintil 5 (más ingresos) con el 57,1%. Sin embargo, del quintil 2 al 4 tuvieron crecimientos de 14 puntos entre el 2009 y el 2012.

Porcentaje de personas que en los últimos 12 meses han usado Internet - por quintiles



Fuente: INEC

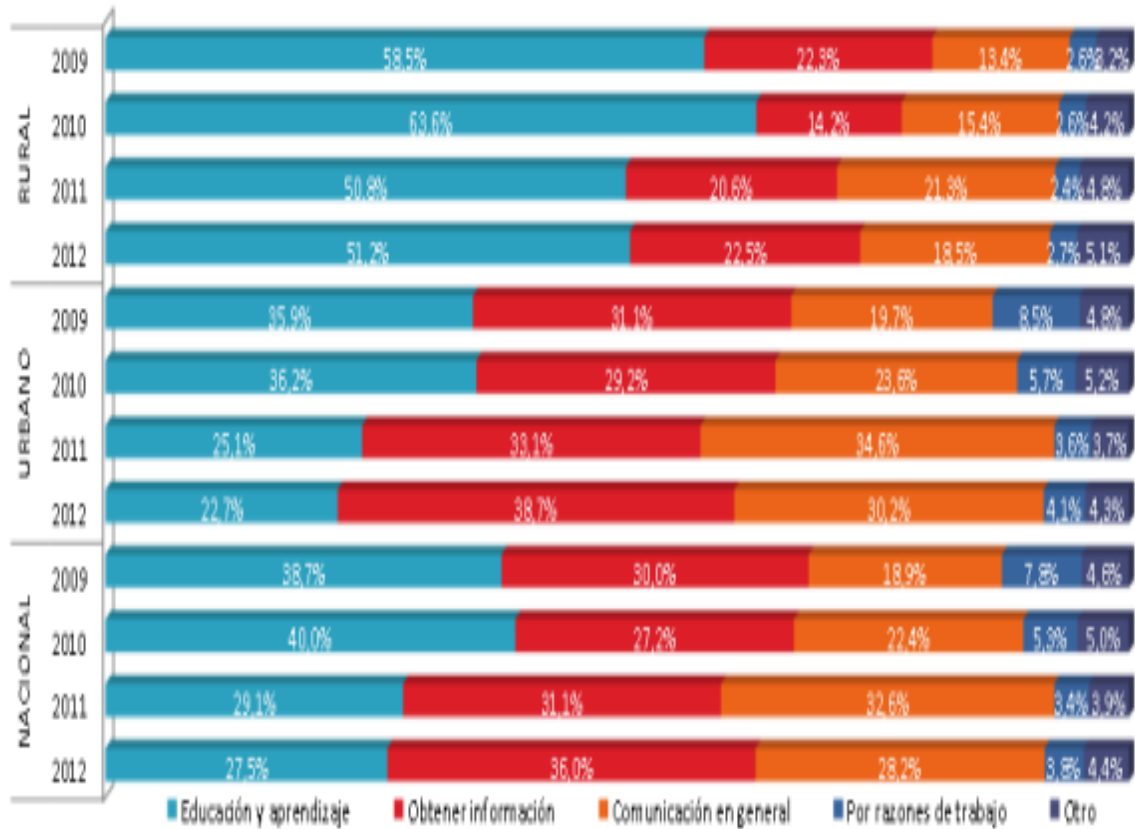
Elaborado por: Marco Logroño

Gráfico 9.- Razones de uso de Internet



En el 2012, el 36% de las personas usó Internet como fuente de información, mientras el 28,2% lo utilizó como canal de comunicación.

Razones de uso de Internet



¿Para qué servicios / actividades usó (...) el Internet, en los últimos 12 meses: (para su uso particular) Comunicación en general? Educación y aprendizaje? Por razones de trabajo? Obtener información? Otro?

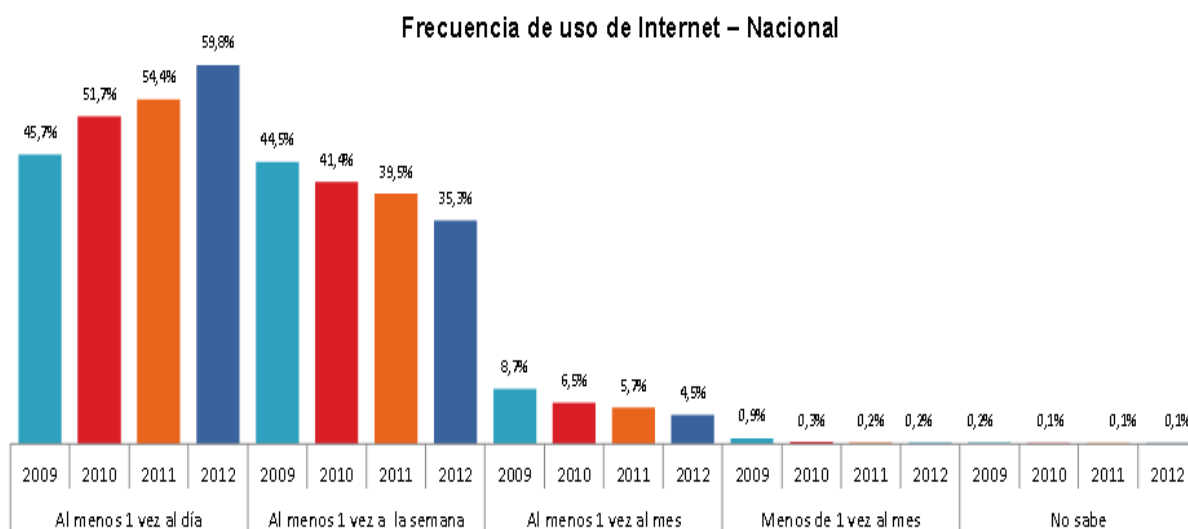
Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

Gráfico 10.- Frecuencia de uso de internet



El 59,8% de las personas que usa Internet lo hacen por lo menos una vez al día, seguidos de los que por lo menos lo utilizan una vez a la semana con el 35,3%.



Con que frecuencia usó (...) el Internet en los últimos 12 meses: Al menos 1 vez al día? Al menos 1 vez a la semana? Al menos 1 vez al mes? Menos de 1 vez al mes? No sabe?

Fuente: INEC

Elaborado por: Marco Logroño

2.1.1.3 Factor Político y Legal

La educación general básica en los últimos 5 años ha ido evolucionando en congruencia a las nuevas leyes y políticas generadas para demostrar un pensamiento lógico, crítico y creativo de los estudiantes.

Las nuevas leyes y reglamentos que rigen la educación básica pretenden, que los padres, madres, niños y niñas, cubran las expectativas de competitividad al fomentar una formación diversa y polifacética, en la cual se manejen contenidos, actividades y materiales que propicien un crecimiento en el aprendizaje, las capacidades individuales.

Tabla 10.- Horas semanales de Clase

ASIGNATURAS	HORAS SEMANALES DE CLASE POR ASIGNATURA / AÑOS DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA									
	1.º	2.º	3.º	4.º	5.º	6.º	7.º	8.º	9.º	10.º
LENGUA Y LITERATURA	25	12	12	9	9	9	9	6	6	6
MATEMÁTICA		8	8	7	7	7	7	6	6	6
ENTORNO NATURAL Y SOCIAL		5	5	-	-	-	-	-	-	-
CIENCIAS NATURALES		-	-	5	5	5	5	4	4	4
ESTUDIOS SOCIALES		-	-	4	4	4	4	4	4	4
EDUCACIÓN ESTÉTICA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
EDUCACIÓN FÍSICA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
LENGUA EXTRANJERA		-	-	-	-	-	-	5	5	5
CLUBES		3	3	3	3	3	3	3	3	3

Fuente: Ministerio de Educación y Cultura

Elaborado por: Marco Logroño

Ley Orgánica de Educación Intercultural, que regula la educación básica propone, asignar de forma progresiva recursos públicos del Presupuesto General del Estado para la educación básica, con incrementos anuales de al menos el 0,5% del Producto Interno Bruto hasta alcanzar un mínimo de 6% del PIB, con la finalidad de que las instituciones educativas puedan invertir en el crecimiento de infraestructura y equipos, pero mucho más en el aprendizaje de las nuevas generaciones.

2.1.1.4 Factor Tecnológico

El Índice de Competitividad Global (ICG), del foro mundial reporta que Ecuador refleja un estancamiento el acceso y desarrollo de tecnología, posicionado en el lugar 71, esto se debe al poco ingreso del internet y la falta de inversión en desarrollo tecnológico. Este particular se deriva de factores como la reducción de la inversión en tecnología por parte del sector empresarial, el limitado desarrollo productivo de manera general, la falta de acuerdos.

Además el Reporte de Competitividad Global (RCG) califica 12 pilares: institucionalidad, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud, educación primaria, educación superior y

entrenamiento. También se califica la eficiencia del país en el mercado de bienes y en el campo laboral.

El Ecuador presenta las siguientes cifras que permiten referenciar el factor tecnológico en el país.

Uso de tecnología

En 15'000.000 de habitantes se registra que el 60% de quienes tienen internet acceden una vez al día y el 35.6% accede una vez a la semana, tomando en cuenta que aproximadamente el 75% de ellos lo utilizan para consulta de información y como medio de comunicación en las redes sociales, en el área urbana.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), del 2011 a la fecha se refleja un aumento en el uso de la internet del 3% al 4%, el mismo que se encuentra ligado al grupo de personas entre 16 y 24 años. También se señala que el 57,1% de la población del quintil 5 (más ingresos) usa herramientas tecnológicas y apenas el 19,5% del quintil 1 (menos ingresos) tiene acceso a la tecnología. La población pobre no tiene acceso a Internet en las viviendas. Ellos la utilizan en los planteles educativos y en los centros de acceso público, donde no tiene costo por hora como sucede en los cibercafés.

En el Ecuador 800 mil personas cuentan con teléfonos inteligentes, de los 6.8 millones de personas que utilizan celular y de ellos 600 mil solo utilizan para entrar a las redes sociales. Los costos de los celulares inteligentes pueden llegar a los \$1 000, la Superintendencia de Telecomunicaciones registra 16 millones de líneas de celulares activas. Según sus datos, más del 90% corresponden al sistema prepago y el 10% restante al pos pago.

La tecnología es una herramienta que amplía los estándares de calidad de Educación como podemos apreciar en los siguientes enunciados:

- La posibilidad de igualar y extender las oportunidades de acceso a la educación, debido a la eliminación de barreras de tipo tiempo-espacial.
- Una mayor interacción entre escuelas, docentes y administradores.
- Facilitar el aprendizaje y la capacitación a lo largo de toda la vida
- Posibilidad de brindar educación más ajustada a las necesidades de cada alumno, sus capacidades e intereses.

2.1.2 Microambiente

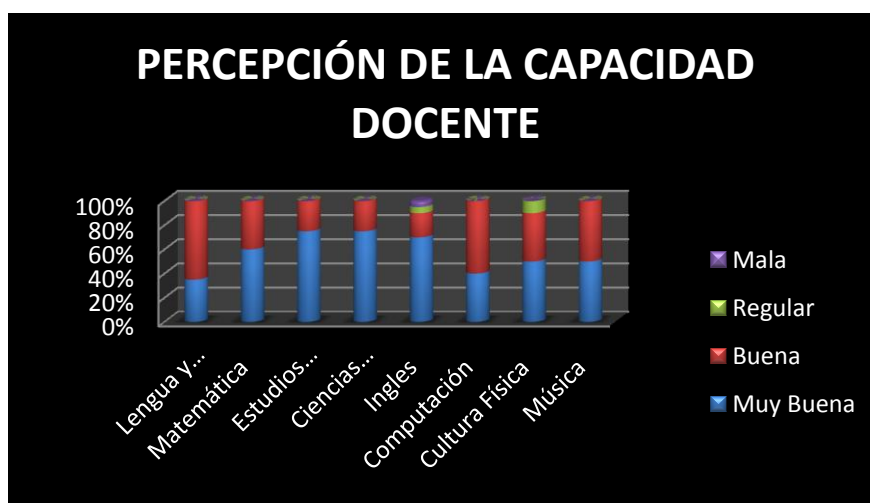
2.1.2.1 Clientes

Para analizar al cliente se ha empleado tres entrevistas, a los padres de familia, a los niños y al personal que labora en el Centro Educativo.

Esta herramienta nos ayudará a definir el comportamiento de todos los actores internos y externos de la institución, con la finalidad de diagnosticar y establecer las estrategias de innovación más efectivas.

Entrevista hacia los padres y madres de familia:

Gráfico 11.- Capacidad del Docente

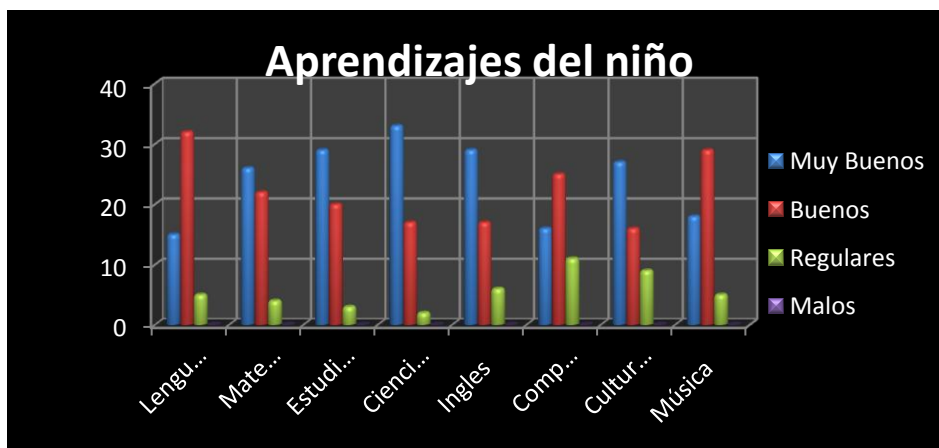


Fuente: Entrevistas padres de familia

Elaborado por: Marco Logroño

Los padres de familia mencionan a través de la entrevista que generalmente están a gusto con la metodología de enseñanza con los niños, ya que ellos siempre están motivados y quieren ir a la escuela.

Gráfico 12.- Aprendizaje del Niño



Fuente: Entrevistas padres de familia

Elaborado por: Marco Logroño

Como se puede apreciar en la ilustración, los padres de familia hacen una referencia muy clara del tipo de enseñanza aprendizaje de la escuela, quiere decir que tiene buenos conocimientos y contenidos, no solo para el cantón Cayambe, sino para los establecimientos de las consideradas ciudades principales, como es el caso de Quito, los padres manifiestan que los niños responden muy bien después de haber recibido la educación básica en Gatsu – CEVICA.

Gráfico 13.- Comportamiento



Fuente: Entrevistas padres de familia

Elaborado por: Marco Logroño

Los padres de familia afirman que algunas de las actitudes y comportamientos de los niños de Gatsu - CEVICA, han cambiado positivamente. Opinan que lo enseñado por los docentes, ha formado a estudiantes con más ganas de participar en actividades escolares y sobre todo, ser más solidarios con los compañeros.

Entrevista hacia los niños:

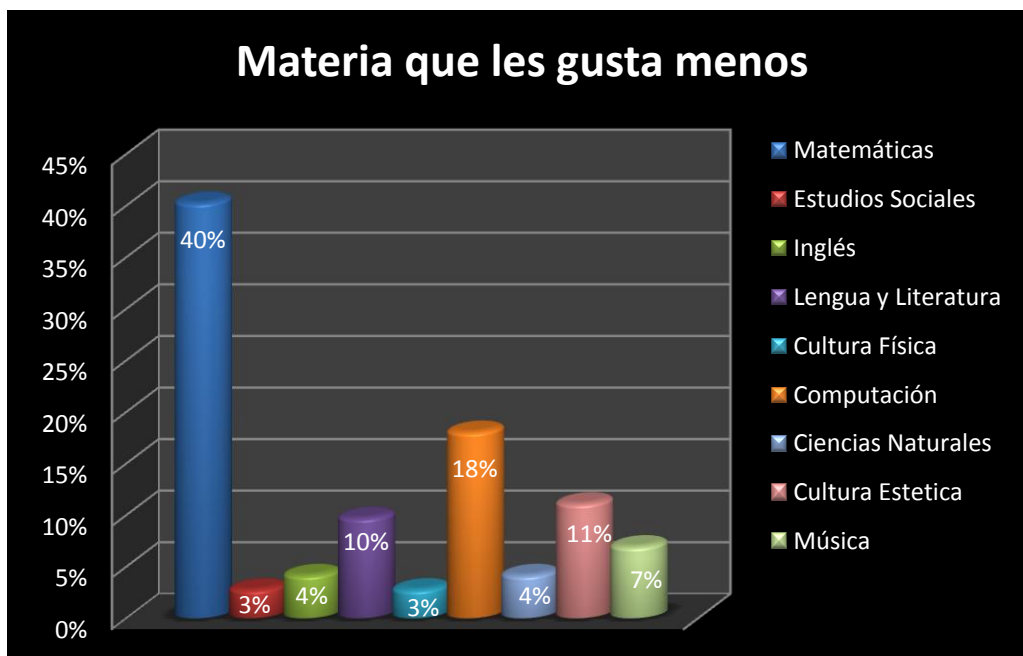
Gráfico 14.- Afinidad hacia la asignatura



Fuente: Entrevistas niños de CEVICA

Elaborado por: Marco Logroño

Gráfico 15.- Afinidad hacia la asignatura (2)

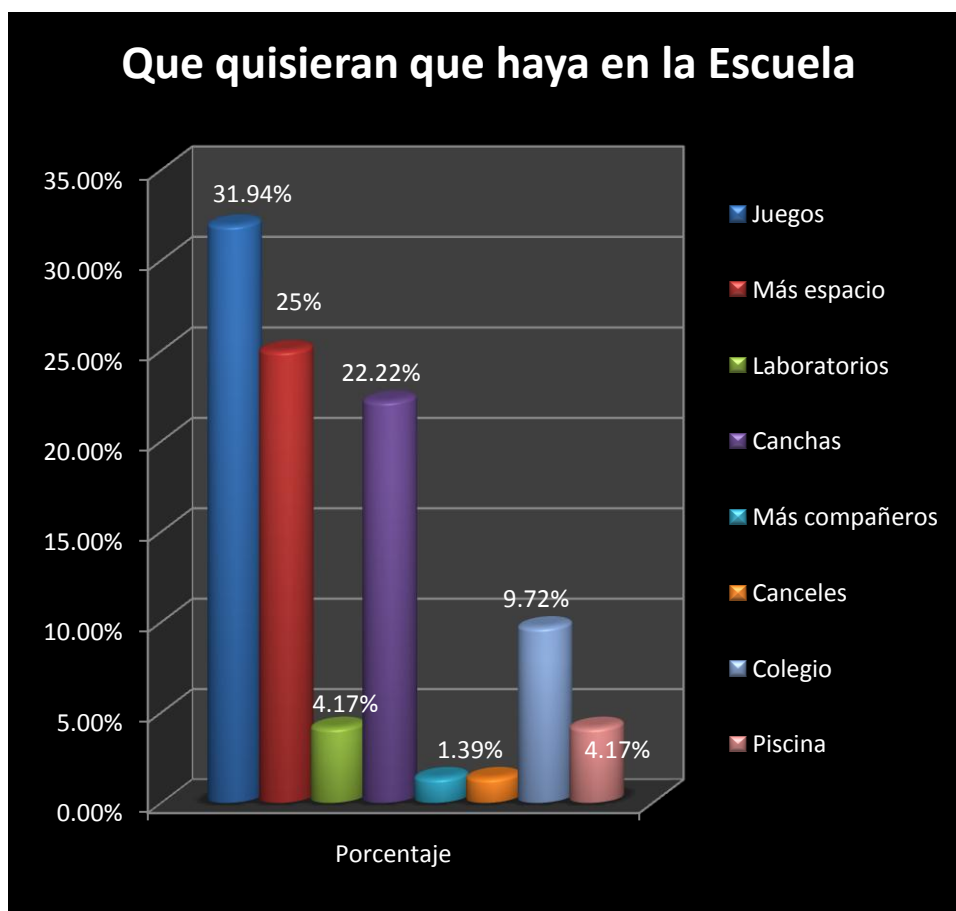


Fuente: Entrevistas niños de CEVICA

Elaborado por: Marco Logroño

Como se puede apreciar en los gráficos de resultados de la tabulación de entrevistas, Cultura Física que representa el 22%, ya que los niños consideran que esta es una asignatura en la que practican diferentes deportes y se pueden divertir con sus compañeros; sin embargo Matemáticas con un 40%, representa la materia que menos les agrada a los niños y es donde hay una oportunidad de a través de la innovación organizacional, estimular a los niños con otros métodos de enseñanza – aprendizaje.

Gráfico 16.- Expectativas del Cliente



Fuente: Entrevistas niños de CEVICA

Elaborado por: Marco Logroño

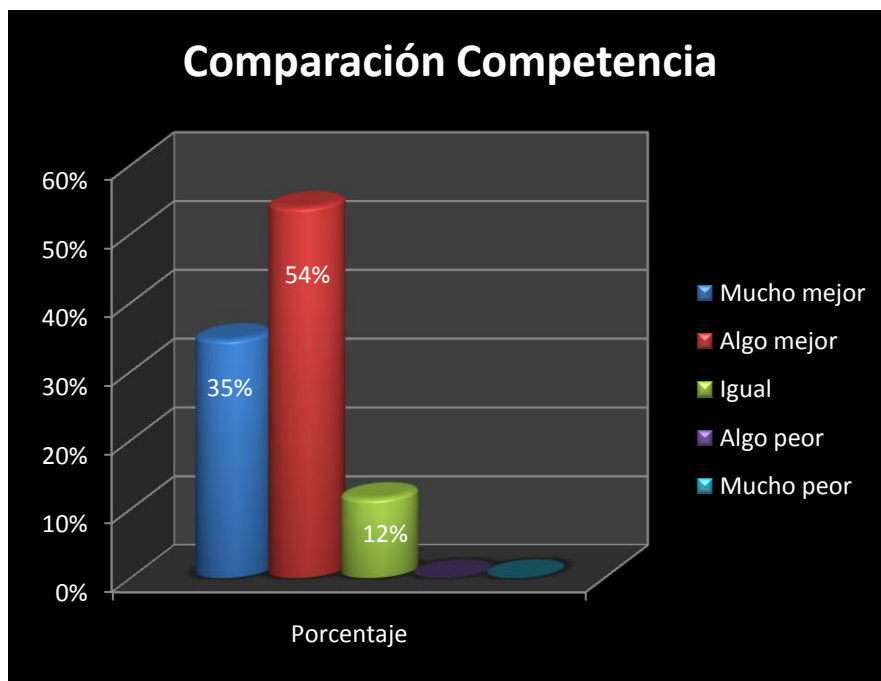
La entrevista realizada a los niños ellos se refieren a que en los establecimientos educativos del sector, debe de haber diversidad de espacios recreativos, los mismos que les permite interactuar con los demás y crecer dentro de una sociedad que conlleva con ella puntos de vista distintos.

2.1.2.2 Competencia

Para establecer la competencia de Gatsu – CEVICA, se ha aplicado la herramienta de recolección de datos por observación, a través de la investigación de campo, para la cual hemos aplicado la técnica de cliente fantasma, toda la información recopilada se la ha plasmado en una matriz de perfil competitivo, en la cual se puede apreciar el comportamiento y factores competitivos de Gatsu – Cevica, con respecto a cada una de escuelas consideradas competencia.

Gatsu – CEVICA frente a la Competencia en General

Gráfico 17.- Comparación con la competencia



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

En términos generales la institución dentro del cantón Cayambe, tiene un buen posicionamiento, como se puede ver en el gráfico, el 35% de los entrevistados mencionan que es mucho mejor que la competencia, mientras que el 54% y 12% mencionan que algo mejor o igual respectivamente.

Matriz de Perfil Competitivo

Tabla 11.- Perfil Competitivo

CENTROS EDUCATIVOS	GATSU-CEVICA		U. E. HÉROES DEL CENEPA		C.E. RUSCONI CARMELINA		SAMUEL BECKETT SCHOOL		CEDIM		
	Peso	Calfi.	Val. Pond.	Calfi.	Val. Pond.	Calfi.	Val. Pond.	Calfi.	Val. Pond.	Calfi.	Val. Pond.
Costos	0,1	3	0,3	2	0,2	5	0,5	4	0,4	4	0,4
Ubicación Geográfica	0,04	5	0,2	5	0,2	5	0,2	5	0,2	5	0,2
Filosofía Educativa	0,09	5	0,45	4	0,36	5	0,45	5	0,45	3	0,27
Contenido Curricular	0,1	5	0,5	5	0,5	5	0,5	5	0,5	5	0,5
Plantel Directivo- Docente	0,05	5	0,25	5	0,25	3	0,15	5	0,25	4	0,2
Clima Institucional	0,04	5	0,2	3	0,12	4	0,16	5	0,2	4	0,16
Atención al Cliente	0,06	5	0,3	5	0,3	4	0,24	5	0,3	5	0,3
Instalaciones Físicas	0,1	3	0,3	5	0,5	1	0,1	2	0,2	4	0,4
Infraestructura Pedagógica	0,1	2	0,2	5	0,5	1	0,1	2	0,2	3	0,3
Mobiliario General	0,06	3	0,18	5	0,3	2	0,12	3	0,18	3	0,18
Higiene y Estética	0,06	5	0,3	5	0,3	4	0,24	5	0,3	4	0,24
Mantenimiento	0,05	4	0,2	5	0,25	3	0,15	4	0,2	4	0,2
Equipamiento y Confort	0,05	4	0,2	5	0,25	2	0,1	4	0,2	4	0,2
Alimentación	0,06	5	0,3	2	0,12	3	0,18	2	0,12	5	0,3
Transporte	0,04	5	0,2	5	0,2	5	0,2	5	0,2	5	0,2
TOTAL	1		4,08		4,35		3,39		3,9		4,05

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

La competencia que posee el Centro Educativo GATSU-CEVICA es muy relevante. Sin embargo, los resultados que se obtuvieron en la investigación nos demuestran que CEVICA es superior con el 20% frente a la escuela RUSCONI CARMELINA, con el 5% respecto de SAMUEL BECKETT SCHOOL y el 1% en comparación de CEDIM.

Esto resulta muy beneficioso, pues se supera a tres de las cuatro instituciones analizadas, confirmando así, el por qué, la gran mayoría de padres de familia en la encuesta realizada, consideran a Gatsu-CEVICA algo mejor que otros centros educativos.

2.2 Diagnóstico Interno

2.2.1 Capacidad Administrativa

Se entiende esta capacidad como la aptitud para hacer que los recursos y los esfuerzos humanos sean productivos y se usen de la manera más eficiente posible, además se encarga de prevenir y mejorar y de estar al tanto de las condiciones cambiantes. Capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y las metas de organización de manera efectiva.

A continuación la descripción de la capacidad administrativa de Gatsu – Cevica:

a. Administrador

Esta persona se encarga de elaborar la memoria económica, la rendición de cuentas, el presupuesto del centro correspondiente a cada ejercicio económico y de gestionar los préstamos necesarios, también organiza, administra y gestiona los servicios de compras para el almacén de materiales para obras, instalaciones y en general para los servicios del centro. Además, supervisa los flujos de dinero para liquidar puntualmente los pagos de la institución, a proveedores, pagos de deudas pendientes e IESS.

Realiza las estadísticas y proyectos que son requeridos por el Ministerio de Educación, cuando se solicita el aumento en el precio de las pensiones.

Elabora un informe económico anual, con el objetivo de mantener informado a la directora y en algunos casos a los padres familia.

b. Contadora

El Centro Educativo tuvo que contratar a una contadora, debido a que en el año 2011 supero la base imponible de los impuestos que les obliga a llevar contabilidad.

Esta persona se encarga de llevar las cuentas de manera óptima, realiza las retenciones respectivamente, elabora las declaraciones mensualmente y mantiene al día los balances financieros, con la información que le es enviada por parte de la escuela. Presenta los balances al administrador para su análisis y aprobación. Debemos mencionar que la contadora trabaja

de manera externa ya que no acude al centro educativo de forma diaria como el resto del personal.

c. Directora

La directora es el eje fundamental de la institución, ya que no solo se encarga de sus funciones como directora, sino también se involucra en todas las áreas de la institución. Dentro de sus principales actividades está atender a los padres de familia, revisar la planificación diaria de cada profesor, estar al tanto de que sucede con cada niño, coordina y vela la ejecución de carácter académico de profesores y alumnos en relación al plan anual del centro, coordina las actividades de orientación escolar y profesional, convoca y preside reuniones tanto de padres de familia, niños y profesores, custodia y dispone de la utilización de los recursos-materiales del centro.

Otro aspecto importante es que la directora brinda un soporte técnico a los profesores, da apoyo en caso de que exista algún inconveniente dentro de la institución, escuchando a las partes involucradas con el objetivo de dar una solución acertada al problema.

d. Secretaria

Esta persona se encarga de trámites administrativos, como por ejemplo: cobro de pensiones, pago de servicios básicos, manejo de la base de datos de la escuela, supervisión del registro de asistencia, utilizando programas básicos como Access y Excel. Así mismo recopila toda la información necesaria que requieren el administrador y la contadora, mediante un informe elaborado semanalmente con el objetivo de mantenerlos al tanto de lo que sucede en la escuela. De la misma manera ejecuta todas las instrucciones que recibe por parte del administrador y directora, además de realizar las comunicaciones oficiales para los padres de familia y personal.

Otra de las actividades que realiza, es recibir y dar información a todas las personas que lleguen al centro educativo, por último debemos mencionar que es la persona pendiente de observar las aulas para evitar que los alumnos estén sin profesor.

e. Personal de Servicios

Está conformado por una persona, la cual trabaja bajo un contrato tácito, realiza todas las labores de limpieza en la escuela tanto en aulas, patios, baños, etc. De la misma manera, brinda su ayuda en todo lo que se necesite en la escuela, por ejemplo a los profesores,

entregándoles el material que necesitan para toda la semana o en el bar al momento de dar el lunch.

También se encuentra pendiente de todo en la escuela es decir, si sucede algún percance con las instalaciones, ella de inmediato da aviso de lo que sucede al administrador para buscar una solución oportuna; además es la encargada de llevar un inventario de los materiales y herramientas de la institución.

Su trabajo lo realiza durante el día ya que por la tarde recibe la ayuda de la Profesora de parvulitos, la cual se encarga de la limpieza de las aulas que dirige.

Tabla 12.- Cargos CEVICA

CARGO	Nº de personas
Administrador	1
Contadora (externa)	1
Directora	1
Asistente administrativo	1
Personal de servicios	1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

2.2.2 Capacidad del Talento Humano

Personas aptas y capaces de ejercer las actividades relevantes que agregan valor al producto o servicio, de acuerdo al giro del negocio.

A continuación las personas que se encargan de la transformación:

a. Personal Docente

Están encargados de impartir sus conocimientos a los alumnos, velar por el cuidado de los niños, evaluar su desempeño llevando un registro de todas las notas, las cuales tienen que ser entregadas a la Directora para su debido análisis de rendimiento escolar. Así mismo tienen la obligación de llevar una planificación semanal de sus actividades en las aulas, la misma que también es entregada a la Directora para verificar el avance en las materias.

Además participan en la elaboración y aplicación del plan educativo, establecen las directrices para la programación y desarrollo de las actividades escolares complementarias, actividades extra-escolares, servicios escolares y elaboración y evaluación del POA.

Por último atienden las inquietudes de los padres de familia que se acercan al establecimiento.

b. Personal del Servicio de Bar

El bar se encuentra administrado por una persona, la cual se encarga de brindar un buen servicio es decir, que tanto los productos y la comida que ofrece deben ser nutritivos y saludables; un claro ejemplo de esto, es que dentro de sus productos no se encuentra golosinas ni comida chatarra. Además debe llevar un uniforme, el cual debe ser adecuado para el servicio de bar.

La Directora en base a su experiencia en Talleres de Nutrición para niños, elabora un menú mensual dirigido para los estudiantes de la escuela, el cual entrega a la persona encargada del bar para que los prepare. La secretaria envía un comunicado con el menú del mes a cada padre de familia para que tengan conocimiento del mismo, con el objetivo de registrar aquellos niños que van a hacer uso de este servicio.

Hay que mencionar que la persona encargada del bar no tiene relación de dependencia con la escuela, por lo que sus ingresos están en función de las ventas que esta persona realiza; de la misma manera la escuela no recibe ningún beneficio económico por este servicio.

c. Personal del Servicio de Transporte Escolar

Se conforma de dos personas, las cuales usan dos furgonetas brindando un servicio de puerta a puerta a los estudiantes; estas personas son las encargadas de recoger a cada niño de su casa, teniendo un prudencial tiempo de espera con aquellos niños que se demoran en salir; sin embargo, deben estar puntuales a la hora de ingreso a la escuela. Por la tarde acuden anticipadamente a la hora de la salida de los niños, con el objetivo de que cuando los niños salgan de sus aulas vayan directo a su recorrido, por lo que ellos deben estar pendientes de que no se quede ninguno.

2.2.3 Capacidad Económica Financiera

CEVICA, presupuesta y se proyecta a través de los ingresos que le representan de las matriculas y pensiones, tanto para el manejo diario, cumplimiento del Plan Operativo y

reinversiones, principalmente en aquellos ítems que le permiten seguir a la vanguardia con los requerimientos del mercado y los requisitos exigidos por ley.

El Administrador de CEVICA tiene claro el manejo de la capacidad financiera, como el manifiesta en un resumen que se expone a continuación:

A través de su capacidad financiera, una empresa ejerce una buena administración de sus recursos internos y externos; así mismo, con el buen manejo de nuestros recursos creamos una seguridad financiera que nos permita la suficiente liquidez para cumplir con las operaciones sin la necesidad de recurrir al alza en los costos y finalmente lograr una buena prestación de los servicios, que es el objetivo principal para alcanzar.

2.2.4 Capacidad Competitiva (académica)

El desarrollo del centro educativo, comienza con establecer la diferenciación y el dinamismo al inicio de un ciclo escolar; el personal docente conjuntamente con la directora, realizan una revisión de los resultados obtenidos del año lectivo culminado, con el objetivo de conocer las falencias y fortalezas que obtuvieron en el aspecto pedagógico mediante la revisión de las pruebas de cada bloque académico.

Después de este análisis, los docentes junto con la directora preparan una planificación para el nuevo año lectivo. En el cual, Planifican un Plan Curricular Institucional basándose en el pensum que brinda el Ministerio de Educación y realizando los cambios necesarios para plasmar sus objetivos y cubrir todas sus necesidades educativas.

Dentro de este PCI existe una Planificación por área, en la cual se plantean los objetivos a lograrse de acuerdo al grado y materia, lo que les permite desarrollar las capacidades de los alumnos dependiendo de la instrucción que están recibiendo. La Directora es la encargada de revisar esta planificación, mientras que la secretaria es la encargada de archivar estos documentos.

Por último, cada profesor hace una Planificación Semanal, para conocer el desarrollo de sus actividades y resolver los problemas a tiempo; estas actividades son revisadas semanalmente por la Directora con el fin de verificar los conocimientos impartidos a lo largo de la semana.

2.2.5 Capacidad Tecnológica

Gatsu – CEVICA cuenta con un laboratorio de cómputo, con equipos nuevos, pero no a todos los niveles de educación básica les imparten el manejo y la importancia de las TIC's, por lo cual se recomienda conocer y aceptar la importancia de la capacidad de adquisición de tecnología por parte de estas instituciones educativas, ya que ella implica, el aprendizaje y la asimilación tecnológica para así realizar las adaptaciones y mejoras necesarias para que ellas se mantengan, sobrevivan o compitan en el mundo moderno y globalizado imperante.

El área administrativa está dotada de dos computadoras con internet de las siguientes características: velocidad down 6000 Kbps, velocidad Up 500 Kbps, se paga una tarifa mensual de aproximadamente \$55,00 el plan es descarga ilimitada con modem wi-fi.

CAPÍTULO III: PROPUESTA DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS

3.1 Sistematización del diagnóstico

Para tener una base sobre la cual se planteen las estrategias es necesario realizar el diagnóstico tal como se lo efectuó en el capítulo anterior, sin embargo es fundamental realizar la síntesis de la información en las Matrices de Impacto Interno y de Impacto Externo.

Análisis Situacional Interno

El análisis interno básicamente consiste en identificar las fortalezas (aspectos positivos) y debilidades (aspectos negativos) de la institución por parte de un grupo de expertos o peritos, concedores del funcionamiento global del Centro Educativo Víctor Cartagena, capaces de apreciar el impacto que esas debilidades y fortalezas pueden producir en los resultados de la gestión total. Se trata de analizar cuáles son sus recursos y capacidades, identificando las fortalezas y limitaciones (debilidades) de la organización para afrontar estratégicamente el medio ambiente (Escalante, 2007)

Tabla 13.- Análisis Situacional interno

FORTALEZAS
Existe una buena planificación pedagógica por parte de los directivos
Cumplimiento de la normatividad
Educación personalizada al trabajar con grupos pequeños
Evaluación constante del progreso académico de los estudiantes y docentes
Actitud positiva del personal para implementar cambios
Los precios (pensiones) que ofrece son favorables en el mercado
Capacidad económica / financiera permite nuevas inversiones
Instalaciones propias
Trabajo en equipo
Las autoridades priorizan lo académico sobre todas las cosas
DEBILIDADES
Poca preparación para el avance tecnológico
No hay buena promoción y publicidad
Toma de decisiones centralizada en la Directora
Falta de materiales didácticos
Contratación periódica de docentes
Manejo administrativo y contable basado en la costumbre
Falta espacios para entretenimiento de los niños
Se maneja una contabilidad externa
Directora tiene una formación pedagógica y no empresarial
Poca capacitación de los maestros

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

Matriz de impacto interno

De acuerdo a la Matriz de Impacto Interna, se deben tener presentes los elementos del análisis interno antes clasificados, en este caso, encontraremos en la matriz la información de las fortalezas y debilidades de acuerdo al grado de beneficio (fortaleza) o de afectación (debilidad) que éste puede tener en la organización.(Escalante, 2007)

Tabla 14.- Matriz de impacto interna

MATRIZ DE IMPACTO INTERNA									
FACTORES	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Existe una buena planificación pedagógica por parte de los directivos(5)	X						5F		
Cumplimiento de la normatividad (5)	X						5F		
Educación personalizada al trabajar con grupos pequeños (5)	X						5F		
Evaluación constante del progreso académico de los estudiantes y docentes (5)	X						5F		
Actitud positiva del personal para implementar cambios (5)	X						5F		
Los precios (pensiones) que ofrece son favorables en el mercado (5)	X						5F		
Capacidad económica / financiera permite nuevas inversiones (3)		X						3F	
Instalaciones propias (3)		X						3F	
Trabajo en equipo (3)		X						3F	
Las autoridades priorizan lo académico sobre todas las cosas (3)		X						3F	
Poca preparación para el avance tecnológico (5)				X			5D		
No hay buena promoción y publicidad (5)				X			5D		
Toma de decisiones centralizada en la Directora (5)				X			5D		
Falta de materiales didácticos (5)				X			5D		
Contratación periódica de docentes (5)				X			5D		
Manejo administrativo y contable basado en la costumbre (5)				X			5D		
Falta espacios para entretenimiento de los niños (3)					X			3D	
Se maneja una contabilidad externa (3)					X			3D	
Directora tiene una formación pedagógica y no empresarial (3)					X			3D	
Poca capacitación de los maestros (3)					X			3D	

D: Debilidad **F:** Fortaleza **5** Alta **3** Media **1** Baja

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

Análisis situacional externo

El análisis externo, del entorno o medio ambiente es parte fundamental en el desarrollo de la Planificación Estratégica, pues este permite analizar posibles problemas o amenazas que existan en el entorno y que puedan afectar a la organización, por lo cual ayuda a contemplar la respuesta de la empresa a su medio ambiente presente y futuro.(Escalante, 2007)

Tabla 15.- Análisis Situacional externo

OPORTUNIDADES

Incremento de la población estudiantil
Nuevas tecnologías de la información y comunicación al servicio de la educación
La percepción de la población es favorable para CEVICA frente a otras instituciones
Existen fundaciones que ofertan eventos de capacitación
Tendencia a utilizar el internet
La Ley de Educación Intercultural Bilingüe es más permisible en la microcurrícula
Porcentaje de la canasta familiar destinada para la educación
La economía del país relativamente es estable y facilita el endeudamiento
Programas de acceso gratuito en el internet
Las otras instituciones educativas está retrasadas en los avances tecnológicos

AMENAZAS

Tendencia a preferir instituciones fiscales
Políticas rigurosas para evaluación a Centros Educativos particulares
La educación básica abarca hasta el décimo año
Instituciones públicas han recibido aportes significativos para infraestructura y tecnología
Ministerio tiene políticas que propenden el estancamiento de pensiones y matrículas en establecimientos privados
Incremento en la inflación puede cambiar el porcentaje destinado a educación en la canasta familiar básica
La sectorización de la educación
Ubicación de la institución
Preferencia para utilizar redes sociales como entretenimiento
Cambios de comportamientos en los hábitos de consumo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

Matriz de impacto externo

Para la Matriz de Impacto Externa, se deben tener presentes los elementos del análisis externo antes clasificados, en este caso, encontraremos en la matriz la información de las oportunidades y amenazas, de acuerdo al grado de beneficio (oportunidad) o de afectación (amenaza) que éste puede tener en la organización.

Tabla 16.- Matriz de Impacto externo

MATRIZ DE IMPACTO EXTERNA									
FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Incremento de la población estudiantil (5)	X						50		
Nuevas tecnologías de la información y comunicación al servicio de la educación (5)	X						50		
La percepción de la población es favorable para CEVICA frente a otras instituciones (5)	X						50		
Existen fundaciones que ofertan eventos de capacitación (5)	X						50		
Tendencia a utilizar el internet (5)	X						50		
La Ley de Educación Intercultural Bilingüe es más permisible en la microcurrícula (3)		X						30	
Porcentaje de la canasta familiar destinada para la educación (3)		X						30	
La economía del país relativamente es estable y facilita el endeudamiento (3)		X						30	
Programas de acceso gratuito en el internet (3)		X						30	
Las otras instituciones educativas está retrasadas en los avances tecnológicos (3)		X						30	
Tendencia a preferir instituciones fiscales (5)				X			5A		
Políticas rigurosas para evaluación a Centros Educativos particulares(5)				X			5A		
La educación básica abarca hasta el décimo año (5)				X			5A		
Instituciones públicas han recibido aportes significativos para infraestructura y tecnología (5)				X			5A		
Ministerio tiene políticas que propenden el estancamiento de pensiones y matrículas en establecimientos privados (5)				X			5A		
Incremento en la inflación puede cambiar el porcentaje destinado a educación en la canasta familiar básica (5)					X			3A	
La sectorización de la educación (3)					X			3A	
Ubicación de la institución (3)					X			3A	
Preferencia para utilizar redes sociales como entretenimiento (3)					X			3A	
Cambios de comportamientos en los hábitos de consumo (3)					X			3A	

A: Amenaza **O:** Oportunidad **5** Alta **3** Media **1** Baja

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

Matriz de Vulnerabilidad

En esta matriz se interrelacionan los factores que impactan negativamente al funcionamiento de la empresa a nivel interno versus externo, esto es, debilidades y amenazas, respectivamente. Por cada uno de los elementos se hace la confrontación de los términos y se toma en cuenta la calificación que fue tomada en la matriz de impacto. Se compara cómo el elemento que se encuentra internamente, es una debilidad y puede ser afectado por una amenaza que se encuentra externamente. (Escalante, 2007)

Tabla 17.- Matriz de Vulnerabilidad

MATRIZ DE VULNERABILIDAD												
Debilidades	Amenazas	Tendencia a preferir	Políticas rigurosas	La educación básica	Instituciones	Ministerio tiene	Incremento en la	La sectorización de	Ubicación de la	Preferencia para	Cambios de	Total
		instituciones fiscales (5)	para evaluación a Centros Educativos particulares(5)	abarca hasta el décimo año (5)	públicas han recibido aportes significativos para infraestructura y tecnología (5)	que propenden al estancamiento de pensiones y matrículas en establecimientos privados (5)	inflación puede cambiar el porcentaje destinado a educación en la canasta familiar básica (5)	la educación (3)	institución (3)	utilizar redes sociales como los hábitos de entretenimiento (3)	comportamientos en consumo (3)	
Poca preparación para el avance tecnológico (5)		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
No hay buena promoción y publicidad (5)		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Toma de decisiones centralizada en la Directora (5)		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Falta de materiales didácticos (5)		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Contratación periódica de docentes (5)		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Manejo administrativo y contable basado en la costumbre (5)		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Falta espacios para entretenimiento de los niños (3)		3	3	3	5	5	3	3	5	3	3	36
Se maneja una contabilidad externa (3)		3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	32
Directora tiene una formación pedagógica y no empresarial (3)		3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	32
Poca capacitación de los maestros (3)		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
	TOTAL	42	44	42	44	44	42	42	44	42	44	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

De la matriz de vulnerabilidad se tomarán en cuenta los indicadores que mayores resultados obtuvieron, pero sobre todo los que mayor influencia tienen con el resto, con la finalidad de utilizarlos para la toma de decisiones.

Matriz de Aprovechabilidad

Se hace la confrontación tomando como parte principal lo interno (fortalezas), pues se está hablando como organización y las variables internas son las que se puede tomar decisiones y cambiar, mas aquellas situaciones externas hay que considerarlas que están allí y hay que aprovecharlas para desarrollar estrategias que le permitan crecer como empresa.(Escalante, 2007)

Tabla 18.- Matriz de Aprovechabilidad

MATRIZ DE APROVECHABILIDAD											
Fortalezas / Oportunidades	Incremento de la población estudiantil (5)	Nuevas tecnologías de la información y comunicación al servicio de la educación (5)	La percepción de la población es favorable para CEVICA frente a otras instituciones (5)	Existen fundaciones que ofertan eventos de capacitación (5)	Tendencia a utilizar el internet (5)	La Ley de Educación Intercultural Bilingüe es más permisible en la microcurrícula (3)	Porcentaje de la canasta familiar destinada para la educación (3)	La economía del país relativamente es estable y facilita el endeudamiento (3)	Programas de acceso gratuito en el internet (3)	Las otras instituciones educativas está retrasadas en los avances tecnológicos (3)	TOTAL
Existe una buena planificación pedagógica por parte de los directivos(5)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Cumplimiento de la normatividad (5)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Educación personalizada al trabajar con grupos pequeños (5)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Evaluación constante del progreso académico de los estudiantes y docentes (5)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Actitud positiva del personal para implementar cambios (5)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Los precios (pensiones) que ofrece son favorables en el mercado (5)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Capacidad económica / financiera permite nuevas inversiones (3)	5	5	3	3	5	3	3	3	3	3	36
Instalaciones propias (3)	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	32
Trabajo en equipo (3)	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
Las autoridades priorizan lo académico sobre todas las cosas (3)	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	32
TOTAL	46	44	46	42	44	42	42	42	42	42	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

La matriz de aprovechabilidad presenta la calificación de las mejores opciones a ser mantenidas por la institución, de lo cual se busca un mantenimiento de las fortalezas y oportunidades para el óptimo funcionamiento y la mejora continua de la misma.

Para obtener otros enfoques para plantear las estrategias, las fortalezas y debilidades son evaluadas a través de otra de las herramientas de toma de decisiones con la finalidad de obtener mejores resultados midiendo cada una de fortalezas y debilidades a fin de una estructurada y correcta toma de decisiones.

Tabla 19.- Matriz de Evaluación de Factores Internos

	FORTALEZAS	% REL.	CALIF .	RESULTADO PONDERAD O
1	Existe una buena planificación pedagógica por parte de los directivos	0.10	4	0.4
2	Cumplimiento de la normatividad	0.08	2	0.16
3	Educación personalizada al trabajar con grupos pequeños	0.03	3	0.05
4	Evaluación constante del progreso académico de los estudiantes y docentes	0.034	3	0.10
5	Actitud positiva del personal para implementar cambios	0.06	3	0.18
6	Los precios (pensiones) que ofrece son favorables en el mercado	0.10	1	0.10
7	Capacidad económica / financiera permite nuevas inversiones	0.05	2	0.10
8	Instalaciones propias	0.08	3	0.24
9	Trabajo en equipo	0.05	3	0.15
10	Las autoridades priorizan lo académico sobre todas las cosas	0.05	2	0.10
	DEBILIDADES	% REL.	CALIF .	RESULTADO PONDERAD O
1	Poca preparación para el avance tecnológico	0.03	2	0.06
2	No hay buena promoción y publicidad	0.05	3	0.15
3	Toma de decisiones centralizada en la Directora	0.04	2	0.08
4	Falta de materiales didácticos	0.025	4	0.10
5	Contratación periódica de docentes	0.03	1	0.03
6	Manejo administrativo y contable basado en la costumbre	0.02	3	0.06
7	Falta espacios para entretenimiento de los niños	0.06	3	0.18
8	Se maneja una contabilidad externa	0.01	3	0.03
9	Directora tiene una formación pedagógica y no empresarial	0.065	3	0.19
10	Poca capacitación de los maestros	0.04	1	0.04
	TOTAL EVALUACIÓN AMBIENTE INTERNO			2,50

De la misma manera se evalúan las oportunidades y amenazas.

Tabla 20.- Matriz de Evaluación de Factores Externos

OPORTUNIDADES		% REL.	CALIF.	RESULTADO PONDERADO
1	Incremento de la población estudiantil	0.02	3	0.06
2	Nuevas tecnologías de la información y comunicación al servicio de la educación	0.025	4	0.10
3	La percepción de la población es favorable para CEVICA frente a otras instituciones	0.03	2	0.05
4	Existen fundaciones que ofertan eventos de capacitación	0.034	3	0.11
5	Tendencia a utilizar el internet	0.053	3	0.16
6	La Ley de Educación Intercultural Bilingüe es más permisible en la microcurrícula	0.10	2	0.2
7	Porcentaje de la canasta familiar destinada para la educación	0.05	2	0.01
8	La economía del país relativamente es estable y facilita el endeudamiento	0.08	3	0.24
9	Programas de acceso gratuito en el internet	0.05	2	0.10
10	Las otras instituciones educativas está retrasadas en los avances tecnológicos	0.05	3	0.15
AMENAZAS		% REL.	CALIF.	RESULTADO PONDERADO
1	Tendencia a preferir instituciones fiscales	0.03	2	0.06
2	Políticas rigurosas para evaluación a Centros Educativos particulares	0.05	3	0.15
3	La educación básica abarca hasta el décimo año	0.04	2	0.08
4	Instituciones públicas han recibido aportes significativos para infraestructura y tecnología	0.08	4	0.32
5	Ministerio tiene políticas que propenden el estancamiento de pensiones y matrículas en establecimientos privados	0.03	1	0.03
6	Incremento en la inflación puede cambiar el porcentaje destinado a educación en la canasta familiar básica	0.10	3	0.30
7	La sectorización de la educación	0.06	2	0.12
8	Ubicación de la institución	0.01	3	0.03
9	Preferencia para utilizar redes sociales como entretenimiento	0.065	3	0.195
10	Cambios de comportamientos en los hábitos de consumo	0.04	1	0.04
TOTAL EVALUACIÓN AMBIENTE EXTERNO				2,59

Tabla 21.- Matriz Interna / Externa (IE)

MATRIZ IE		TOTALES PONDERADOS DEL EFI		
		Fuerte	Promedio	Débil
		4,0 a 3,0	2,99 a 2,0	1,99 a 1,0
TOTALES PONDERADO DEL EFE	Alto 3,0 a 4,0	I CREZCA Y DESARROLLE	II CREZCA Y DESARROLLE	III PERSISTA O RESISTA
	Medio 2,0 a 2,99	IV CREZCA Y DESARROLLE	V PERSISTA O RESISTA	VI COSECHE O ELIMINE
	Bajo 1,0 a 1,99	VII PERSISTA O RESISTA	VIII COSECHE O ELIMINE	IX COSECHE O ELIMINE
		RESULTADO (EFI:2,50) (EFE:2,59)		

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Marco Logroño

Al finalizar la combinación de los resultados de las matrices EFI y EFE con valores de 2,50 y 2,59 respectivamente, se ha identificado que el resultado está ubicado en el V cuadrante que propone persistir o resistir, por tanto lo ideal es que se dé prioridad a mejorar los factores externos, para luego dar inicio al mejoramiento de los factores internos, y así poder trasladarse al cuadrante de crezca y desarrolle.

Persista o resista quiere decir que CEVICA tiene la posibilidad de insistir y reforzar las fortalezas para aprovecharlas al máximo y generar una mejora del producto/servicio además de aprovechar las oportunidades que se presentan.

Tabla 22.- Matriz de estrategias

ANÁLISIS INTERNO / ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Incremento de la población estudiantil	Tendencia a preferir instituciones fiscales
	Nuevas tecnologías de la información y comunicación al servicio de la educación	Políticas rigurosas para evaluación a Centros Educativos particulares
	La percepción de la población es favorable para CEVICA frente a otras instituciones	La educación básica abarca hasta el décimo año
	Existen fundaciones que ofertan eventos de capacitación	Instituciones públicas han recibido aportes significativos para infraestructura y tecnología
	Tendencia a utilizar el internet	Ministerio tiene políticas que propenden el estancamiento de pensiones y matrículas en establecimientos privados
	La Ley de Educación Intercultural Bilingüe es más permisible en la microcurrícula	Incremento en la inflación puede cambiar el porcentaje destinado a educación en la canasta familiar básica
	Porcentaje de la canasta familiar destinada para la educación	La sectorización de la educación
	La economía del país relativamente es estable y facilita el endeudamiento	Ubicación de la institución
	Programas de acceso gratuito en el internet	Preferencia para utilizar redes sociales como entretenimiento
Las otras instituciones educativas está retrasadas en los avances tecnológicos	Cambios de comportamientos en los hábitos de consumo	
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS F.O.	ESTRATEGIAS F.A.
Existe una buena planificación pedagógica por parte de los directivos	Utilizar herramientas virtuales para fortalecer los procesos de aprendizaje y mejorar la imagen institucional	Desarrollar herramientas informáticas para manejar adecuadamente la información y estar preparados para evaluaciones institucionales
Cumplimiento de la normatividad		
Educación personalizada al trabajar con grupos pequeños		
Evaluación constante del progreso académico de los estudiantes y docentes		
Actitud positiva del personal para implementar cambios		
Los precios (pensiones) que ofrece son favorables en el mercado		
Capacidad económica / financiera permite nuevas inversiones		
Instalaciones propias		
Trabajo en equipo		
Las autoridades priorizan lo académico sobre todas las cosas		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS D.O.	ESTRATEGIAS D.A.
Poca preparación para el avance tecnológico	Elaborar programas de capacitación docente en el uso de herramientas informáticas	Diseñar formas de comunicación y promoción sobre todo con los clientes externos
No hay buena promoción y publicidad		
Toma de decisiones centralizada en la Directora		
Falta de materiales didácticos		
Contratación periódica de docentes		
Manejo administrativo y contable basado en la costumbre		
Falta espacios para entretenimiento de los niños		
Se maneja una contabilidad externa		
Directora tiene una formación pedagógica y no empresarial		
Poca capacitación de los maestros		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

3.2 Direccionamiento Estratégico

Concluido el diagnóstico situacional es menester de todos los involucrados el enrumbar a la institución hacia los objetivos organizacionales en busca de la excelencia académica y de gestión.

Misión

Para obtener una misión que reúna todas las expectativas de los stakeholders, se consideró trabajarla sobre la base de responder a las siguientes interrogantes:

¿Qué tengo que hacer todos los días para concretar la perspectiva de futuro?

Formar a niños y niñas para la vida.

¿Para qué y por qué existimos como organización?

Ofrecer calidad académica y humana

¿Quiénes somos?

Institución educativa

¿Qué hacemos?

Respetar a los niños y niñas y hacerles felices

¿Hacia dónde nos dirigimos?

A desarrollar el pensamiento a través del constructivismo

¿A quiénes les satisfacemos?

A los niños y niñas, padres, maestros y empleados de CEVICA y a la comunidad de Cayambe en general.

De esta manera se propone la siguiente misión:

“El Centro Educativo Víctor Cartagena, recibe a niños y niñas desde los tres hasta los 15 años para que reciban una formación para la vida, con calidad académica y humana, respetando las individualidades a través de procesos constructivistas y en un ambiente que permita el desarrollo del pensamiento, de tal manera que sea un aporte para toda la comunidad cayambeña”

Visión

De la misma manera se procedió a formular la visión:

¿A dónde queremos llegar?

CEVICA desea ser el centro educativo líder en Cayambe.

¿Dónde estamos?

Somos reconocidos en la comunidad

¿Hacia dónde quiero ir?

A la innovación en el uso de metodologías alternativas en el proceso de aprendizaje

¿Qué quiero ser?

Alcanzar la excelencia académica

Para sintetizar, la visión que se propone se expresa de la siguiente manera:

“Para el año 2019, CEVICA, será una unidad educativa líder en Cayambe, reconocida por la excelencia académica y el uso de metodologías alternativas en los procesos de aprendizaje, en concordancia con sus valores y su responsabilidad social”

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar las actividades académicas y administrativas de tal manera que se pueda implementar un proceso de mejoramiento continuo y lograr un posicionamiento más amplio en toda la comunidad cayambeña.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar los procesos de aprendizaje
- Mejorar la gestión administrativa
- Fortalecer las relaciones con los clientes internos y externos para generar valor
- Capacitar al personal docente de la institución
- Desarrollar una adecuada identidad e imagen institucional

Estrategias

Las estrategias se identifican con la finalidad del cumplimiento de los objetivos, además de mostrar la acción general o alternativas para el uso correcto de los recursos, por tanto se han desarrollado varias estrategias:

- Utilizar herramientas virtuales para fortalecer los procesos de aprendizaje y mejorar la imagen institucional
- Desarrollar herramientas informáticas para manejar adecuadamente la información y estar preparados para evaluaciones institucionales
- Elaborar programas de capacitación docente en el uso de herramientas informáticas
- Diseñar formas de comunicación y promoción sobre todo con los clientes externos

Valores

Los valores que practica el centro educativo son:

- Respeto
- Solidaridad
- Honestidad
- La interculturalidad.
- Protección del medio ambiente.
- Formación de una ciudadanía democrática.
- Cuidado de la salud y hábitos de recreación.

3.3 Desarrollo de estrategias

3.3.1 Utilizar herramientas virtuales para fortalecer los procesos de aprendizaje y mejorar la imagen institucional

Hoy en día existen muchos programas y aplicaciones en la web que apoyan los procesos de aprendizaje en todos los niveles, sin embargo el de mayor incidencia es el Moodle; este programa es desarrollado en software libre y es el que la mayoría de instituciones educativas lo está utilizando, básicamente es una aplicación en la web a la que se puede acceder a través de un navegador web que puede ser internet explorer, mozilla firefox, etc., lo cual significa que

para su utilización es necesario contar con un ordenador en el cual esté instalado un navegador web y que se disponga de una conexión a internet.

Moodle está estructurado para ofertar cursos por medio del internet, esta herramienta entre otras cosas permite:

- Compartir material didáctico en forma de lecciones o clases, trabajos, ejercicios, cuestionarios, páginas web, etc.
- Desarrollar recursos de información como por ejemplo: foros, chats, audio, video, presentaciones, etc.
- Realizar múltiples actividades para que interactúen los estudiantes con el maestro o entre estudiantes como por ejemplo: wikis, cafetería, etc.

Es por estas razones que la estrategia consiste en la implementación de una aula virtual basada en moodle para lo cual en primera instancia se tiene que contratar un experto en esta herramienta, luego debe procederse a contratar un hosting en el cual se alojen las aulas virtuales; esto significa que no se comprará un servidor propio sino más bien se contará con un servidor internacional con el servicio 24/7, veinticuatro horas al día, siete días a la semana, que garantiza su accesibilidad todo el tiempo.

Por otro lado también hay que considerar que la tecnología cambia rápidamente y realizar una inversión fuerte para tener equipos propios se puede convertir posteriormente en una amenaza y transformarse luego en debilidad.

Posteriormente se debe emprender en un proceso de capacitación a todo el personal para empezar el desarrollo de las aulas virtuales.

Las aulas virtuales básicamente tienen el siguiente aspecto (Gonzáles de Felipe, 2014):

Gráfico 18.- Imagen de aula virtual de prueba

Curso Moodle de prueba Usted se ha autenticado como alumno en prueba (Salir)

Moodle ► Curso

Personas
Participantes

Actividades
Bases de datos
Chats
Consultas
Cuestionarios
Encuestas
Foros
Glosarios
Lecciones
Tareas
Wikis

Buscar en los foros
Ir
Búsqueda avanzada ?

Administración
Calificaciones
Perfil

Mis cursos
Curso Moodle de prueba
Todos los cursos ...

Diagrama semanal

- News forum
- Sala de Chat
- Base de datos
- Consulta
- Encuesta
- Foro
- Glosario
- Lección
- wiki
- Tarea

18 de octubre - 24 de octubre	etiqueta 1	<input type="checkbox"/>
25 de octubre - 31 de octubre	CUESTIONARIO	<input type="checkbox"/>
1 de noviembre - 7 de noviembre		<input type="checkbox"/>
8 de noviembre - 14 de noviembre		<input type="checkbox"/>
15 de noviembre - 21 de noviembre		<input type="checkbox"/>
22 de noviembre - 28 de noviembre		<input type="checkbox"/>

Novedades
Eventos próximos
No hay eventos próximos
Ir al calendario...
Nuevo evento...

Actividad reciente
Actividad desde lunes, 9 de marzo de 2009, 13:00
Informe completo de la actividad reciente...

Actualizaciones de cursos:
Actualizado: Lección:
Lección

Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

Con el pasar del tiempo se tiene que empezar a diseñar materiales propios de la institución para ser colgados en las aulas, sin embargo para alcanzar los objetivos establecidos la primera gran herramienta a utilizarse será los cuestionarios, ya que esto llamará mucho la atención tanto a los estudiantes como a los padres ya que serán enviados a desarrollarse en casa.

Un ejemplo de lo que se puede realizar se explica a continuación:

- 1) El profesor ingresa el cuestionario al sistema, las preguntas por lo general poseen una base o estructura y las opciones de respuesta. A continuación se citan las principales formas de efectuar las preguntas con sus respectivos ejemplos:

PREGUNTAS DE OPCIÓN MÚLTIPLE

¿Cuál es la palabra que está correctamente separada en sílabas?

- a- e- ro- ná- u- ti- co
- ae- ro- ná- u- ti- co
- a- e- ro- náu- ti- co
- ae- ro- náu- ti- co

PREGUNTAS DE EMPAREJAMIENTO

TÉRMINO	SIGNIFICADO
1. Coherente	a. Triste, disgustado
2. Trofeo	b. Que tiene conexión, enlace
3. Mohíno	c. Tregua, descanso, vegetación en medio del desierto
4. Oasis	d. Monumento, insignia, señal de victoria

- 1c, 2a, 3b, 4d
- 1d, 2b, 3c, 4a
- 1a, 2c, 3d, 4b
- 1b, 2d, 3a, 4c

PREGUNTAS DE SELECCIÓN

¿Qué palabras están tildadas correctamente?

1. jesuíta
2. prácticamete
3. exámen
4. construír
5. casuístico
6. confín

- 3,2,4
- 2,1,5
- 4,5,6
- 5,2,6

PREGUNTAS DE COMPLETAR

Complete:

Se denominan _____ a las cinco grafías que tienen sonido propio y no necesitan de otro fonema para formar sílaba.

- Pentasílabas
- Triptongos
- Unidades menores
- Vocales

Un ejemplo de cómo quedaría ya en el sistema es:

Gráfico 19.- Imagen de ejemplos de preguntas

The screenshot shows a Moodle quiz interface in a browser. The page title is "LENGUAJE". The breadcrumb trail is: Página Principal > Cursos > PRIMER NIVEL > LEN_PRIMERO > Evaluación General > Ensayo > Vista previa. The user is identified as "Administracion Facultad (Salir)".

Navegación por el cuestionario

1 2 3 4 5 6
7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18
19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30
31 32 33 34 35

Mostrar una página cada vez
Finalizar revisión
Comenzar una nueva previsuali

Navegación

Página Principal
Área personal
Páginas del sitio
Mi perfil
Curso actual
LEN_PRIMERO
Participantes
General

Comenzado el miércoles, 11 de junio de 2014, 20:46
Estado Finalizado
Finalizado en miércoles, 11 de junio de 2014, 20:46
Tiempo empleado 12 segundos
Puntos 0,00/35,00
Calificación 0,00 de un máximo de 10,00 (0%)

Pregunta 1
Sin contestar
Puntúa como 1,00
Marcar pregunta
Editar pregunta

De los siguientes términos homófonos, seleccione el que corresponde a cada oración:

Para esta obra necesitamos el apoyo del _____ Provincial

El jugo nutritivo de las plantas es la _____

Me serví un vaso de _____ de naranja

Respuesta incorrecta.
La respuesta correcta es: Para esta obra necesitamos el apoyo del _____ Provincial – Consejo, El jugo nutritivo de las plantas es la _____ – savia, Me serví un vaso de _____ de naranja – zumo

Pregunta 2
Sin contestar
Puntúa como 1,00
Marcar pregunta
Editar pregunta

De los siguientes términos homófonos, seleccione el que corresponde a cada oración:

El _____ de la cañería está destruido

_____ el bien sin mirar a quien

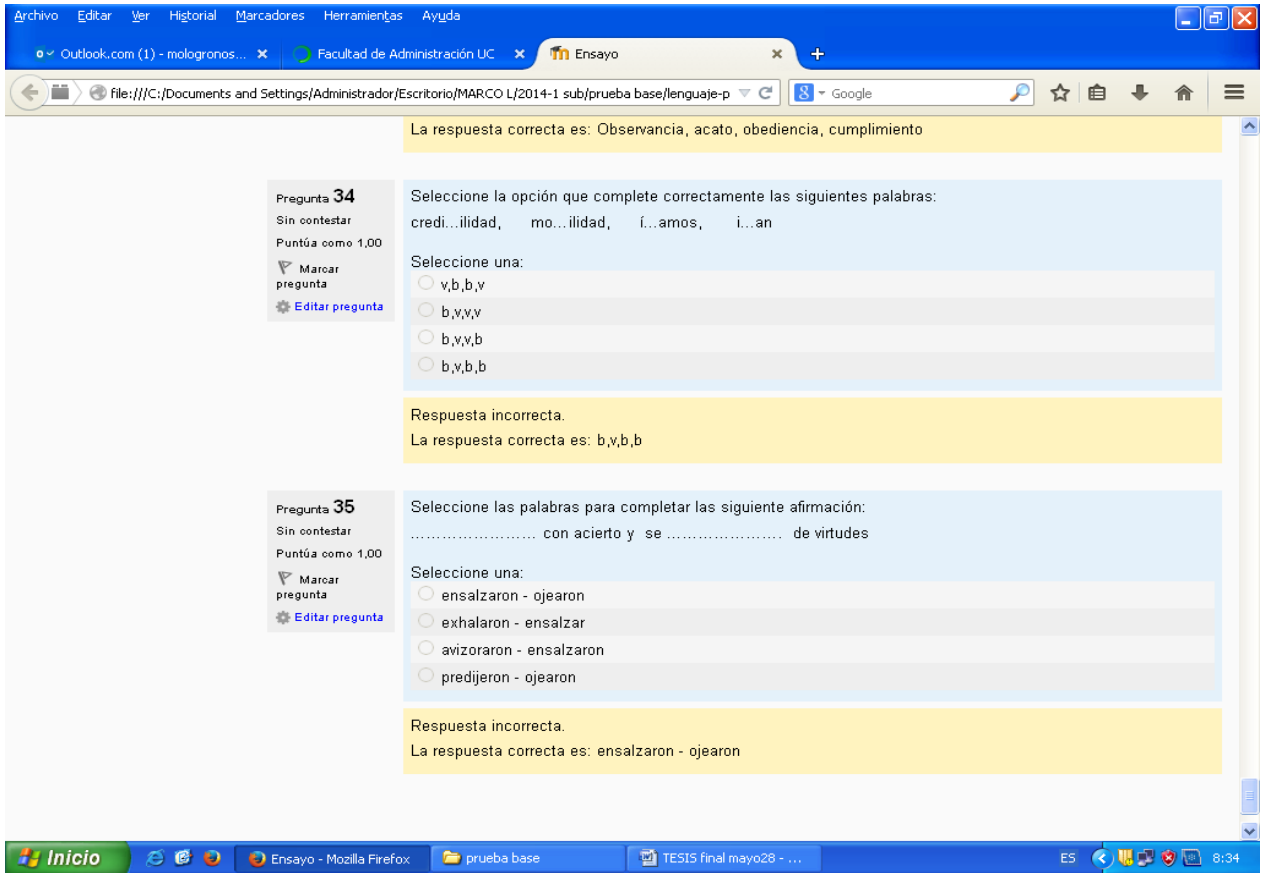
Ascendimos y llegamos a la _____ del Chimborazo

Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

2) Preferentemente tiene que ser una base de preguntas o reactivos entre 30 y 40 items

Gráfico 20.- Imagen de base de preguntas

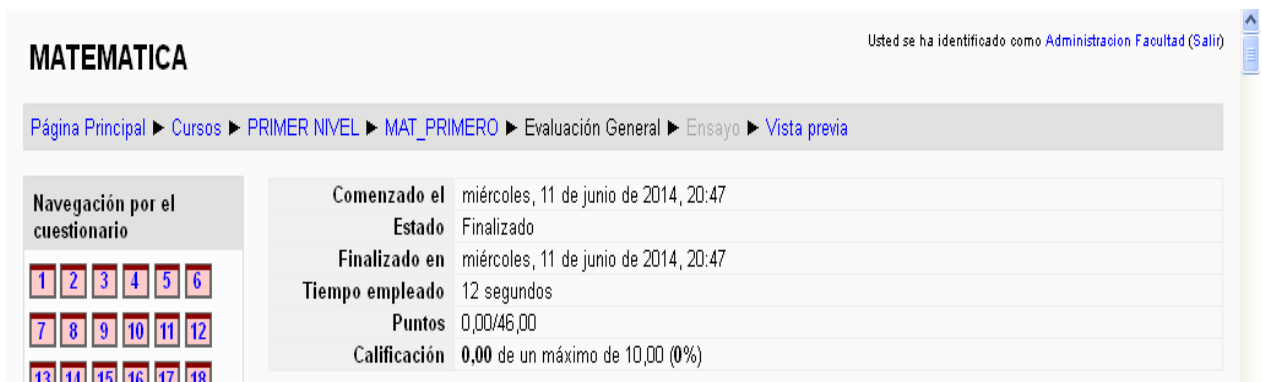


Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

3) El profesor establece la fecha y hora en la que se rendirá la prueba

Gráfico 21.- Imagen de fecha y hora de prueba



Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

- 4) Los estudiantes ingresarán al sistema con su número de cédula y una contraseña que se les enviará al correo electrónico

Gráfico 22.- Imagen de ingreso o registro

The screenshot shows the Moodle login interface for registered users. At the top, there is a breadcrumb trail: "Página Principal ► Entrar al sitio". The main content area is titled "Usuarios registrados" and contains the following text: "Entre aquí usando su nombre de usuario y contraseña (Las 'Cookies' deben estar habilitadas en su navegador) ?". Below this is a red warning message: "⚠ Su sesión ha excedido el tiempo límite. Por favor, ingrese de nuevo." The login form includes fields for "Nombre de usuario" and "Contraseña", an "Entrar" button, and a checkbox for "Recordar nombre de usuario". A link for "¿Olvidó su nombre de usuario o contraseña?" is provided. Below the form, there is a section for "Algunos cursos permiten el acceso de invitados" with an "Entrar como invitado" button. At the bottom, a message states "Usted no se ha identificado." with a "Página Principal" button.

Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

- 5) Los estudiantes podrán revisar novedades y anuncios y finalmente seleccionar la opción cuestionario

Gráfico 23.- Imagen selección de cuestionario

The screenshot displays the Moodle course page for "Lenguaje y Técnicas de Ca". The page is titled "LENGUAJE" and shows the user is logged in as "MARCO ANTONIO LOGROÑO SANTILLAN (Salir)". The breadcrumb trail is "Página Principal ► Mis cursos ► PRIMER NIVEL ► LEN_PRIMERO". The left sidebar contains navigation and administration menus. The main content area features a large title "Lenguaje y Técnicas de Ca" and a "Bienvenid@s" section with links for "Novedades y Anuncios" and "Evaluación General". The "Evaluación General" section includes a "Cuestionario" link. The right sidebar contains a search box, "Últimas noticias" (with a recent notice from May 15, 17:58), "Eventos próximos" (stating no events are upcoming), and "Actividad reciente" (with a recent activity from June 14, 2014).

Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

- 6) Aparecerá una pantalla que indica el tiempo que dispone y un mensaje de intente resolver el cuestionario ahora e incluso luego aparece otro mensaje confirmando.

Gráfico 24.- Imagen para inicio de cuestionario

The screenshot shows a Moodle course interface. At the top right, it says "Usted se ha identificado como MARCO ANTONIO LOGROÑO SANTILLAN (Salir)". Below this is a breadcrumb trail: "Página Principal ► Mis cursos ► PRIMER NIVEL ► LEN_PRIMERO ► Evaluación General ► Cuestionario". On the left, there are two sidebars: "Navegación" and "Administración". The "Navegación" sidebar lists "Página Principal", "Área personal", "Páginas del sitio", "Mi perfil", "Curso actual" (with sub-items "LEN_PRIMERO", "Participantes", "General", "Bienvenid@s", "Evaluación General", and "Cuestionario"), and "Mis cursos". The "Administración" sidebar lists "Administración del curso" and "Ajustes de mi perfil". The main content area is titled "Cuestionario" and contains the following text: "Intentos permitidos: 1", "Este cuestionario está abierto en miércoles, 4 de junio de 2014, 09:50", "Este cuestionario se cerrará el lunes, 16 de junio de 2014, 23:00", and "Límite de tiempo: 1 hora". A button labeled "Intente resolver el cuestionario ahora" is centered below the text. At the bottom of the page, it says "Usted se ha identificado como MARCO ANTONIO LOGROÑO SANTILLAN (Salir)" and a button labeled "LEN_PRIMERO" is visible.

Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

- 7) A cada estudiante le saldrán aleatoriamente diez preguntas e incluso se combinarán el orden de las respuestas con la finalidad de que no coincida las preguntas y orden de respuestas entre los distintos estudiantes.
- 8) El estudiante durante la rendición podrá revisar las preguntas indistintamente el orden de las mismas mientras dure el tiempo programado, para ello tiene la opción de volver a intentarlo o en el navegador ubicado en la izquierda ir a la pregunta que considere

Gráfico 25.- Imagen de navegación por el cuestionario

Cuestionario - Mozilla Firefox

virtualsever/academia/mod/quiz/summary.php?attempt=3192

Usted se ha identificado como MARCO ANTONIO LOGROÑO SANTILLAN

LENGUAJE

Navegación por el cuestionario

1 2 3 4 5 6

7 8 9 10

Terminar intento...

Cuestionario

Resumen del intento

Pregunta	Estatus
1	Respuesta guardada
2	Respuesta guardada
3	Respuesta guardada
4	Respuesta guardada
5	Respuesta guardada
6	Respuesta guardada
7	Respuesta guardada
8	Respuesta guardada
9	Respuesta guardada
10	Respuesta guardada

Volver al intento

Tiempo restante 0:55:34

Este intento debe ser presentado por lunes, 16 de junio de 2014, 18:56.

Enviar todo y terminar

Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

- Una vez finalizado el tiempo o que el estudiante tome la opción de enviar todo y terminar se genera automáticamente la calificación la cual puede ser visualizada por el estudiante y a la vez se genera una base de datos dentro del sistema que puede ser utilizada con fines no solo evaluativos por el reporte de notas, sino con fines estadísticos para una mejor toma de decisiones.

Gráfico 26.- Imagen de resultado de cuestionario

Usted se ha identificado como [MARCO ANTONIO LOGROÑO SANTILLAN \(Salir\)](#)

LENGUAJE

[Página Principal](#) ▶ [Mis cursos](#) ▶ [PRIMER NIVEL](#) ▶ [LEN_PRIMERO](#) ▶ [Evaluación General](#) ▶ [Cuestionario](#)

Navegación

- [Página Principal](#)
- ▀ [Área personal](#)
- [Páginas del sitio](#)
- [Mi perfil](#)
- ▾ [Curso actual](#)
 - ▾ [LEN_PRIMERO](#)
 - [Participantes](#)
 - [General](#)
 - [Bienvenid@s](#)
 - ▾ [Evaluación General](#)
 - [Cuestionario](#)
 - [Mis cursos](#)

Administración

- [Administración del curso](#)
- [Ajustes de mi perfil](#)

Cuestionario

Intentos permitidos: 1

Este cuestionario está abierto en miércoles, 4 de junio de 2014, 09:50

Este cuestionario se cerrará el lunes, 16 de junio de 2014, 23:00

Límite de tiempo: 1 hora

Resumen de sus intentos previos

Estado	Calificación / 10,00	Revisión
Finalizado Enviado: lunes, 16 de junio de 2014, 18:04	8,00	Revisión

Su calificación final en este cuestionario es 8,00/10,00

No se permiten más intentos

[Volver al curso](#)

Usted se ha identificado como [MARCO ANTONIO LOGROÑO SANTILLAN \(Salir\)](#)

[LEN_PRIMERO](#)

Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

Tabla 23.- Prueba de base estructurada

CENTRO EDUCATIVO VÍCTOR CARTAGENA

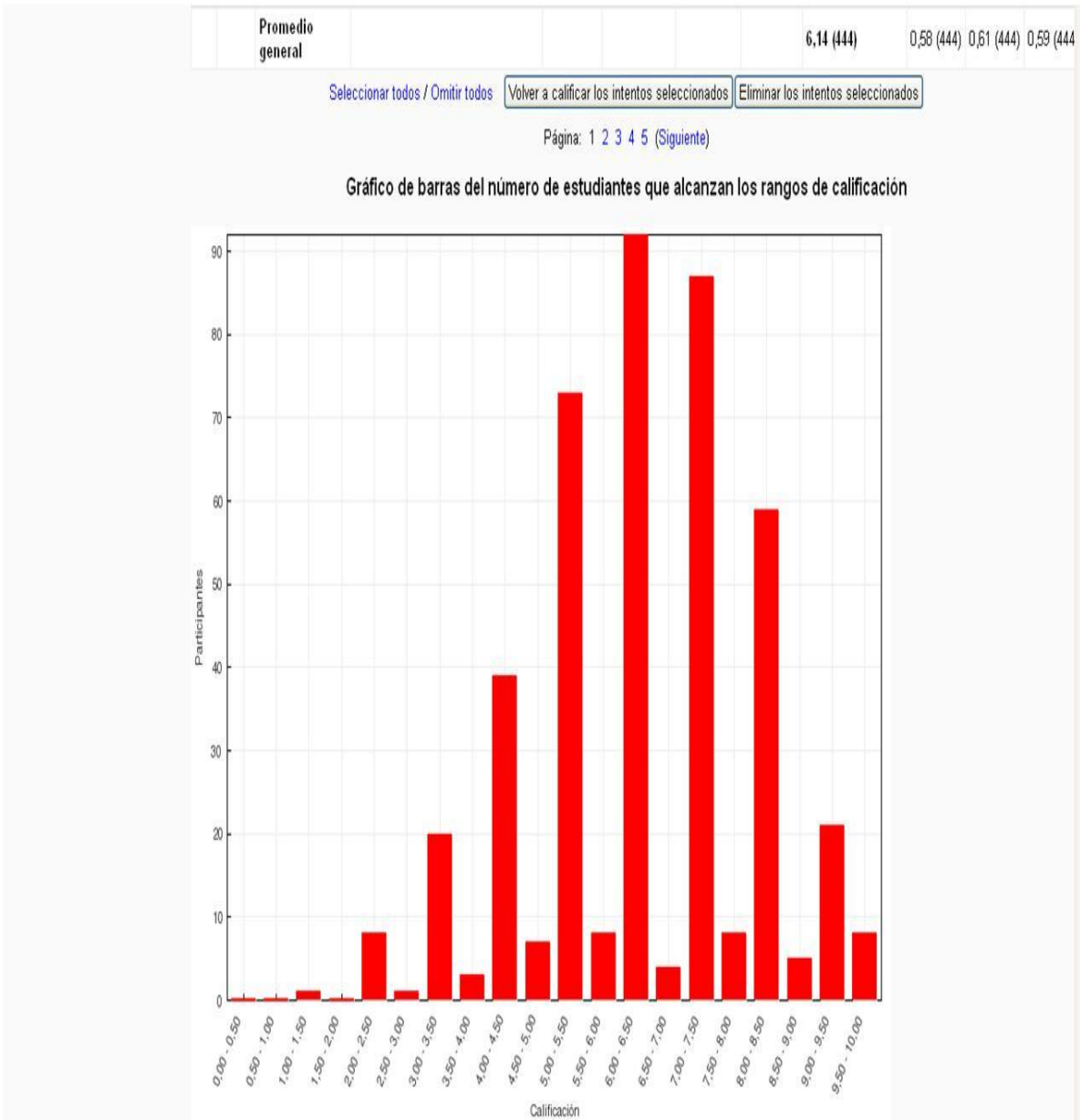
REPORTE DE PRUEBA DE BASE ESTRUCTURADA DE LENGUAJE

N.	Apellido(s)	Nombre	PARALELO	CALIFICACION
1	ALVARADO APO	LILIANA GABRIELA	1	5,67
2	ARMIJOS OCHOA	KARLA GEANINA	1	7
3	ARROYO LOACHAMIN	ALEXIS FRANCISCO	1	7,33
4	BASTIDAS IPIAL	ANA KAREN	1	9
5	BRACERO HUERTAS	YOMAIRA LIZBETH	1	6
6	BUSTILLOS NUEZ	PEDRO ALEJANDRO	1	10
7	BUSTOS RUBIO	ENRIQUE BOLIVAR	1	10
8	CABASCANGO INLAGO	DAVID HOLGUER	1	4,33
9	CABASCANGO OTAVALO	INTY JESUS	1	8,67
10	CABEZAS LOPEZ	ROBERTO ALEJANDRO	1	8,67
11	CAICHO ESPARZA	ANDREA PAMELA	1	10
12	CAIZATOA CASTELLANO	MICHELLE ESTEFANIA	1	9,67
13	CALAN CARRION	STEVEN RICARDO	1	7
14	CALLE HERRERA	BRYAN SAUL	1	8,67
15	CARDENAS SANDOVAL	ESTEBAN DANIEL	1	5
16	CASTILLO TORRES	WILSON ALEXANDER	1	9
17	CHILUISA MANOTOA	JUAN CARLOS	1	7,67
18	CHINCHI CHICANGO	IVETTE ANGELICA	1	9
19	ERAZO CHIPANTASI	ALEXANDRA JEANNETH	1	9,67
20	FLORES ALOBUELA	DAYRA ESTEFANIA	1	7,67

Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

Gráfico 27.- Rangos de Calificación de los Estudiantes



Fuente: Curso moodle de prueba

Elaborado por: Marco Logroño

También se debe incurrir en un proceso de socialización tanto de estudiantes como de padres de familia, sin lugar a dudas traerá los respectivos comentarios, a favor y en contra pero sobre todo generará opinión de lo que se está haciendo y ahí.

Es necesario la velocidad de respuesta de la institución para a dar a conocer que si bien la utilización de estas herramientas son nuevas en CEVICA y en la localidad pero sin embargo estamos retrasados con los adelantos en otras latitudes y se queremos ser una unidad educativa de vanguardia es hora que entremos en estos caminos.

3.3.2 Desarrollar herramientas informáticas para manejar adecuadamente la información y estar preparados para evaluaciones institucionales

En un mundo tan competitivo, la diferencia o el valor agregado que generan las organizaciones son fruto de su creatividad e innovación para lo cual siempre se debe tener lo que se denomina “espíritu emprendedor” que no es más que poner en marcha las ideas que se generan; sin embargo la mayoría de ocasiones tenemos las ideas pero por no poseer las experticias las descartamos.

Existe un viejo refrán que dice: el que mucho abarca poco aprieta, y esa puede ser la razón para no poner en marcha nuestras ideas; la experiencia en el ámbito profesional nos dice en cambio que lo más importante es generar las ideas ya que la implementación se la puede delegar, pero sin ideas no existe la materia prima.

Es por ello que para la implementación de esta estrategia se tiene que contratar a un programador, quien tiene el conocimiento y experticia técnica, pero será la institución quien le genere las necesidades, ideas y requerimientos para que sean la base de lo que se tiene que programar.

Una vez que se disponga del programador se tienen que levantar los procesos internos que se efectúan en CEVICA, que para el presente trabajo los principales son:

REGISTROS ACADÉMICOS

- En el periodo de vacaciones estudiantiles los profesores conjuntamente con la Directora elaboran la programación académica para todo el año (sílabo) y los planes de clase por cada nivel y asignatura. Esta programación se entrega en formato impreso y digital.

- Durante el año lectivo las maestras al ir cumpliendo las unidades temáticas y objetivos educativos van registrando los avances en el libro denominado leccionario
- Las maestras también registran en el leccionario otro tipo de anotaciones como por ejemplo: asistencias, observaciones respecto al comportamiento de los estudiantes, etc.
- La Directora periódicamente realiza inspecciones para verificar el llenado del leccionario y los avances académicos de los estudiantes
- Al finalizar el periodo académico se realizan las juntas de curso para evaluar el año académico.

REGISTROS DE CALIFICACIONES

- De acuerdo al sílabo y a los planes de clase las maestras realizan las evaluaciones a los estudiantes que pueden ser: deberes, lecciones, pruebas, talleres, participación en clase, exposiciones, exámenes entre otras.
- Las calificaciones se registran en libretines y luego se pasan a formato Excel
- En el formato Excel cada maestra obtiene los promedios y registra en la libreta de calificaciones de cada estudiante
- Al final del año lectivo se entrega la libreta a los padres de familia y se tiene un archivo en Excel de las calificaciones

PROCESOS DE MATRÍCULA

- La Directora establece las fechas de inscripciones (para alumnos nuevos) y de matrículas, las cuales se publican en la prensa local y en las carteleras de CEVICA
- Los padres de familia se acercan a la institución con los requisitos establecidos y proceden a llenar los formularios respectivos
- Secretaría verifica los documentos y registra los datos en un archivo de formato Excel
- Secretaría emite manualmente la factura y procede al cobro de la matrícula con lo cual queda legalizada la misma.

Con estos antecedentes la estrategia pretende automatizar la gestión de tal manera que el trabajo que realizan todos los involucrados, primero sea más ágil y sobre todo garantice un manejo adecuado y seguro de la información para una adecuada toma de decisiones.

En primer lugar el programador desarrollará la página web de CEVICA, para potenciar la comunicación tanto interna como externa de la institución, así como aprovechar el uso de las redes sociales para generar imagen corporativa.

Luego tiene que generar las correspondientes bases de datos, de acuerdo a los procesos citados anteriormente, de tal manera que se conviertan en ventanas de servicios para los clientes internos y externos, de tal manera que:

REGISTROS ACADÉMICOS

- La programación académica la realizarán igualmente entre las maestras y la Directora pero esta se ingresará al sistema informático de tal manera que como está temporalizado las maestras cuando ingresen con su clave a la ventana de registros académicos, les visualizará únicamente los temas que corresponden a esa fecha
- Las maestras irán registrando directamente en el sistema los avances y se descarta el leccionario
- La Directora tendrá acceso a las ventanas de todas las profesoras para revisar el avance del sílabo e incluso se puede obtener reportes estadísticos de avances.
- Las observaciones se registrarán en el sistema y se agruparán por temáticas de tal manera que se pueda obtener reportes adicionales de los niños como por ejemplo de asistencias, de cumplimiento de normas, uniformes, aseo, comportamiento, etc.

REGISTROS DE CALIFICACIONES

- Las calificaciones de los aportes y exámenes se ingresarán al sistema informático de acuerdo a su ejecución
- Los padres de familia podrán acceder a la visualización de los reportes el mismo día que se ingresan las calificaciones lo que les permitirá tener un mejor control académico de sus hijos
- El sistema automáticamente realizará los cómputos finales y se generará una opción para imprimir reportes y solo se requerirá del sello respectivo para validar la libreta de calificaciones
- Al finalizar el año académico el sistema generará los respectivos pases de año

PROCESOS DE MATRÍCULA

- Las fechas de inscripciones y matrículas se publicarán en la página web de la institución y también se aprovechará las redes sociales para su difusión
- Los padres de familia ingresarán la información directamente al sistema a través de una aplicación de la página web y se acercarán únicamente a cancelar el valor del pago y retirar la factura
- En una segunda fase se debe pensar en que todo el proceso se debe realizar por internet, incluyendo los pagos tanto de matrícula como de pensiones.

Finalmente para la implementación de esta estrategia se requiere la capacitación respectiva a todo el personal de CEVICA por parte del programador e igual una difusión a los estudiantes y padres de familia que se puede realizar en la primera reunión de representantes que se suele realizar para elegir la directiva.

3.3.3 Elaborar programas de capacitación docente en el uso de herramientas informáticas

Para esta estrategia se requiere una adecuada gestión de la Directora ya que debe realizar los contactos y convenios principalmente con instituciones de educación superior, de tal manera que se pueda aprovechar la coyuntura que por los procesos de acreditación de universidades y carreras estas deben completar los indicadores referentes a la vinculación con la sociedad.

Una vez realizados los acuerdos o alianzas estratégicas se procederá a realizar un diagnóstico al personal para conocer su realidad respecto al manejo de las nuevas herramientas informáticas, así como establecer las experticias que podrían tener las personas.

Luego, la Directora conjuntamente con las personas que están realizando sus prácticas pre profesionales elaborarán el plan de capacitación, especificando principalmente los tiempos a ejecutarse y los programas o herramientas a conocer.

La capacitación se realizará de lunes a viernes en horario de 14h00 a 16h00 y deberá ser de carácter obligatorio, esta se aprobará con evaluaciones y asistencias.

3.3.4 Diseñar formas de comunicación y promoción sobre todo con los clientes externos

Uno de los secretos para el éxito de la gestión empresarial es saber utilizar la comunicación como un componente estratégico dentro de las organizaciones, por ello es de vital importancia identificar todos los medios por los cuales se puede llegar a los stakeholders.

Al ser estratégico tienen que participar todos los involucrados para elaborar el plan comunicacional; se recuerda que en otra estrategia ya se contrató a un programador por lo que de igual manera se le proporcionará las ideas base para que el realice las aplicaciones; en una primera fase se tiene previsto:

DISEÑO DE REPORTE ACADÉMICOS

Los padres de familia podrán obtener los reportes académicos de sus hijos, únicamente ingresando al sistema con su clave; esta operación estará disponible todo el tiempo de tal modo que si el padre sabe que el niño tuvo una evaluación a las 72 horas ya está los reportes en el sistema.

También se puede enviar la información al correo personal del padre de familia que esté registrado en el sistema.

Cuando se trate de calificaciones irán acompañadas de estadísticas como promedio del curso, desviación positiva o negativa de la calificación que obtuvo el niño y de ser el caso una proyección de las calificaciones para establecer la tendencia.

DISEÑO DE REPORTE DE EVENTOS SOCIALES

Es muy común que en las instituciones educativas se desarrollen eventos académicos o actos sociales, que sobretodo entretienen a los niños y atraen mucho a los padres de familia. Esto a la vez provoca que cada padre quiera obtener sus fotos para el recuerdo lo que suele a veces generar cierto grado de desorden.

La estrategia consiste en que la institución se encargará de la organización de los eventos incluyendo la grabación y fotografías.

Con este material se generará los reportes de los eventos tanto en video como impresos y que a la vez será una fuente generadora de recursos para CEVICA.

DISEÑO DE REPORTES DE EVENTOS RECREACIONALES

Otros eventos muy aplaudidos son los deportes y los paseos o salidas de excursión a los cuales no tienen acceso los padres de familia pero que sin embargo tienen la preocupación de cómo les irá a sus hijos en estos actos.

De la misma manera la institución filmará estas actividades y fotografiará a los niños para que se pueda publicar ya sea en la página de la institución o igual se reproduzca en cd`s y/o en impresos.

DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO (ANUARIO)

Durante todo el año lectivo se desarrollan múltiples actividades desde las académicas hasta las extracurriculares y sin lugar a dudas la persona que más conoce a los niños es la maestra.

La maestra tendrá la función de ir tomando fotos de todos los niños en todos los momentos: en clase, en el recreo, en el paseo, los deportes, etc. A la vez el programador generará una aplicación para que las fotos se puedan copiar y pegar manteniendo registros por niño, obviamente que habrá fotos grupales que irán en todos los registros.

Al finalizar el año lectivo se diseñará el anuario de tal suerte que será individualizado por niño; la impresión general de texto será igual para todos así como las fotos grupales, pero lo demás contendrá las imágenes exclusivas de cada alumno.

CAPÍTULO IV: OPERATIVIDAD DE LA PROPUESTA

4.1 Planes de acción

Tabla 24.- Plan de acción 1

PLAN DE ACCIÓN																						
ESTRATEGIA #1			Utilizar herramientas virtuales para fortalecer los procesos de aprendizaje y mejorar la imagen institucional																			
OBJETIVO:			Optimizar los procesos de aprendizaje utilizando el internet																			
NUM.	RESPONSABLE	Cargo	PRESUPUESTO	RECURSOS	RESULTADOS ESPERADOS	MEDIO DE VERIFICACIÓN	ACTIVIDAD	Tiempo Estimado Actividad				OBSERVACIONES										
								Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4											
1	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 500	Provisión presupuesto	Contar con la persona experta	Contrato de trabajo	Contratar experto en moodle	█														Moodle es la herramienta más utilizada
2	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 600	Provisión presupuesto	Disponer servicio 24/7 de alojamiento	Contrato de servicio	Contratar hosting para alojar las aulas virtuales	█														
3	Experto en moodle	Capacitador	\$ 100	Laboratorio de informática	Profesores capacitados el manejo de moodle	Evaluación del curso	Capacitación al personal docente		█	█												
4	Experto en moodle	Capacitador	\$ 50	Laboratorio de informática	Aulas virtuales colgadas en el hosting	Verificación en internet de las aulas	Desarrollo de aulas virtuales			█	█											
5	Experto en moodle y profesores	Capacitador, docentes	\$ 50	Laboratorio de informática	Presentación amigable y didáctica de las aulas virtuales	Verificación en internet de las aulas	Diseño metodológico de las aulas				█											
6	Profesores	Docentes	\$ 1.000	Laboratorio de informática	Recursos didácticos digitales	Verificación en internet de las aulas	Elaboración de materiales digitales				█	█	█									
7	Profesores	Docentes	\$ 50	Laboratorio de informática	Aceptación de los estudiantes para implementar las aulas virtuales	Encuesta de satisfacción	Pruebas piloto con estudiantes														█	
8	Profesores	Docentes	\$ 50	Laboratorio de informática	Aceptación de padres de familia para implementar las aulas virtuales	Encuesta de satisfacción	Socialización con padres de familia															█
9	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 50	Oficio	Contar con las aulas virtuales ya operativas	Verificación en internet de las aulas	Implementación de aulas virtuales															█
Total			\$ 2.450																			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

Tabla 25.- Plan de acción 2

PLAN DE ACCIÓN																							
ESTRATEGIA #2			Desarrollar herramientas informáticas para manejar adecuadamente la información y estar preparados para evaluaciones institucionales																				
OBJETIVO:			Mejorar la gestión administrativa y comunicacional de la institución																				
NUM.	RESPONSABLE	Cargo	PRESUPUESTO	RECURSOS	RESULTADOS ESPERADOS	MEDIO DE VERIFICACIÓN	ACTIVIDAD	Tiempo Estimado Actividad				OBSERVACIONES											
								Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4												
1	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 500	Provisión presupuesto	Contar con la persona experta	Contrato de trabajo	Contratar un programador																
2	Lic. Susana Albán y programador	Directora	\$ 50	suministros de oficina y computador	Registros del leccionario digitalizados	Informes	Levantamiento de proceso de registros académicos (leccionario)																
3	Lic. Susana Albán y programador	Directora	\$ 50	suministros de oficina y computador	Registros del leccionario digitalizados	Informes	Levantamiento de proceso de registros de calificaciones																
4	Lic. Susana Albán y programador	Directora	\$ 50	suministros de oficina y computador	Registros del leccionario digitalizados	Informes	Levantamiento de proceso de matrículas																
5	Programador	Programador	\$ 100	Informes y computador	Sistema informático ágil y amigable	Respaldo digital	Desarrollar un sistema informático para automatizar procesos																
6	Programador	Programador	\$ 50	Laboratorio de informática	Presentación amigable y didáctica del sistema informático	Evaluación	Capacitación al personal administrativo																
7	Programador	Programador	\$ 100	Laboratorio de informática	Presentación amigable y didáctica del sistema informático	Evaluación	Capacitación al personal docente																
8	Profesores	Docentes	\$ 50	Laboratorio de informática	Aceptación de los estudiantes familia para implementar sistema informático	Encuesta de satisfacción	Socialización a los estudiantes																
9	Profesores	Docentes	\$ 100	Laboratorio de informática	Aceptación de padres de familia para implementar sistema informático	Encuesta de satisfacción	Socialización a los padres de familia																
10	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 100	Oficio	Contar con el sistema informático ya operativo	Reportes del sistema	Implementación del sistema																La información va a estar disponible y manejable todo el tiempo
Total			\$ 1.150																				

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

Tabla 26.- Plan de acción 3

PLAN DE ACCIÓN																	
ESTRATEGIA #3			Elaborar programas de capacitación docente en el uso de herramientas informáticas														
OBJETIVO:			Reforzar las experticias pedagógicas de los docentes basadas en TIC's														
NUM.	RESPONSABLE	Cargo	PRESUPUESTO	RECURSOS	RESULTADOS ESPERADOS	MEDIO DE VERIFICACIÓN	ACTIVIDAD	Tiempo Estimado Actividad				OBSERVACIONES					
								Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4						
1	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 50	Internet	Selección de IES que trabajen y desarrollen TIC's	Informe	Indagar a las instituciones de educación superior (IES) que trabajen con TIC's										
2	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 50	Mobilización	Establecer contactos con las IES	Informe	Buscar acercamientos a través de las relaciones humanas con las IES										
3	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 50	Mobilización	Concretar acuerdos con las IES	Convenios firmados	Realizar alianzas estratégicas con las IES por medio de prácticas pre profesionales										Las IES requieren por acreditación mejorar sus indicadores de vinculación con la sociedad
4	Lic. Susana Albán e Instructores	Directora	\$ 50	Aula magna	Establecer los lineamientos de cooperación	Acta de reunión	Reunión con estudiantes instructores de las IES que van a realizar las prácticas preprofesionales										
5	Instructores		\$ 100	Laboratorio de informática	Conocer la capacidad del personal docente para el manejo de aplicaciones informáticas	Informe	Diagnóstico del personal docente										
6	Instructores		\$ 100	Laboratorio de informática	Plan de capacitación	Informe	Preparación de plan de capacitación										
7	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 50		Aceptación de propuesta	Acta de aceptación	Aprobación del plan de capacitación										
8	Lic. Susana Albán e instructores	Directora	\$ 100	Laboratorio de informática	Asistencia y compromiso de los docentes a la capacitación	Reporte de asistencias	Implementación del plan de capacitación										
9	Lic. Susana Albán e instructores	Directora	\$ 50	Laboratorio de informática	Promedio de participación 90% y promedio de evaluación 80%	Reporte de calificaciones	Evaluación de la capacitación										
10	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 500		Compromiso con la institución por parte de instructores	Informe	Reconocimiento a estudiantes instructores										
Total			\$ 1.100														

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

Tabla 27.- Plan de acción 4

PLAN DE ACCIÓN																							
ESTRATEGIA #4			Diseñar formas de comunicación y promoción sobre todo con los clientes externos																				
OBJETIVO:			Lograr un mejor posicionamiento de la institución con los clientes externos																				
NUM.	RESPONSABLE	Cargo	PRESUPUESTO	RECURSOS	RESULTADOS ESPERADOS	MEDIO DE VERIFICACIÓN	ACTIVIDAD	Tiempo Estimado Actividad				OBSERVACIONES											
								Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4												
1	Lic. Susana Albán	Directora	\$ 50	Laboratorio de informática	Generación de ideas del plan de comunicación	Asistencias	Reunión con el personal docente y administrativo de la institución	█															
2	Lic. Susana Albán, programador y docentes	Directora	\$ 50	Laboratorio de informática	Plan de comunicación	Informe	Preparación de plan comunicacional	█															
3	Lic. Susana Albán, programador y docentes	Directora	\$ 50	Laboratorio de informática	Ventanas disponibles para usuarios con informes individuales de calificaciones	Reportes en el sistema	Diseño de reportes académicos			█													
4	Lic. Susana Albán, programador y docentes	Directora	\$ 50	Laboratorio de informática	Ventanas disponibles para usuarios con fotografías individuales y grupales de los eventos sociales de la institución	Reportes en el sistema	Diseño de reportes de eventos sociales				█												
5	Lic. Susana Albán, programador y docentes	Directora	\$ 50	Laboratorio de informática	Ventanas disponibles para usuarios con fotografías individuales y grupales de los eventos recreacionales de la institución	Reportes en el sistema	Diseño de reportes de eventos recreacionales					█											
6	Lic. Susana Albán, programador y docentes	Directora	\$ 100	Laboratorio de informática, impresora color	Publicación del anuario (personalizado) de la institución	Publicación	Diseño de material impreso (anuarios)						█										
7	Lic. Susana Albán, programador y docentes	Directora	\$ 1.000	Laboratorio de informática, impresora color	Impacto en los clientes externos	Reportes de número de seguidores y adquisición del anuario	Implementación del plan comunicacional								█								el costo del anuario es una inversión a ser recuperada
8	Lic. Susana Albán, programador y docentes	Directora	\$ 50	Encuestas por la web	Satisfacción de los padres de familia	Informes de evaluación	Evaluación del plan comunicacional															█	
9	Lic. Susana Albán, programador y docentes	Directora	\$ 50	Laboratorio de informática	Nuevos diseños de reportes	Reportes modificados en el sistema	Reformulación de los diseños																█
Total			\$ 1.450																				

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

4.2 Presupuesto de la propuesta

Finalmente se realiza la consolidación de los planes de acción, de lo cual se identifica que el Centro Educativo Víctor Cartagena para poder invertir en la presente propuesta requiere de los siguientes recursos económicos:

Tabla 28.- Presupuesto

PLANES DE ACCIÓN	ACTIVIDADES	INVERSIÓN POR ACTIVIDAD	INVERSIÓN
PLAN DE ACCIÓN # 1	Utilizar herramientas virtuales para fortalecer los procesos de aprendizaje y mejorar la imagen institucional		2450
	Contratar experto en moodle	500	
	Contratar hosting para alojar las aulas virtuales	600	
	Capacitación al personal docente	100	
	Desarrollo de aulas virtuales	50	
	Diseño metodológico de las aulas	50	
	Elaboración de materiales digitales	1000	
	Pruebas piloto con estudiantes	50	
	Socialización con padres de familia	50	
Implementación de aulas virtuales	50		
PLAN DE ACCIÓN # 2	Desarrollar herramientas informáticas para manejar adecuadamente la información y estar preparados para evaluaciones institucionales		1150
	Contratar un programador	500	
	Levantamiento de proceso de registros académicos (leccionario)	50	
	Levantamiento de proceso de registros de calificaciones	50	
	Levantamiento de proceso de matrículas	50	
	Desarrollar un sistema informático para automatizar procesos	100	
	Capacitación al personal administrativo	50	
	Capacitación al personal docente	100	
	Socialización a los estudiantes	50	
	Socialización a los padres de familia	100	
	Implementación del sistema	100	

PLANES DE ACCIÓN	ACTIVIDADES	INVERSIÓN POR ACTIVIDAD	INVERSIÓN
PLAN DE ACCIÓN # 3	Elaborar programas de capacitación docente en el uso de herramientas informáticas		1100
	Indagar a las instituciones de educación superior (IES) que trabajen con TIC's	50	
	Buscar acercamientos a través de las relaciones humanas con las IES	50	
	Realizar alianzas estratégicas con las IES por medio de prácticas pre profesionales	50	
	Reunión con estudiantes instructores de las IES que van a realizar las prácticas preprofesionales	50	
	Diagnóstico del personal docente	100	
	Preparación de plan de capacitación	100	
	Aprobación del plan de capacitación	50	
	Implementación del plan de capacitación	100	
	Evaluación de la capacitación	50	
	Reconocimiento a estudiantes instructores	500	
PLAN DE ACCIÓN # 4	Diseñar formas de comunicación y promoción sobre todo con los clientes externos		1450
	Reunión con el personal docente y administrativo de la institución	50	
	Preparación de plan comunicacional	50	
	Diseño de reportes académicos	50	
	Diseño de reportes de eventos sociales	50	
	Diseño de reportes de eventos recreacionales	50	
	Diseño de material impreso (anuarios)	100	
	Implementación del plan comunicacional	1000	
	Evaluación del plan comunicacional	50	
	Reformulación de los diseños	50	
TOTAL			6150

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Marco Logroño

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- La innovación se produce cuando una idea, invento, emprendimiento, etc. se implementa y su aplicación es capaz de generar valor, sino genera valor simplemente puede ser un invento pero no una innovación.
- Existen dos tipos de innovación: la incremental y la radical; la primera se la puede entender como un proceso de mejora o perfeccionamiento y la segunda como algo nuevo; sin embargo, en función del contexto, lo que para una realidad puede significar una innovación incremental en otro escenario esa misma innovación es una innovación radical
- La innovación en la educación debe estar a tono con el desarrollo de la sociedad y en esa misma línea a tono con el desarrollo tecnológico; sin embargo debe quedar claro que el uso de las distintas herramientas tecnológicas representa el medio no el fin de la educación, el actor principal seguirá siendo el estudiante que requiere un aprendizaje para la vida y no para el momento.
- El Centro Educativo Víctor Cartagena CEVICA, tiene como meta alcanzar la excelencia y la calidad de la educación como principio rector de su gestión educativa, el cual involucra el mejoramiento de la gestión institucional directiva, pedagógica, administrativa y de la comunidad, para lo que se requieren acciones planificadas, sistemáticas e intencionadas, dentro de un esquema que convierta la institución educativa en una organización autónoma, orientada por propósitos, valores comunes, metas y objetivos claramente establecidos y compartidos.
- Como características de la población cayambeña tenemos:
 - Un crecimiento sustancial de la población desde el año 1990, debido principalmente por el auge la producción florícola que demandaba mano de obra.
 - Preponderancia de población que se auto identifica como mestiza, seguida de la indígena.
 - Cobertura del sistema educativo público 80,5% y una tasa de analfabetismo del 11,1 %.
 - Se considera un analfabetismo digital del 28,1%
 - 33,8% de la población utiliza computadora y el 26,7 usa internet
- El gasto público al estar orientado en gran medida, al gasto social (educación, salud, vivienda) y la política de subsidios a la vivienda y el Bono de Desarrollo Humano, ha permitido la redistribución del ingreso y reducción de la pobreza y el desarrollo de la

innovación empresarial, en los aspectos mencionados de manera macro como por ejemplo las escuelas del milenio.

- Las nuevas leyes y reglamentos que rigen la educación básica pretenden, que los padres, madres, niños y niñas, cubran las expectativas de competitividad al fomentar una formación diversa y polifacética, en la cual se manejen contenidos, actividades y materiales que propicien un crecimiento en el aprendizaje y desarrollo de las capacidades individuales.
- Existe una tendencia tecnológica para la creación de nuevas herramientas digitales al servicio de la educación en la red, cada herramienta es un nuevo tipo de cerebro digital, que posibilita una nueva forma de inteligencia colectiva.
- La percepción de los padres de familia respecto a CEVICA es positiva, por cuanto mencionan a través de la entrevista que generalmente están a gusto con la metodología de enseñanza con los niños, ya que ellos siempre están motivados y quieren ir a la escuela.
- Matemáticas con un 40%, representa la materia que menos les agrada a los niños y es donde hay una oportunidad de a través de la innovación organizacional, estimular a los niños con otros métodos de enseñanza – aprendizaje.
- En términos generales la institución dentro del cantón Cayambe, tiene un buen posicionamiento, el 35% de los entrevistados mencionan que es mucho mejor que la competencia, mientras que el 54% y 12% mencionan que algo mejor o igual respectivamente.
- El Centro Educativo Víctor Cartagena está liderado por la Directora Lic. Susana Albán en la parte académica y por el Ing. Edwin Gómez en el aspecto administrativo, los cuales son los propietarios y esto facilita la toma de decisiones sobre todo porque su filosofía está enmarcada en primero el servicio a la comunidad con responsabilidad social.
- La situación económica financiera de CEVICA es aceptable ya que no se ha visto en la necesidad de incurrir en endeudamientos y maneja una liquidez propia de las instituciones educativas cuyos ingresos son periódicos en función de las pensiones que actualmente es de \$72,00 en cumplimiento a las disposiciones ministeriales.
- Existe la predisposición de todo el personal para involucrarse en procesos de mejoramiento continuo que conlleven a fortalecer la identidad e imagen institucional de CEVICA.

- Es factible la implementación de estrategias innovadoras en la institución más que todo por la actitud de los directivos y del personal, que consideran que si no están a la vanguardia la competencia puede tomar ventaja y que hay que estar preparados para la evaluación institucional por parte del Ministerio de Educación.

RECOMENDACIONES

- Implementar las estrategias propuestas en el presente trabajo para enfrentar los retos del desarrollo tecnológico y obtener el reconocimiento de los organismos de control y de la sociedad cayambeña.
- Estar preparados para toda innovación que se pueda generar en el sector educativo, ya que mientras más rápido se pueda adaptar al cambio existe más posibilidad de lograr ventajas competitivas.
- Considerar todas las iniciativas que puedan surgir desde los directivos, docentes, padres de familia, estudiantes, proveedores, competencia, entre otros para que luego de un proceso de evaluación se las pueda implementar.
- Formar un comité permanente que esté a cargo de buscar nuevas herramientas informáticas a ser utilizadas en los procesos de enseñanza – aprendizaje y organice la capacitación respectiva.
- Establecer procesos de comparación con las instituciones denominadas del milenio con fines de mejoramiento continuo en todos los ámbitos de la institución.
- Realizar constantemente encuestas de satisfacción a todos los stakeholders de la institución con el propósito de siempre establecer planes de contingencia para satisfacer sus expectativas y necesidades.
- Para implementar la estrategia “Utilizar herramientas virtuales para fortalecer los procesos de aprendizaje y mejorar la imagen institucional” no hay que desperdiciar esfuerzos con sistemas complicados, la lógica es utilizar lo que ya está funcionando y tiene éxito, por eso se aconseja el moodle.
- Para implementar la estrategia “Desarrollar herramientas informáticas para manejar adecuadamente la información y estar preparados para evaluaciones institucionales” se sugiere partir de las necesidades de reportes o informes que se requieren para agilizar los procesos; para esto el personal es el que debe dar las ideas al informático para que este realice los programas y no como suele suceder en otras instituciones que los informáticos les indiquen que es lo que tienen que hacer los usuarios para manejar el sistema.

- Para la estrategia “Elaborar programas de capacitación docente en el uso de herramientas informáticas” es importante acudir tanto a las relaciones humanas como públicas para solicitar la ayuda a las instituciones de educación superior que por otro lado tienen la premura de evidenciar un trabajo de vinculación con la sociedad
- Para la implementación de la estrategia “Diseñar formas de comunicación y promoción sobre todo con los clientes externos” no se requiere de mucha inversión, solo se necesita de la participación y comprometimiento del personal sobre todo docente para evidenciar todas las actividades con fotografías y estas colocarlas ordenadamente en archivos informáticos.
- Aplicar en su totalidad la propuesta para el próximo año lectivo en virtud del poco tiempo que resta del presente periodo y sobre todo porque ya estarían probados todos los procesos con las respectivas readecuaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Arana Catania, M., & Barragán del Rey, C. (2014). *Herramientas colaborativas para pensar y trabajar en red*. Recuperado el marzo de 2014, de http://www.eldiario.es/turing/apps/Herramientas-pensar-trabajar-red_0_270523711.html

Blogia. (2014). *¿Qué es un blog?* Recuperado el 20 de febrero de 2014, de <http://www.blogia.com/que-es-un-blog.php>

Costa, J. (2010). *el DirCom hoy, dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía*. Barcelona: Costa Punto Com.

Díaz, G. J. (2013). *Investigación, Desarrollo e Innovación Empresarial Texto Guía*. Loja: EDILOJA.

EcuRed. (2014). *Entorno Virtual de enseñanza aprendizaje*. Recuperado el 23 de febrero de 2014, de http://www.ecured.cu/index.php/Entorno_virtual_de_ense%C3%B1anza_aprendizaje

Escalante, J. C. (2007). *Guía de Planificación Estratégica*. Quito.

Facultad de Ciencias Administrativas de la UCE. (2010). *Planificación Estratégica, guía didáctica*. Quito: Imprenta de la Facultad de Ciencias Administrativas.

Furque, M. (2013). *10 claves para mejorar mi negocio*. Recuperado el 18 de febrero de 2014, de <http://www.massnegocios.com/miguelgurque/?p=410>

González de Felipe, A. T. (2014). *Guía Moodle 1.9.4*. Recuperado el 22 de marzo de 2014, de http://download.moodle.org/docs/es/1.9.4_usuario_alumno.pdf

Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2002). *Administración: un enfoque basado en competencias*. Bogotá: THOMSON.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing, versión para Latinoamérica*. México: Pearson.

Marketing Digital desde 0. (20 de marzo de 2013). *El blog: definición, tipos y ventajas*. Recuperado el 20 de febrero de 2014, de <http://marketingdigitaldesdecero.com/2013/03/20/el-blog-definicion-tipos-y-ventajas/>

Marketing XXI. (24 de febrero de 2014). *Customer Relationship Management*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/crm-costumer-relationship-management-o-gestion-de-las-relaciones-con-los-clientes-61.htm>

Martín, S. (2011). *Tendencias de la tecnología educativa*. Recuperado el marzo de 2014, de <http://blogcued.blogspot.com/2011/07/tendencias-de-la-tecnologia-educativa.html>

Microsoft. (2014). *Introducción al correo electrónico*. Recuperado el 20 de febrero de 2014, de <http://windows.microsoft.com/es-419/windows/getting-started-email#getting-started-email=windows-7>

moodle.org. (2014). *Módulo de wiki*. Recuperado el 20 de febrero de 2014, de http://docs.moodle.org/all/es/M%C3%B3dulo_de_wiki

Piedra, N. O. (2011). *Aplicación de nuevas tecnologías, guía didáctica*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.

Red Institucional de Videoconferencia. (2014). *videoconferencia*. Recuperado el 23 de febrero de 2014, de <http://virtual.uaeh.edu.mx/riv/videoconferencia.php>

Santiago, R. (2014). *¿Cómo te imaginas la pedagogía del siglo XXI*. Recuperado el junio de 2014, de <http://www.theflippedclassroom.es/como-te-imaginas-la-pedagogia-del-siglo-xxi/>

Softonic. (2014). *Hot Potatoes*. Recuperado el 22 de febrero de 2014, de <http://hot-potatoes.softonic.com/>

UNESCO. (2013). *Enfoques Estratégicos sobre las TICs en Educación en América Latina y el Caribe*. Recuperado el 20 de febrero de 2014, de <http://www.unesco.org/new/es/education/>

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA. (2013). *Ambiente Virtual de Aprendizaje Cooperativo*. Recuperado el 20 de febrero de 2014, de <http://virtual.ups.edu.ec/presencial43/course/view.php?id=2773¬ifyeditingon=1>