



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO**  
**DE INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL**

**TEMA:**

“Análisis de estrategias de marketing para el mejoramiento de la imagen institucional de la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil”

**AUTOR(ES):**

Quinde Tenorio Andreina Jacqueline

Silva Villón Kerly Lissette

**TUTOR DE TESIS:**

Arq. Teodoro Mauricio Escalante Bourne, MSc.

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

**2016**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

HABIENDO SIDO NOMBRADO YO, ARQ. TEODORO MAURICIO ESCALANTE BOURNE, TUTOR DE TESIS DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL PRESENTADO POR LAS EGRESADAS:

ANDREINA JACQUELINE QUINDE TENORIO                      CON C.I. #093081430-6

KERLY LISSETTE SILVA VILLÓN                              CON C.I. #092904317-2

**TEMA: “ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MEJORAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

CERTIFICO QUE: HE REVISADO Y APROBADO EN TODAS SUS PARTES, ENCONTRÁNDOSE APTO PARA SU SUSTENTACIÓN.

**ARQ. TEODORO MAURICIO ESCALANTE BOURNE, MSc.**

**TUTOR DE TESIS**

## CERTIFICACIÓN DEL GRAMATÓLOGO

Quien suscribe el presente certificado se permite informar que después de haber leído y revisado gramaticalmente el contenido de la tesis de QUINDE TENORIO ANDREINA JACQUELINE Y SILVA VILLÓN KERLY LISSETTE cuyo tema es “ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Certifico que es un trabajo realizado de acuerdo a las normas morfológicas, sintácticas y simétricas vigentes.

.....  
DRA. ROSA OLMEDO NORIEGA

CI. 091289431-8

Reg. 1006-06-722799

## **RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR**

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en esta tesis son de absoluta propiedad y responsabilidad de Andreina Jacqueline Quinde Tenorio con C.C. 0930814306, y Kerly Lissette Silva Villón con C.C. 0929043172, cuyo tema es:

“ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Derechos que renunciamos a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

---

Andreina Jacqueline Quinde Tenorio

---

Kerly Lissette Silva Villón

Guayaquil, Enero del 2016

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios, por darme la fuerza y la sabiduría necesaria para culminar mis estudios superiores.

Agradecimiento infinito a mis padres Manuel Avelino Quinde Mite y a mi madre Maribel Edelin Tenorio Caicedo, quienes me dieron la vida, gracias por el apoyo incondicional, los consejos, la fuerza, el ánimo para que continúe en la lucha, por estar siempre a mi lado motivándome a seguir adelante. Gracias por los conocimientos y valores inculcados desde mi niñez que hoy me permiten sentirme orgullosa de mí.

Un agradecimiento especial a mi abuela María Magdalena Caicedo Banguera a mi tía Shirley Alexandra Tenorio Caicedo por el apoyo incondicional y sus palabras de aliento y de ánimo en todo momento.

**Andreina Jacqueline Quinde Tenorio**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por permitirme llegar hasta donde he llegado, al apoyo incondicional y sabiduría de mis padres la Sra. Celia Villón Peñaherrera y el Sr. Roberto Silva Chipre, gracias a ellos pude obtener una buena educación y valores que perdurarán, a la paciencia de mis hermanos por sus palabras de aliento y por no dejar que decaiga.

A mis familiares porque gracias a ellos puede obtener en algunos momentos los implementos para realizar mis proyectos y para continuar creando este camino al éxito.

A la enseñanza producida por mis Maestros y Directores Educativos desde la Escuela hasta la Universidad, ya que gracias a ellos puede obtener los conocimientos adquiridos en la actualidad y a mis compañeros y amigos que desde pequeña supieron apoyarme en los momentos más difíciles de mis estudios, en especial a mi compañera de Tesis con su ayuda y su apoyo logramos este trabajo el cual es un principio de la vida profesional.

**Kerly Lissette Silva Villón**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de titulación a mi familia, por absolutamente todo lo que por mí han hecho día a día para que pueda alcanzar una de mis metas. Por ser una familia luchadora, por los consejos, el amor, la comprensión, y la incondicional ayuda en los momentos difíciles.

**Andreina Jacqueline Quinde Tenorio**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi Proyecto de Titulación a mi madre La Sra. Celia Villón Peñaherrera, por ser una excelente madre, por sus palabras y apoyo incondicional, por dedicar cada día de su vida a sus hijos, por la paciencia, la comprensión y el amor que me dedica cada día, por no dejar que me rinda nunca y apoyarme, a ella dedico este importante logro en mi vida, gracias a ella logré lo que quería, ser una gran persona y una profesional.

**Kerly Lissette Silva Villón**

## RESUMEN

Se ha cuestionado por mucho tiempo, si la aplicación del marketing en instituciones educativas es algo ético o no, si es un modo de hacer de la educación un negociado. En la presente investigación se planteará el tema: “Análisis de estrategias de marketing para mejorar la imagen institucional de la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil”.

Esta propuesta es una opción para la institución educativa en estudio, como una alternativa para mejorar su imagen institucional en la zona del Guasmo sur donde está ubicada. Con esta propuesta se brindará a la institución la posibilidad de mejorar los puntos en los que está fallando, permitiéndole mejorar considerablemente para ser la mejor de su sector.

El análisis de estrategias de marketing proporcionará todo lo que la institución necesita, para desarrollarse de la mejor manera en el sector educativo, dando especial fuerza a la retención de alumnado y aumento de la demanda. La aplicación de marketing en las instituciones educativas se ha desarrollado de tal forma que es casi considerado necesario para mantener la imagen, las relaciones y la publicidad de la institución que suelen reflejarse en el aumento de demanda de matrícula, lo que favorece económicamente a las instituciones.

## **ABSTRACT**

It has been questioned for a long time, if the application of marketing in educational institutions is something unethical or not, whether it is a way of making education a negotiated. In this research the topic Analysis of marketing strategies to enhance the corporate image to enhance the corporate image of the School of General Education Basic Miguel Febres Cordero of the city of Guayaquil.

This proposal is an option for the school under study, as an alternative to improve their corporate image in the south Guasmo area where it is located. With this proposal the institution is given the opportunity to enhance the points that is failing, allowing improve considerably to be the best in its sector.

The analysis of marketing strategies will provide everything that the institution needs to develop in the best way in the education sector, with special force to the retention of students and increased demand. The application of marketing in educational institutions has been developed so that it is almost considered necessary to keep the image, relationships and advertising the institution that usually reflected in increased demand for enrollment, which favors economic to institutions.

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
CERTIFICACIÓN DEL GRAMATÓLOGO .....	III
RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR.....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
DEDICATORIA .....	VII
DEDICATORIA .....	VIII
RESUMEN .....	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema .....	1
Nuevo modelo de gestión educativa .....	4
Sistema educativo .....	11
La institución educativa .....	14
Formulación y sistematización del problema .....	17
Objetivos .....	19
Objetivo general.....	19
Objetivos específicos .....	19
Justificación.....	20
Justificación teórica.....	20
Justificación metodológica.....	21
Justificación práctica .....	22
Hipótesis general .....	22
Variable independiente.....	22
Variable dependiente.....	22
Aspectos metodológicos .....	23

CAPÍTULO I .....	24
1. MARCO TEÓRICO.....	24
1.1. La Unesco y la educación .....	27
1.2. Ecuador en las pruebas de desempeño académico.....	30
1.3. Estándares de calidad en Ecuador .....	33
1.4. Marco conceptual .....	36
1.5. Marco contextual.....	42
1.6. Biografía de Miguel Febres Cordero .....	43
CAPÍTULO II .....	45
2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	45
2.1. Fuentes de investigación.....	46
2.2. Método cualitativo.....	46
2.3. Metodología de la investigación .....	47
2.3.1. Investigación descriptiva.....	47
2.3.2. Técnica de investigación .....	47
2.4. Determinación del método del muestreo: probabilístico .....	48
2.4.1. Población y muestra.....	49
2.4.2. Delimitación de la muestra .....	49
2.5. Informe.....	51
2.5.1. Cuestionario destinado a los estudiantes .....	51
2.5.2. Cuestionario destinado a los padres, madres de familia y/o representantes .....	62
2.6 Conclusiones .....	85
2.7 Recomendaciones .....	86
CAPÍTULO III .....	88
3. PROPUESTA.....	88
3.1. E.E.G.B. Miguel Febres Cordero .....	88
3.1.1. Datos de la institución.....	90
3.1.2. Misión.....	91
3.1.3. Visión.....	91
3.1.4. Valores .....	92

3.1.5. Organigrama .....	93
3.1.6. Talento humano.....	93
3.2. Análisis del entorno externo.....	94
3.2.1. Análisis del ambiente económico .....	94
3.2.2. Análisis del ambiente político y legal.....	97
3.2.3. Factor legal.....	98
3.2.4. Análisis del ambiente cultural y demográfico.....	99
3.2.5. Análisis tecnológico.....	100
3.2.6. Análisis de la competencia.....	102
3.2.6.1. Particulares .....	103
3.2.6.2. Fiscales .....	106
3.2.6.3. Costos.....	109
3.3. Análisis FODA .....	110
3.4. Objetivos de las estrategias de marketing.....	115
3.4.1. General.....	115
3.4.2. Específicos.....	116
3.5. Mercado meta.....	116
3.6. Estrategias de marketing .....	117
3.6.1. Estrategias de segmentación de mercado y posicionamiento .....	118
3.6.1.1. Estrategia de segmentación.....	118
3.6.1.2. Estrategia de posicionamiento .....	118
3.6.1.3. Estrategia de fidelización .....	119
3.6.2. Estrategias funcionales .....	119
3.6.2.1. Estrategia de producto/servicio.....	119
3.6.2.2. Estrategia de precios.....	120
3.6.2.3. Estrategia de promoción.....	121
3.6.2.3.1. Estrategia de publicidad.....	121
3.6.2.3.2. Estrategia de promoción de ventas .....	122
3.6.2.3.3. Relaciones públicas .....	123
3.7. Plan de acción .....	123

3.7.1. Plan sobre productos/servicios.....	124
3.7.2. Plan sobre precios.....	125
3.7.3. Plan sobre la promoción .....	125
3.8. Presupuesto para las estrategias de marketing.....	126
3.9. Estimación de ventas .....	127
3.10. Punto de equilibrio .....	128
CONCLUSIONES.....	132
RECOMENDACIONES.....	134
CRONOGRAMA.....	136

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Estudiantes de tercer grado que no alcanzaron el nivel de desempeño en la prueba SERCE-2006 en %.....	3
Gráfico 2 Desconcentración del Ministerio de Educación del Ecuador .....	5
Gráfico 3 Niños y niñas matriculados en Educación Inicial en 2007 y 2014 .....	7
Gráfico 4 Niños y niñas matriculados en Educación Inicial (3 a 4 años).....	8
Gráfico 5 Niños y niñas matriculados en E.G.B .....	8
Gráfico 6 Tasa neta y bruta de asistencia en E.G.B (5 a 14 años).....	9
Gráfico 7 Tasa neta de asistencia a E.G.B, urbana y rural (6 a 14 años).....	10
Gráfico 8 Tasa neta de asistencia en E.G.B (5-14 años)-quintil 1 y 5.....	11
Gráfico 9 Estándares de calidad educativa.....	35
Gráfico 10 Edad de estudiantes.....	51
Gráfico 11 Sexo de estudiantes.....	52
Gráfico 12 Curso de estudiantes .....	53
Gráfico 13 Nombre de la institución .....	54
Gráfico 14 Calidad del servicio educativo .....	55
Gráfico 15 Docentes .....	56
Gráfico 16 Calidad del docente.....	57
Gráfico 17 Hermanos menores de 13 años .....	58
Gráfico 18 Elección de institución educativa .....	59
Gráfico 19 Servicios requeridos.....	61
Gráfico 20 Edad de padres, madres de familia y/o representantes .....	62
Gráfico 21 Sexo de padres, madres de familia y/o representantes .....	64
Gráfico 22 Cursos .....	65
Gráfico 23 Nombre de la institución .....	66
Gráfico 24 Medio de información.....	67
Gráfico 25 Hijos matriculados en la institución.....	68
Gráfico 26 Calidad del servicio educativo .....	69
Gráfico 27 Motivo de elección.....	70
Gráfico 28 Niveles de satisfacción del servicio .....	71
Gráfico 29 Cumplimiento con Ministerio de Educación del Ecuador .....	72
Gráfico 30 Docentes .....	73
Gráfico 31 Calidad de docentes.....	74
Gráfico 32 Directivos de la institución.....	75
Gráfico 33 Directivos de la institución capacitados .....	76
Gráfico 34 Hijos menores de 13 años.....	77
Gráfico 35 Probabilidad de matrícula.....	78
Gráfico 36 Probabilidad matrícula hasta 10mo .....	79

Gráfico 37 Recomendación .....	80
Gráfico 38 Puntos para elegir una institución .....	81
Gráfico 39 Elección de institución educativa .....	83
Gráfico 40 Organigrama.....	93
Gráfico 41 Inflación mensual .....	95
Gráfico 42 Inflación por división de producto.....	95
Gráfico 43 Producto interno bruto (PIB) precios constantes de 2007, tasas de variación trimestral .....	97
Gráfico 44 Composición de la población (PET-PEA-PEI) .....	100
Gráfico 45 Punto de equilibrio 2015/2016.....	130

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Proyectos de inversión (Presupuesto devengado al 31 de Diciembre del 2014).....	6
Tabla 2 Descripción de la normativa general (16 países del SERCE).....	31
Tabla 3 Estudiantes, padres, madres de familia y/o representantes encuestados .....	50
Tabla 4 Personal de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero .....	94
Tabla 5 Productos que más aportan a la división educación.....	96
Tabla 6 Datos del país.....	97
Tabla 7 Uso de tecnología.....	100
Tabla 8 E.E.G.B. Luz y Saber.....	103
Tabla 9 U.E. Lcdo. Telmo Marquina .....	104
Tabla 10 Escuela Galapaguitos 2046.....	105
Tabla 11 E.E.G.B. Alfredo Barandearan Samaniego.....	106
Tabla 12 E.E.G.B. Primero de Junio.....	107
Tabla 13 E.E.G.B. Ciudad de Latacunga .....	108
Tabla 14 Precios de sección inicial .....	109
Tabla 15 Precios de Educación general básica .....	109
Tabla 16 FODA.....	113
Tabla 17 Matriz DOFA .....	114
Tabla 18 Segmentación de mercado .....	117
Tabla 19 Plan sobre producto/servicio.....	124
Tabla 20 Plan de precio.....	125
Tabla 21 Plan de promoción .....	125
Tabla 22 Presupuesto de estrategias de marketing.....	126
Tabla 23 Precio de emisoras .....	127
Tabla 24 Estimación de ventas (estudiantes) .....	127
Tabla 25 Precio estimado de matrícula/pensión.....	128
Tabla 26 Estimación de ventas (Ingresos 2016/2017) .....	128
Tabla 27 Datos punto de equilibrio.....	129

## INTRODUCCIÓN

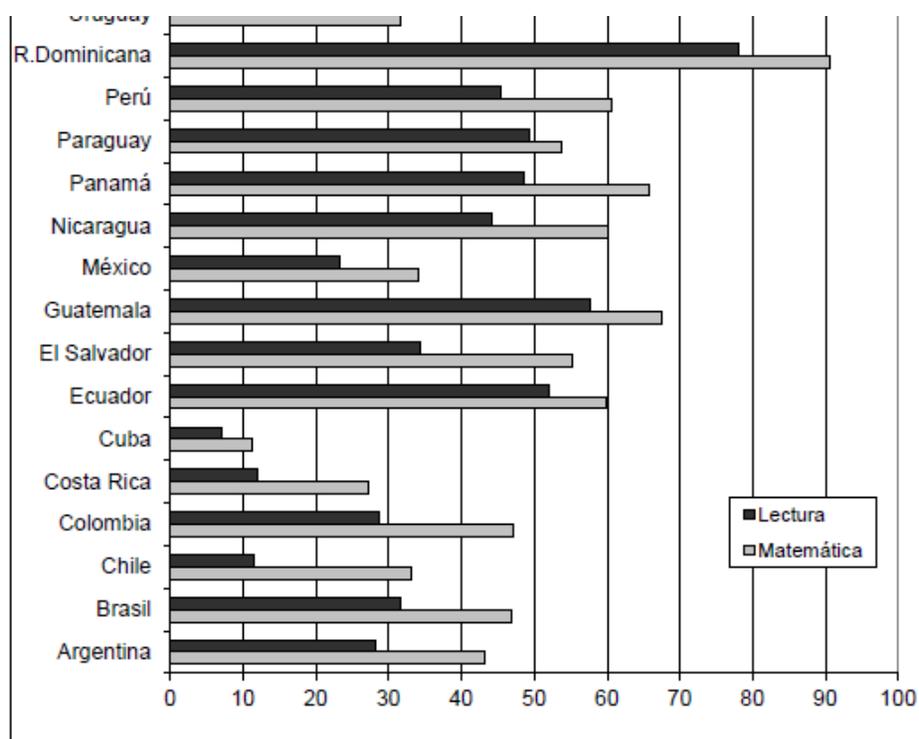
### **Planteamiento del problema**

El avance educativo no es sino un elemento para la transformación del mejoramiento de las condiciones de vida de las sociedades, sin embargo se cree que una desarrollada y mejor educación aporta al crecimiento general, por lo tanto la misma ausencia de crecimiento crea a su vez un impedimento al desarrollo de las oportunidades educativas. Existe un vínculo entre el avance en la educación y el desarrollo de los países, la relación entre ambas parece ir tanto desde la educación hacia el desarrollo, como viceversa.

Recientemente –sobre todo durante el siglo XX-, la expansión del acceso a la educación ha sido concebida por las sociedades como uno de los rasgos característicos, definitorios de los estados nacionales modernos. Por tanto, la perspectiva contemporánea que parece mejor ajustada a los principios de derechos humanos como a la evidencia científica, no es tanto que la educación sea causa o efecto del desarrollo, sino que la educación es desarrollo. (Unesco, 2012, pág. 15).

Existe la necesidad de incentivar la educación desde los primeros años de estudio, con el propósito de que se conviertan en la juventud que aspire a ingresar a estudios superiores, con la intención de mejorar su calidad de vida, obtener mejores oportunidades laborales en espera de beneficio propio y el de su familia, y en especial aporten al desarrollo de su país. Si se toma en cuenta que la educación inicial-EGB son los primeros pasos de la educación de un individuo, esta debe ser de calidad y que permita aportar el conocimiento necesario para que los mismos se conviertan en los futuros profesionales de la patria. La prueba SERCE (Segundo Estudio Regional Comparativo y Explicativo)-2006 del Laboratorio Latinoamericano de Evaluación de la Calidad de la Educación de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) ofrece la información comparativa regional del desempeño académico de los estudiantes de educación primaria. En la prueba participaron 16 países entre ellos Uruguay, República Dominicana, Perú, Paraguay, Panamá, Nicaragua, México, Guatemala, El Salvador, Ecuador, Cuba, Costa Rica, Colombia, Chile, Brasil y Argentina de los cuales se evaluó a los estudiantes de tercero y sexto en lectura y matemática, y de sexto en ciencias.

**Gráfico 1 Estudiantes de tercer grado que no alcanzaron el nivel de desempeño en la prueba SERCE-2006 en %**



Fuente: LLECE-UNESCO.

El estudio que realiza la UNESCO a través de las pruebas SERCE evalúa tanto las habilidades como los conocimientos, enfocándose principalmente en los estudiantes que no logran conseguir el nivel o los puntos requeridos para la edad o el grado de estudio en el que se encuentre, considerándolos de gran importancia por ser propensos a abandonar los estudios o no aprobar el año en curso, quedándose retrasados en sus años de estudio. Así mismo se mencionan las razones de las diferencias entre los estudiantes, entre ellas las condiciones socioeconómicas, culturales, el sitio donde recibe las clases, el clima, los docentes, el grupo étnico al que pertenecen, abandono de estudio, que aportan de forma negativa en los resultados de los estudiantes. Los resultados presentados por la prueba SERCE, demostraron la

situación de la educación en cada país, colocando a Ecuador en uno de los últimos lugares de países evaluados, siendo un paso importante para mejorar el sistema educativo en cada país, considerando que para la UNESCO la educación es un pilar fundamental para el desarrollo de un país.

### **Nuevo modelo de gestión educativa**

El nuevo modelo de gestión educativa propuesta por el Gobierno inició su ejecución a partir de enero de 2010, con el propósito de garantizar y asegurar el cumplimiento al derecho de la educación de calidad. Esto estimuló a que se presente una transformación y desconcentración de los procesos desde Planta Central hacia las Zonas, Distritos y Circuitos.

Para reforzar los servicios educativos en el territorio nacional y acercarlos a la ciudadanía con calidad y calidez, la desconcentración inicia desde Planta Central hacia las Zonas, de las Zonas hacia los Distritos, de los Distritos hacia los Circuitos y de los Circuitos hacia las Instituciones Educativas. (Educación, Ministerio de, 2014, pág. 9).

**Gráfico 2 Desconcentración del Ministerio de Educación del Ecuador**



Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

La inversión realizada en sector educativo por parte del Gobierno ha sido de USD 18.588,38 millones del año 2007 al 2014, esto evidencia el gran compromiso del Estado Ecuatoriano en asegurar el derecho a la educación. Para el 2007 se incrementó el presupuesto en un 24% y para el año 2008 en un 30%, evidenciando el gran interés por parte del Estado de mejorar el sistema educativo. Se puede evidenciar claramente los resultados obtenidos en el sector educativo, tanto en calidad como en cantidad se puede resaltar la excelente gestión y administración realizada por el Ministerio de Educación del Ecuador. “La calidad, la cobertura y la administración de servicios educativos es ahora la característica principal del sistema educativo ecuatoriano fiscal” (Educación, Ministerio de, 2014, pág. 14).

**Tabla 1 Proyectos de inversión (Presupuesto devengado al 31 de Diciembre del 2014)**

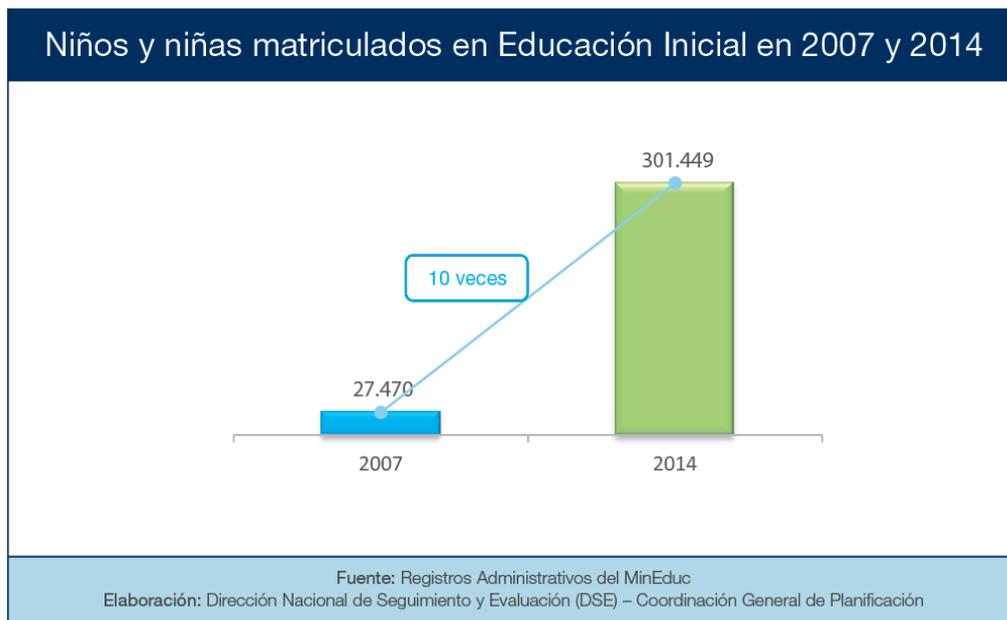
Ejes	Nombre del Proyecto <sup>3</sup>	Presupuesto Devengado
Calidad	Educación Inicial de Calidad y con Calidez	4.273.090,07
	Fortalecimiento de la Educación Intercultural Bilingüe	716.725,73
	Bibliotecas Pedagógicas	64.101,02
	Sistema Nacional de Desarrollo Profesional SÍPROFE	16.919.369,17
	Fortalecimiento de la Calidad Educativa	616.443,41
	Sistema Integral de Tecnologías para la Escuela y la Comunidad	644.702,15
	Teleducación Modelo Experimental de Finalización de EGB y Bachillerato para Jóvenes y Adultos en Rezago Escolar	5.305.803,59
	Fortalecimiento de la Enseñanza de Inglés como Lengua Extranjera en Ecuador	312.704,00
	*Creación de la Universidad Nacional de Educación en Azogues Cañar	5.391.474,37
Cobertura	Educación Básica para Jóvenes y Adultos	10.767.526,79
	Modelo de Educación Inclusiva	1.524.224,53
	Nuevo Bachillerato Ecuatoriano	3.489.603,17
Administración de los servicios educativos	Nuevo Modelo de Gestión del Sistema Educativo	531.699,38
	Nuevo Modelo de Supervisión Educativa	1.145.927,87
	Reducción de Riesgos ante los Desastres Naturales en la Comunidad Educativa del Ecuador	295.948,69
	Actualización del Archivo Maestro de Instituciones Educativas	414.832,14
Transversalidad de Ejes	Programa de Alimentación Escolar PAE	27.095.526,75
	Proyecto Hilando el Desarrollo	21.719.377,83
	Textos Escolares Gratuitos	8.663.903,71
	Nueva Infraestructura Educativa	150.978.836,28
	Programa Nacional de Infraestructura para la Universalización de la Educación con Calidad y Equidad	833.074,25
	Construcción de Escuelas Seguras Multifuncionales	2.451.204,22
	Unidades Educativas del Milenio para la Frontera Norte	6.502.752,71
	Implementación de Escuelas del Buen Vivir	661.184,10
<b>TOTAL</b>	<b>271.320.035,93</b>	
<p>• Proyecto transferido al Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano, aproximadamente en el mes de agosto de 2014  Elaboración: Dirección Nacional de Seguimiento y Evaluación (DNS) - Coordinación General de Planificación (CGP).  Nota: Incluye todas las fuentes de financiamiento. No incluye montos de transferencias realizados a entidades coejecutoras (SECOB, INMOBILIAR Y ECUADOR ESTRATÉGICO).</p>		

Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

## Educación inicial

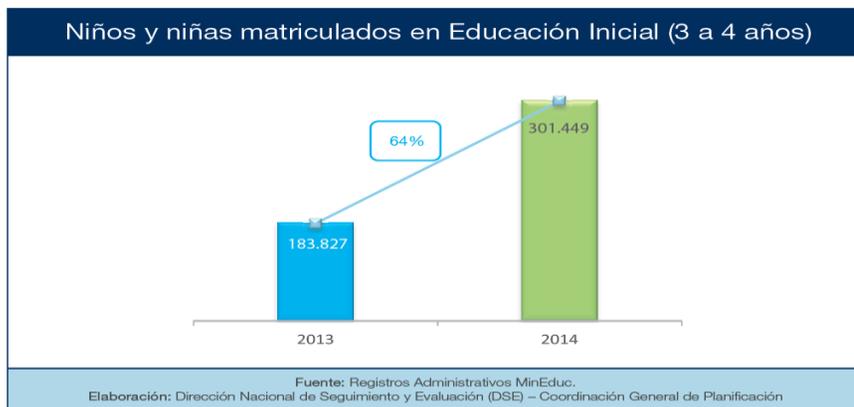
El número de matriculados en Educación Inicial (EI) de 3 y 4 años, pasó de 27.470 en el año 2007 a 301.449 en 2014 entre niños y niñas, el incremento se evidencia en la variación que existe. Para el año 2013 al 2014 el incremento fue de un 64% en el número de estudiantes matriculados. “Con el fin de promover la Educación Inicial el gobierno ha invertido en los últimos cinco años USD24,4 millones, a través del Proyecto Educación Inicial de Calidad con Calidez” (Educación, Ministerio de, 2014).

**Gráfico 3 Niños y niñas matriculados en Educación Inicial en 2007 y 2014**



Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

### Gráfico 4 Niños y niñas matriculados en Educación Inicial (3 a 4 años)

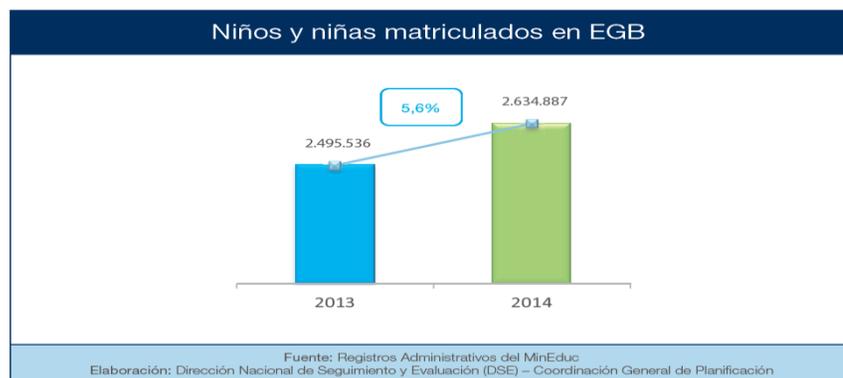


Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

### Educación general básica

En el 2014 el número de estudiantes matriculados en Educación General Básica (EGB) fue de 2.634.888 y en el año 2013 de 2.495.536, presentándose un incremento del 5,6%.

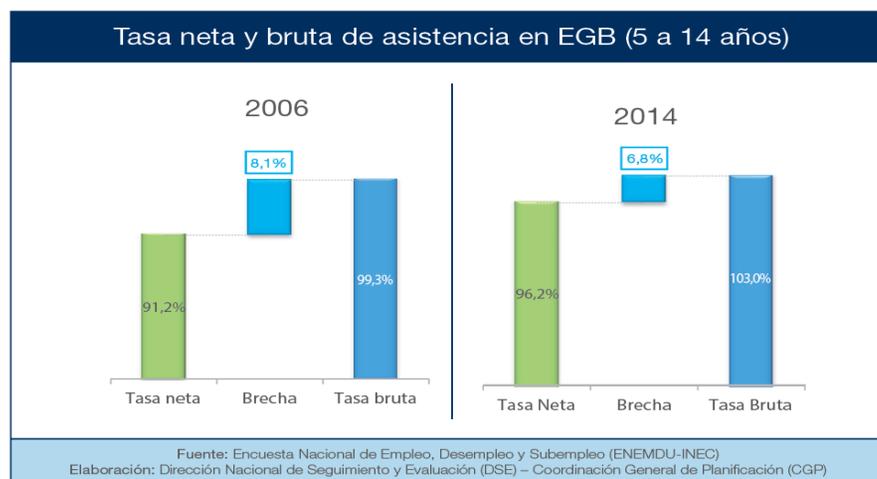
### Gráfico 5 Niños y niñas matriculados en E.G.B



Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

La tasa de asistencia neta de niños y niñas entre 5 a 14 años en Educación General Básica (EGB), en el año 2006 fue de 91.2% y para el 2014 de 96.2% lo que presenta un incremento de 5 puntos porcentuales. Para el año 2006, la brecha entre la tasa bruta y neta de asistencia en (EGB) es de 8,1 puntos porcentuales, mientras que para el año 2014 la diferencia entre las tasas disminuyó al 6,8%. Lo que indica que está disminuyendo la población con rezago escolar.

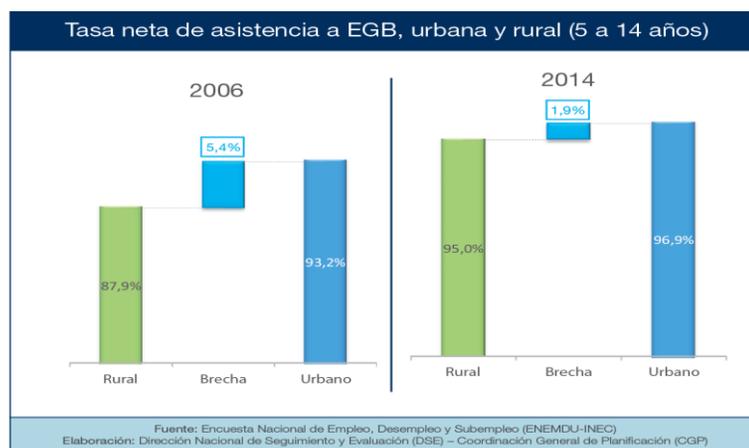
**Gráfico 6 Tasa neta y bruta de asistencia en E.G.B (5 a 14 años)**



Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

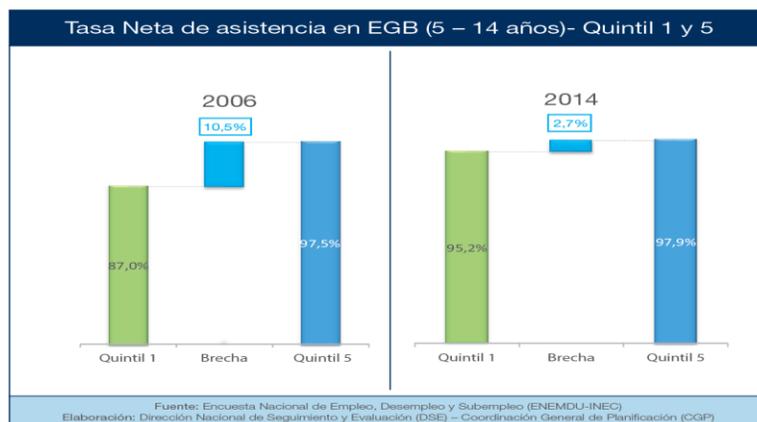
La asistencia de estudiantes de zonas rurales ha ido incrementando en los últimos años, es así que la brecha de la tasa neta de asistencia en EGB entre el sector rural y urbano decrece, disminuyendo de 5,4% en el año 2006 al 1,9% para el año 2014.

**Gráfico 7 Tasa neta de asistencia a E.G.B, urbana y rural (6 a 14 años)**



Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

La asistencia de estudiantes que corresponden a hogares con menores ingresos ha ido incrementando en los últimos años, es así que la brecha de la tasa neta de asistencia en EGB entre el quintil 1 (población con menores ingresos) y el quintil 5 (población con mayores ingresos), se ha reducido fuertemente; en el 2006 la brecha fue 10,5% bajando al 2,7% en el 2014. Lo que significa que se está garantizando el derecho a la educación a la población más vulnerable e históricamente excluida. (Educación, Ministerio de, 2014)

**Gráfico 8 Tasa neta de asistencia en E.G.B (5-14 años)-quintil 1 y 5**

Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

### Sistema educativo

El sistema educativo implementó modificaciones que permiten que las instituciones brinden un mejor servicio enfocado en la calidad; destacándose entre ellas la reducción de planta administrativa, capacitación constante a docentes, examen de bachillerato, construcción y remodelación de planteles, recategorización, el Ministerio de Educación del Ecuador busca enfocarse en tres ejes principales: rectoría, cobertura y calidad.

### Rectoría

El Ministerio de Educación del Ecuador propone consolidar el Modelo de Gestión Educativa, los procesos de desconcentración, la constitución de los distritos y circuitos educativos los cuales son prioridad. De esta manera se busca implementar la política educativa

de manera efectiva, así como mantener una relación directa con la ciudadanía y brindar un servicio de calidad y con los actores del sistema, resolviendo los problemas que se presenten en los establecimientos educativos. (Jbs, 2013)

### **Cobertura**

Actualmente hay 18.500 establecimientos educativos que trabajan en la máxima precariedad, para el Ministerio de Educación del Ecuador el país necesita 5.500 planteles con todos los servicios para brindar una educación de calidad. Para lograr ese propósito se requiere 7.000 millones de dólares para 3.600 unidades educativas mayores (que tienen entre 1.000 y 1.140 estudiantes) y unidades educativas menores (570 estudiantes); y 1.800 a 1900 unidades educativas del milenio especiales (150 estudiantes). Además la construcción de 1.000 unidades del milenio y la repotenciación de 4.500 planteles emblemáticos. (Jbs, 2013)

### **Calidad**

Para mejorar la calidad del sistema educativo se debe fortalecer la planta docente. El objetivo es alcanzar 130.000 docentes con nombramiento, mismos que serán recategorizados y evaluados. Según el nivel de formación de los docentes se implementaran programas de

especializaciones y maestrías con la finalidad de mejorar el nivel académico de los docentes. (Jbs, 2013)

De acuerdo al Art. 39 de Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI), y con el objetivo de organizar el sistema educativo y tener una correcta relación del nombre de cada institución con el servicio que oferta, los establecimientos se ordenarán de la siguiente manera: Centro de Educación Inicial, Centro de Educación General Básica, Colegio de Bachillerato y Unidad Educativa. Si una Unidad Educativa mantiene dos niveles de educación, es decir 8vo, 9vo y 10mo de Educación General Básica y 1ero, 2do y 3ero de Bachillerato, deberá llamarse Unidad Educativa, sin que esto comprometa la pérdida de su carácter tradicional. (Educación, Ministerio de, 2013)

En el Ecuador no se había logrado un avance significativo, en muchos casos los centros de educación no cumplían normativas ni decretos del Ministerio de Educación del Ecuador, los estudiantes asistían a sitios inapropiados para recibir las clases, no contaban con la infraestructura ni los elementos necesarios para que los estudiantes reciban un buen servicio educativo, docentes sin formación profesional, o en el peor de los casos solo se limitaban a cumplir con las horas de clases sin impartir conocimiento. La importancia de la educación desde los primeros años de vida de un ser humano, permiten aprovechar y estimular de manera más óptima el desarrollo de

sus capacidades mentales. Para llevar a cabo este proceso, las instituciones educativas deben contar con un ambiente apropiado para encaminar a los estudiantes a un aprendizaje de conocimientos, destrezas, principios y valores. Considerando el artículo 27 de la Constitución de la República del Ecuador que menciona “La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional” (Ecuador, Constitución de la República del).

### **La institución educativa**

La Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero posee conocimientos incipientes del marketing, que no le permite aprovechar al máximo los beneficios que como ciencia otorga, el marketing le aportaría beneficios ilimitados. La imagen institucional de la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero se vio afectada a partir de la Ley Orgánica de Educación Intercultural del 2011 la cual dispuso:

“Capítulo VIII. De la denominación de instituciones educativas. Art. 110.-Nombres. Para nominar las instituciones educativas deben considerarse las siguientes opciones:

1. Fundadores de la nación ecuatoriana;
2. Héroe y personajes ilustres;

3. Personajes prominentes de la cultura, la ciencia y el arte;
4. Docentes memorables por su labor en beneficio de la sociedad;
5. Fechas que recuerden hechos memorables de la historia; y,
6. Continentes, países, provincias, ciudades, montañas, ríos, etc.

Para asignar nombres de personas a un establecimiento educativo, deben considerarse únicamente personas fallecidas.” (Intercultural, Ley Orgánica de Educación)

La Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero, desde el 22 de junio de 2005 trabaja para formar estudiantes, impartiendo conocimientos en la ciudad de Guayaquil y se ha comprometido, en ofrecer su servicio educativo encaminado en las necesidades de la sociedad, por tanto la aplicación del marketing le permite proponer nuevos servicios que posibiliten posicionar a la institución en estudio. Durante los últimos 5 años la institución ha presentado cambios en su nombre por normativas del Ministerio de Educación del Ecuador. La institución educativa en estudio, ante esta situación cambió su nombre de JARDÍN Y ESCUELA PARTICULAR CATÓLICA “LIRIOS DE LUZ” por el de ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO; lo que implica una variación o dificultad en el empoderamiento de la identidad educativa o imagen institucional. Se debe tomar en cuenta la fuerza con que se ha posicionado la imagen de la educación fiscal, y el crecimiento de su población estudiantil, disminuyendo el número de estudiantes que ingresan a las escuelas particulares del sector, como es el

caso de la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero. La institución se limita a ofertar el servicio educativo sin impulsar o promocionar actividades tanto académicas como culturales que expongan a la comunidad la calidad y el servicio que ofertan, lo que incentive a más padres, madres de familia y/o representantes a matricular a sus hijos en la institución. La institución en estudio debe cumplir ciertos parámetros ante el Ministerio de Educación del Ecuador, para ser considerada una institución que brinde educación de calidad y a su vez informar a la comunidad la calidad de educación que la institución brinda.

La escuela en estudio también presenta problemas en el ámbito de los docentes, considerando que la mayoría de ellos aún no cuentan con el título universitario, la mayoría se encuentra cursando sus estudios universitarios, puesto que se consideraría el empleo en la institución como una práctica de sus estudios por ende la mayoría presentara falencias en la enseñanza, por otra parte los docentes tienden a retirarse abruptamente del cargo por el sueldo bajo que se les cancela o por la presión ejercida por parte de los estudiantes hacia los maestros, provocando inestabilidad de docente en ciertos paralelos de la institución. Al no contar con el título en mano, la institución no cancela un sueldo justo a los docentes, motivo principal de las renunciaciones, pero cabe recalcar que no se les cancela un sueldo más elevado porque no cuentan con la cantidad de estudiantes que permitan generar una mayor cantidad de ingresos en cuestión de matrícula/pensiones para cubrir los gastos de sueldos de docentes.

En la actualidad los directivos han olvidado el motivo por el cual fundaron la institución, descuidando la disciplina y la calidad educativa, motivo principal por el cual los padres, madres de familia y/o representantes prefirieron dicha institución ante otras del sector, descuido que se refleja en las constantes quejas de los padres, madres de familia y/o representantes. La falta de autoridad que se presenta desde el maestro hacia los estudiantes, es una de las causas principales de la falta de respeto de los estudiantes hacia sus maestros, fomentando aún más la indisciplina. Se descuida considerablemente la implementación práctica de las clases de computación y de inglés, lo que se presenta en las encuestas realizadas a los padres, madres de familia y/o representantes. Los padres, madres de familia y/o representantes demuestran mayor expectativa cada año, con respecto a mejoras en calidad educativa, como de la infraestructura de la institución, por tanto son puntos que no se deben descuidar para bien del alumnado que es el principal cliente. Se debe tomar en cuenta que los padres, madres de familia y/o representantes mantienen muy presente a las instituciones que son la competencia directa de la institución en estudio, las que son consideradas por los padres, madres de familia y/o representantes como las principales opciones en caso de que la institución en estudio no cumpla con sus expectativas.

### **Formulación y sistematización del problema**

La falta de aplicación de marketing, así como la de un valor agregado a la oferta educativa que los usuarios reciben por parte de la Escuela de Educación

General Básica Miguel Febres Cordero, constituyen las causas fundamentales para que estos opten por otra institución. Ante el panorama de una realidad educativa en que los representantes de bajos recursos se acogen, cada vez más a la ilusión de ingresar a sus hijos-as a una institución educativa fiscal de calidad y calidez, la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero podría experimentar épocas con poca demanda de alumnado y por ende de disminución de ingresos económicos.

**¿Cuáles deben ser las estrategias de marketing para que la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero mejore su imagen institucional?**

¿Servirá el uso de las estrategias de marketing para mejorar la imagen institucional de la Escuela?

¿Estarán en capacidad de aceptar el uso de las estrategias de marketing?

¿El número de estudiantes incrementara mejorando la imagen Institucional?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Realizar un análisis de estrategias de marketing para la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero que le permita mejorar su imagen institucional.

### **Objetivos específicos**

- Elaborar un análisis situacional para conocer la realidad nacional y local en la cual se desenvuelve la institución.
- Realizar una investigación de mercado que proporcione información acerca de las necesidades y preferencias de los actores de la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero.
- Analizar las principales causas que inciden en la preferencia de los clientes hacia la Institución educativa.
- Diseñar estrategias de marketing que permita mejorar la imagen institucional y la relación con sus usuarios internos y externos.

## **Justificación**

### **Justificación teórica**

El conocimiento del marketing y su aplicación en el sector educativo, ofrece a las instituciones la posibilidad de posicionarse estratégicamente como un referente educativo; lo cual motivaría a todos sus actores a trabajar en conjunto desde un fuerte sentido de pertenencia, con valores explícitos que conformen la imagen institucional conocida por ellos y la comunidad.

El proyecto desarrollará conocimientos que encaminen a la institución educativa en el desarrollo de estrategias de marketing y la consecución de una identidad fortalecida en el marco del buen vivir como se establece en la Constitución de la República del Ecuador donde reconoce:

A la educación como un derecho que las personas lo ejercen a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo”.

(Ecuador, Constitución de la República del, pág. Art.26)

Es necesario que toda institución implemente estrategias de marketing, muchas veces se cree que el marketing solo es necesario para las grandes empresas dedicadas al comercio, sin considerar que en la actualidad toda empresa, institución o pequeño negocio requiere aplicar marketing para sobresalir, mejorar e incluso convertirse en la número uno del sector donde se desarrolla.

### **Justificación metodológica**

El cumplimiento de los objetivos de las estrategias de marketing para el mejoramiento de la imagen institucional de la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero se conseguirán con la correcta utilización de las técnicas de investigación que sean más apropiadas para el análisis del tema. La metodología estará determinada por una investigación de tipo cualitativa y de campo porque permite analizar una situación en el lugar real donde se desarrollan los hechos investigados.

Por lo tanto las técnicas e instrumentos de investigación que se aplicarán son: Encuestas, registros de observación. Es necesario fidelidad y exigencia científica en la aplicación de las técnicas e instrumentos para una buena interpretación y formulación de resultados y soluciones.

### **Justificación práctica**

La correspondiente investigación y sus resultados, permitirán plantear soluciones pertinentes, idóneas y eficientes para delimitar el plan de mejoramiento hacia el fortalecimiento de la imagen institucional. La temática abordada brindará a los directivos y docentes los conocimientos básicos del marketing para la aplicación en sus diseños de planes administrativos, curriculares y de ofertas educativas. Esto permitirá atesorar el sueño de que la institución se convierta en la mejor del sector.

### **Hipótesis general**

Si aplicamos estrategias de marketing permitirá mejorar la imagen institucional de la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil.

### **Variable independiente**

Estrategias de Marketing.

### **Variable dependiente**

Mejorar la imagen institucional.

### **Aspectos metodológicos**

La metodología de la investigación será basada en el análisis de la industria. Se definirá el macro y micro entorno realizando el respectivo análisis, permitiendo conocer cuáles son los factores que afectan a la institución, así también se determinarán cuáles son los aspectos positivos y negativos a los que tiene que hacerle frente la institución. Se realizará el respectivo análisis FODA, lo cual permitirá conocer más claramente la situación del mercado actual, así como el posicionamiento de la institución frente a la competencia. Así mismo se determinará las ventajas competitivas que ayuden a la institución a implementar las estrategias de Marketing y cumplir con la meta planteada.

Se elaborará una encuesta en la ciudad de Guayaquil, cooperativa pobladores sin tierra, manzana 3344 solar 6-7 en el Guasmo Sur, la cual una vez que sea llenada por los encuestados y procesada la información respectiva, permitirá definir las posibles acciones que se llevarán a cabo para llegar al objetivo propuesto: el mejoramiento de la imagen institucional. Una vez recopilada la información por medio de la encuesta, se comenzara el respectivo ingreso y tabulación en el medio respectivo (Excel).

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO

El marco teórico de esta investigación se basa en la necesidad de información de marketing que toda empresa u organización debería obtener sobre investigación de mercado, es necesario abrir la mente a la aplicación del marketing en todo tipo de organización, empresa e institución sin importar su tamaño o actividad que desempeñe, como menciona Kotler & Armstrong.

“Igual que las empresas de mayor tamaño, las organizaciones pequeñas necesitan información de marketing. Los negocios que inician requieren información acerca de su industria, de sus competidores, clientes potenciales, y de las reacciones ante nuevas ofertas de mercado. Los directores de negocios pequeños y de organizaciones sin fines de lucro, muchas veces piensan que sólo expertos de empresas grandes con elevados presupuestos de investigación pueden efectuar investigación de mercado. Los directores de pequeñas empresas y de organizaciones sin fines de lucro pueden obtener buena información de marketing con solo observar lo que ocurre a su alrededor, realizando encuestas y haciendo uso de internet.” (Armstrong, 2008, págs. 116, 117).

Los diferentes cuestionamientos anteriores, indican que se puede realizar una investigación de mercado de manera económica sin el

temor a los grandes presupuestos, con la aplicación de estrategias de marketing es posible que se logre aumentar y mejorar tanto sus ingresos/demanda y su imagen. Se debe proyectar una imagen real, acorde a los servicios que ofrece, sin engaños acerca de la institución, esto lo menciona Juan Manuel Manes “la formación de la imagen ideal sobre los atributos definidos en la escala, debe ser posible y realista” (Manes, 2005, pág. 47).

En el ámbito de los negocios, según Kotler & Armstrong, “la utilización del marketing en las actividades que realizan las empresas les permiten atraer nuevos clientes al prometer un valor superior y conservar y aumentar a los clientes actuales mediante la entrega de satisfacción” (Armstrong, 2008, pág. 5). La aplicación del marketing puede mejorar la calidad de los programas educativos y a la vez no solo conseguir la satisfacción de los estudiantes, sino también hacer más competitivas las instituciones educativas tanto a nivel local, nacional e internacional. La implementación del marketing en las instituciones educativas suele ser mal visto, puesto que se tiene la percepción que el marketing solo es aplicable en las empresas de venta de productos; como indica Carlos Cutropía Fernández “Algunos directivos de instituciones educativas, se cuestionan la legitimidad de la aplicación de técnicas de marketing en la escuela para evitar la mercantilización de la educación” (Fernández, 2002, pág. 64).

Establecer relaciones más duraderas con los clientes, debería realizarse con más frecuencia y naturalidad por parte de las empresas. Muchas instituciones educativas no se arriesgan a la implementación del marketing en sus actividades, puesto que anteriormente solía ser considerado poco ético el uso del marketing. Como menciona Kotler & Armstrong “el marketing se ha convertido también en parte importante de las estrategias de muchas organizaciones que no tienen fines de lucro” (Armstrong, 2008, pág. 28).

Las instituciones educativas realizan sus actividades en un mercado cada vez más competitivo, a las cuales se les dificulta mantenerse en el mismo, ya que carecen de una imagen institucional establecida o reconocida; por lo tanto es importante y necesario que las mismas tengan una imagen propia, que les permita diferenciarse y destacarse de las demás, como señala Kotler & Armstrong “las instituciones privadas ante la baja de matrículas y el aumento en los costos, están usando marketing para competir por el ingreso de estudiantes y fondos” (Armstrong, 2008, pág. 29).

Existe la necesidad de potenciar el servicio educativo que ofertan las instituciones educativas, plantear estrategias, evaluar el servicio que se oferta con el de la competencia, para continuar con el proceso de calidad y mejoramiento continuo que se requiere; continuando con la referencia de Carlos Cutropía Fernández: “Desde una postura ética los alcances de esta técnica (marketing educativo) no solo son correctos y beneficiosos para la institución en cuanto al aumento de la captación y

retención de estudiantes, sino que constituye un beneficio para la comunidad” (Fernández, 2002, pág. 64). El marketing educativo actualmente es visto como la oportunidad de apoyar el proceso de satisfacción de los estudiantes, además es un campo poco aplicado en el ámbito educativo de Ecuador. “Una institución que no conoce su historia tiene el riesgo de no conocer su identidad, las causas de ciertos problemas y, además, no podrá disponer de todos los elementos para realizar un planteamiento estratégico hacia el futuro” (Moschen, 2008, pág. 78). Por tal motivo las instituciones educativas deben conocer y tener muy presente la historia de su institución para tener muy en cuenta el motivo por el cual se la fundó, y por el cual deben seguir trabajando.

### **1.1. La Unesco y la educación**

La UNESCO mantiene su compromiso con una visión holística y humanista de la educación de calidad en el mundo entero, trata de hacer realidad el derecho de cada persona a recibir enseñanza y sostiene el principio de que la educación desempeña una función esencial en el desarrollo humano, social y económico.

### Estrategias en educación por parte de la UNESCO:

- Ampliar el acceso a la educación básica con miras a la educación permanente de todos y renovar su contenido, sus métodos y sus procesos para que se ajusten a las necesidades del desarrollo individual y social.
  - Renovar, diversificar y ampliar los sistemas, programas y procesos educativos con miras a la educación permanente y darles más sensibilidad a las transformaciones sociales y a las perspectivas del siglo XXI.
  - Fortalecer las capacidades de los Estados Miembros de la Organización, a fin de reorientar la educación de todos los niveles hacia un futuro sostenible y promover la toma de conciencia y la formación, así como la cooperación interinstitucional y las actividades conjuntas en este ámbito.
- (Unesco, 2011)

La UNESCO es la única organización del sistema de las Naciones Unidas que dispone de un mandato que abarca todos los aspectos de la educación. Su labor comprende el desarrollo educativo empezando por el nivel preescolar y siguiendo luego por la enseñanza primaria, secundaria y superior, incluidas la educación técnica, la formación

profesional y la educación no formal y el aprendizaje de adultos. La Organización centra su atención en aumentar la igualdad y el acceso, mejorar la calidad y velar porque la educación genere conocimientos y competencias en ámbitos tales como el desarrollo sostenible, el VIH y el SIDA, los derechos humanos y la igualdad entre hombres y mujeres. La UNESCO colabora con los gobiernos, para hacer más capaces los sistemas educativos mediante la reforma de las políticas pertinentes. (Unesco, 2011)

Los resultados SERCE-2006 indicaron que, en promedio en los países participantes, uno de cada dos estudiantes de tercer grado en matemáticas, y uno de cada tres en lectura, no había alcanzado el nivel II de desempeño, considerado un piso de logro básico. Además, las desigualdades entre países encontradas en este aspecto fueron muy pronunciadas.

“Un estudio realizado por la UNESCO sobre los datos del SERCE, entre las circunstancias que justificarían las desigualdades de los estudiantes se encontrarían como las principales las condiciones socioeconómicas y culturales tanto del alumno como del promedio de la escuela; el clima escolar en el nivel de la escuela como de la percepción del alumno; la gestión directiva que esté orientada hacia lo pedagógico; los años de experiencia docente; y los años en educación

preprimaria. También se destaca que la pertenencia a grupos indígenas, el trabajo infantil, y la repetición de grado contribuye de manera negativa en el logro académico de los niños.” (Unesco, 2012)).

## **1.2. Ecuador en las pruebas de desempeño académico**

Los primeros pasos de Ecuador en la implementación de pruebas nacionales iniciaron a partir de 1996 con las pruebas APRENDO, las mismas que se aplicaban en 3°, 7° y 10° años de educación general básica en las áreas de Lenguaje y Comunicación (hoy llamada Lengua y Literatura) y Matemáticas. El Ministerio de Educación del Ecuador a partir del 4 de junio de 2008, aplica las pruebas SER ECUADOR para la evaluación del desempeño de los estudiantes, con la implementación de una nueva metodología: la teoría de respuesta al ítem (Unesco, 2013).

Desde años anteriores el país ha manejado un sistema educativo deficiente, lo que preocupaba a la sociedad que se encontraba en vías de desarrollo, ya que la educación es considerada un pilar fundamental para el avance del país. El sistema educativo en el país presentaba falencias en infraestructura, falta de preparación de los docentes, salarios bajos, entre otros aspectos, que presentaban desventajas consideradas como abandono de educación, falta de maestros, y analfabetización.

**Tabla 2 Descripción de la normativa general (16 países del SERCE)**

País	Denominación	Año	Nivel curricular
Argentina	Ley de Educación Nacional 26.206	Diciembre de 2006	Núcleos de Aprendizaje Prioritarios (NAP)
Brasil	Ley de Directrices y Bases de la Educación Nacional (LDB)	Diciembre de 1996	Parámetros Curriculares Nacionales (PCN)
Chile	Ley General de Educación (LGE; Ley Nº 20370); Decretos Supremos Nº 254, 256 y 280	2009	Objetivos Fundamentales (OF) y Contenidos Mínimos Obligatorios (CMO)
Colombia	Ley General de Educación	1994	Estándares Básicos de Competencias en Ciencias Naturales, Ciencias Sociales y Competencias Ciudadanas para conjuntos de grados de 1° a 11° (comprende educación básica y media)
Costa Rica	Ley Fundamental de Educación	1957	Programas de Educación General Básica. Programas de Estudio primero y segundo ciclos
Ecuador	Ley Orgánica de Educación Intercultural	Marzo 2011	El Acuerdo Ministerial 611-09 Documento de Actualización y Fortalecimiento Curricular de la Educación General Básica
Guatemala	Ley de Educación Nacional Decreto Legislativo Nº 12-91 Vigencia: 12 de enero de 1991	1991	Acuerdo Ministerial 35-2005 para la implementación del currículum nacional base del nivel primario
Honduras	Diseño Curricular Nacional Básico DCNB	2004	Alineación Curricular, Libros de texto, Estándares, Programaciones, Pruebas Diagnósticas, Formativas y de fin de año
México	Ley General de Educación	1993	Planes y programas de estudio de la educación básica. Preescolar 2004, Primaria 2009, Secundaria 2006. El nivel de Educación Básica Obligatoria comprende: Preescolar, Primaria y Secundaria.
Panamá	No reporta		No reporta
Paraguay	Ley General de Educación	1998	Educación inicial - Educación escolar - básica, 1995
Perú	Ley General de Educación Nº 28044	2003	Diseño Curricular Nacional de la Educación Básica Regular Año del último ajuste curricular: 2008
República Dominicana	Ley General de Educación	1997	Ordenanza 1'95 que establece el currículo. Diseño Curricular del Nivel Básico (1995), Secretaría de Estado de Educación. Fundamentos del Currículo, tomo I. Fundamentos del Currículo, tomo II.
Uruguay	Ley General de Educación	2009	Programa de Educación Inicial y Primaria. Año 2008.

FUENTE: LLECE-UNESCO

Fuente: UNESCO

En Ecuador se encuentra vigente la Ley Orgánica de Educación Intercultural, aprobada el 31 de marzo de 2011 con Registro oficial N° 417. La norma que fundamenta los primeros niveles es El Acuerdo Ministerial 611-09, que oficializa y pone en vigencia el Documento de Actualización y Fortalecimiento Curricular de la Educación General Básica en las cuatro áreas básicas, que son Lengua y Literatura, Matemáticas, Ciencias Naturales y Estudios Sociales, además del primer año de EGB y Entorno Natural y Social, en segundo y tercer años. (Unesco, 2013).

En Ecuador se implementan las pruebas APRENDO en los años 1996, 1997, 2000 y 2007. Estas pruebas son implementadas con el fin de examinar y evaluar diez destrezas fundamentales en Matemáticas, y Lenguaje y Comunicación, en niños y jóvenes de 3°, 7° y 10° años de EGB. La metodología utilizada en las preguntas de las pruebas fue de selección múltiple, las mismas que buscaban identificar si las destrezas evaluadas se encontraban en un nivel de inicio, avance o dominio.

“En 2008, las pruebas cambiaron de denominación y pasaron a llamarse SER (Sistema de Evaluación y Rendición de Cuentas). En este año se aplicó una prueba censal para las áreas de Matemáticas, Lengua y Literatura, y maestral para Ciencias Naturales y Estudios Sociales. En las dos primeras asignaturas se aplicó a niños y jóvenes

de 4°, 7° y 10° años de EGB, y 3° de bachillerato. Mientras que en CCNN y EESS únicamente se tomó en 7° y 10° años de EGB. En 2009 y 2010 se aplicaron las pruebas SER de manera maestra, en las cuatro áreas y en los años antes mencionados.” (Unesco, 2013).

### **1.3. Estándares de calidad en Ecuador**

“Los estándares de calidad educativa son los diversos logros esperados correspondientes a los diferentes actores e instituciones del sistema educativo” (Educación, Ministerio de, 2012). Son puntos claros que determinan y señalan las metas educativas para conseguir una educación de calidad. Los estándares son aplicados a estudiantes, docentes y a las instituciones educativas. El principal propósito de los estándares es orientar, apoyar y monitorear la acción de los actores del sistema educativo hacia su mejora continua.

Otros usos más específicos de los estándares de calidad educativa son:

- Proveer información a las familias y a otros miembros de la sociedad civil para que puedan exigir una educación de calidad.
- Proveer información a los actores del sistema educativo para que estos puedan: determinar qué es lo más importante que deben aprender los estudiantes, cómo debe ser un buen docente y un buen directivo, y cómo debe ser una buena institución educativa; realizar

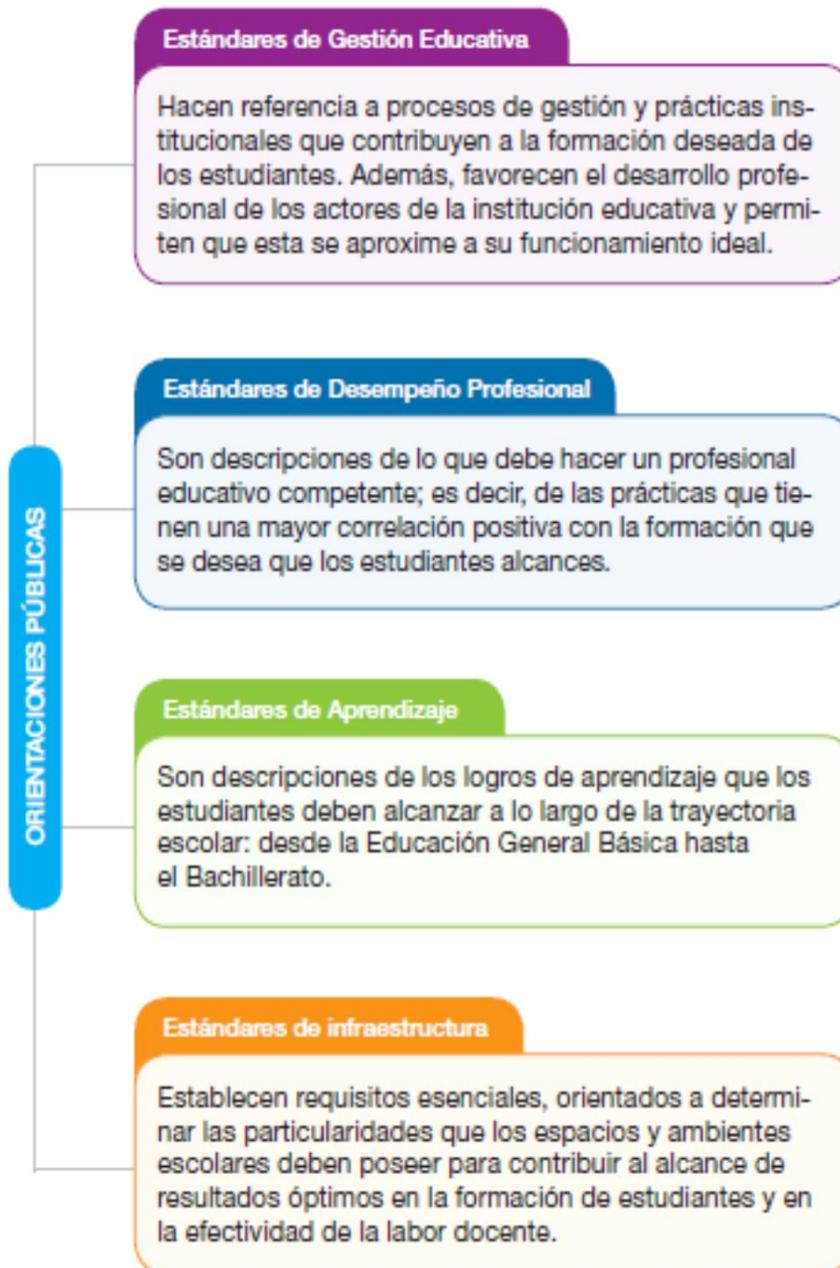
procesos de autoevaluación; diseñar y ejecutar estrategias de mejoramiento o fortalecimiento, fundamentados en los resultados de la evaluación y autoevaluación.

- Proveer información a las autoridades educativas para que estas puedan: diseñar e implementar sistemas de evaluación de los diversos actores e instituciones del sistema educativo; ofrecer apoyo y asesoría a los actores e instituciones del sistema educativo, basados en los resultados de la evaluación; crear sistemas de certificación educativa para profesionales instituciones; realizar ajustes periódicos a libros de texto, guías pedagógicas y materiales didácticos; mejorar las políticas y procesos relacionados con los profesionales de la educación, tales como el concurso de méritos y oposición para el ingreso al magisterio, la formación inicial de docentes y otros actores del sistema educativo, la formación continua y el desarrollo profesional educativo, y el apoyo en el aula a través de mentorías; informar a la sociedad sobre el desempeño de los actores y la calidad de procesos del sistema educativo.

Los países que cuentan con estándares tienden a mejorar la calidad de sus sistemas educativos. El país no contaba con definiciones explícitas y difundidas acerca de qué es una educación de calidad y cómo lograrla. A partir de la implementación de los estándares, se contará

con descripciones claras de lo que se desea lograr. (Educación, Ministerio de, 2012).

### Gráfico 9 Estándares de calidad educativa



Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

#### 1.4. Marco conceptual

**Actores Educativos:** Emisores, conformados por estudiantes, docentes/directivos, las instituciones educativas y la familia.

**Análisis FODA:** Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.

**Cliente:** El diccionario de la real academia de la lengua española señala como persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

**Docente:** Personas oficialmente habilitadas para orientar y encauzar la experiencia de aprendizaje de estudiantes, cualquiera que sea su certificación profesional o la modalidad de enseñanza (por ejemplo, presencial o a distancia). Queda excluido de esta definición el personal de educación que no desempeña actividades directas de enseñanza (por ejemplo, directores, directoras o superiores de centros docentes que no imparten clases) o quienes trabajan ocasional o voluntariamente en un establecimiento educacional. (Educación, 2013, pág. 8).

**EGB:** Educación General Básica en el Ecuador abarca diez niveles de estudio, desde primer grado hasta décimo. Las personas que terminan este nivel, serán capaces de

continuar los estudios de Bachillerato y participar en la vida política y social, conscientes de su rol histórico como ciudadanos ecuatorianos. Este nivel educativo permite que el estudiantado desarrolle capacidades para comunicarse, para interpretar y resolver problemas, y para comprender la vida natural y social. (Ministerio de Educación del Ecuador, 2015).

**EI:** Educación Inicial es el proceso de acompañamiento al desarrollo integral de niños y niñas menores de 5 años, y tiene como objetivo potenciar su aprendizaje y promover su bienestar mediante experiencias significativas y oportunas que se dan en ambientes estimulantes, saludables y seguros. Los niños y las niñas de esta edad, de manera natural, buscan explorar, experimentar, jugar y crear, actividades que llevan a cabo por medio de la interacción con los otros, con la naturaleza y con su cultura. Los padres, madres, los familiares y otras personas de su entorno son muy importantes y deben darles cuidado, protección y afecto para garantizar la formación de niños felices y saludables, capaces de aprender y desarrollarse. (Ministerio de Educación del Ecuador, 2015).

**Estudiantes:** Es toda persona que demanda servicios educativos y concurre a las aulas, dentro de lo programado por las IE. (Educación, 2013, pág. 8).

**INEC:** Instituto Nacional de Estadística y Censos es el órgano rector de la estadística nacional y el encargado de generar las estadísticas oficiales del Ecuador para la toma de decisiones en la política pública. (Inec, 2015).

**Instituciones educativas (IE):** Son los establecimientos que imparten servicios educativos en distintos niveles o a través de diferentes modalidades de enseñanza, y cuentan con la estructura física, personal docente y autorización legal para su funcionamiento. Según el artículo 53 de la LOEI, las IE cumplen una función social, son espacios articulados a sus respectivas comunidades y, tanto las públicas como las privadas y fiscomisionales, se articulan entre sí como parte del Sistema Nacional de Educación. (Educación, 2013, pág. 8).

**Investigación de mercado:** Proceso sistemático de diseño, obtención, análisis y presentación de datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización. (Armstrong, 2008).

**Jurisdicción:** Se refiere a la dirección provincial y cantonal de educación que tiene a cargo la institución educativa. (Educación, 2013).

**LOEI:** Ley Orgánica De Educación Intercultural garantiza el derecho a la educación, determina los principios y fines generales que orientan la educación ecuatoriana en el marco del Buen Vivir, la interculturalidad y la plurinacionalidad; así como las

relaciones entre sus actores. Desarrolla y profundiza los derechos, obligaciones y garantías constitucionales en el ámbito educativo y establece las regulaciones básicas para la estructura, los niveles y modalidades, modelo de gestión, el financiamiento y la participación de los actores del Sistema Nacional de Educación. Se exceptúa del ámbito de esta Ley a la educación superior, que se rige por su propia normativa y con la cual se articula de conformidad con la Constitución de la República, la Ley y los actos de la autoridad competente. (Educación, Ministerio de, pág. 8).

**Marketing:** Es un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros grupos e individuos. (Armstrong, 2008).

**Marketing Educativo:** El proceso de investigación de las actividades sociales, para desarrollar servicios educativos tendientes a satisfacer, acorde a su valor percibido, distribuidos en tiempo y lugar, y éticamente promocionados para generar bienestar entre individuos y organizaciones. (Manes, 2005).

**PEA:** Población Económicamente Activa está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados). (Inec, 2015).

**PET:** Población en Edad de Trabajar comprende a todas las personas de 10 años y más. (Inec, 2015).

**Plan del Buen vivir:** El buen vivir ofrece alternativas para construir una sociedad más justa, en la que el centro de la acción pública sea el ser humano y la vida. Supera los límites de las visiones convencionales de desarrollo que lo conciben como un proceso lineal, de etapas históricas sucesivas, que reducen el concepto a una noción exclusiva de crecimiento económico. (Ecuador, República del, 2013).

**Planeación estratégica:** Proceso de crear y mantener congruencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus cambiantes oportunidades de marketing. Implica definir una misión clara para la empresa, establecer objetivos de apoyo, diseñar una cartera de negocios sólida, y coordinar estrategias funcionales. (Armstrong, 2008).

**Posicionamiento en el mercado:** Hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en relación con los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta. (Armstrong, 2008).

**SER:** Sistema De Evaluación Y Rendición De Cuentas Para dar cumplimiento a la política sexta del Plan Decenal de Educación, el Ministerio de Educación implanta, con Acuerdo Ministerial 025 del 26 de enero de 2009, el Sistema Nacional de

Evaluación y Rendición Social de Cuentas que evalúa cuatro componentes: la gestión del Ministerio y sus dependencias, el desempeño de los docentes, el desempeño de los estudiantes y el currículo nacional. Sus objetivos fundamentales son el monitoreo de la calidad de la educación que brinda el sistema educativo ecuatoriano y la definición de políticas que permitan mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje. El sistema de evaluación se complementa con la rendición social de cuentas que consiste en la entrega de información transparente a la ciudadanía sobre los resultados de los procesos de evaluación efectuados. (Ministerio de Educación del Ecuador, 2015).

**SERCE:** Segundo Estudio Regional Comparativo y Explicativo (SERCE), cuyo propósito es, por un lado, generar conocimiento sobre los resultados de aprendizaje de los estudiantes en la educación primaria en las áreas de Lenguaje, Matemática y Ciencias, y por otro, hallar evidencia sobre los factores asociados que explican dicho rendimiento. Este estudio fue realizado por el Laboratorio Latinoamericano de Evaluación de Calidad de la Educación (LLECE), que es una red regional de Sistemas de Evaluación Educativa que involucra a 16 países latinoamericanos. (Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación, 2015).

**Servicios:** Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible porque no tiene como resultado la obtención de la propiedad de algo. (Armstrong, 2008).

**Sostenimiento:** Las IE se clasifican según la fuente principal de financiamiento que permite su sostenimiento. Por este criterio se definen como públicas, fiscomisionales o particulares y se dividen en la siguiente forma. (Educación, 2013, pág. 8).

**UNESCO:** United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). Se trata de un organismo de la ONU que fue fundado en 1945 y que tiene su sede en París (Francia). (Unesco, 2015).

### **1.5. Marco contextual**

El presente trabajo tendrá su respectivo desarrollo de actividades en la ciudad de Guayaquil, cooperativa pobladores sin tierra manzana 3344 solar 6-7 en el Guasmo Sur, en la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero. La estructura física comprende una edificación de dos pisos. La población está conformada por alrededor de 650 estudiantes y 15 profesores, la situación económica y laboral de la población, es de bajos recursos económicos de trabajos mayoritariamente albañiles, amas de casa, comerciante. La institución fue fundada el 22 de junio del año 2005, y en un principio contó con Jardín y Escuela, ese fue el primer paso, y hoy constituye una Escuela de Educación General Básica en sus niveles jardín- escuela- colegio.

La investigación de campo se la realizará en la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil siendo este el sitio en estudio. El sector educativo en el Ecuador está pasando por varios cambios, presentándose una oportunidad para las instituciones educativas de mejorar o perderse en el olvido. Por tal situación se realizará dicho estudio en los jóvenes estudiantes de 7mo, 8vo, 9no y 10mo año, de la institución en estudio para comprender más a fondo los criterios y las opiniones de los estudiantes y padres, madres de familia y/o representantes sobre la institución, el servicio que brinda, la calidad, la infraestructura y el ambiente en el cual se educan los estudiantes. Ecuador es evaluado en cuestión de calidad educativa con los países de la región, debido a esto cada vez son más las exigencias que el Ministerio de Educación del Ecuador califica en las instituciones, esto a su vez les exige una mayor preparación para el enfrentamiento de nuevos desafíos en el sector educativo.

### **1.6. Biografía de Miguel Febres Cordero**

La institución educativa en estudio cambio su nombre de E.P. Lirios de Luz a E.E.G.B. Miguel Febres Cordero, nombre elegido por ser el mismo de la iglesia del sector y por ser un destacado personaje. Francisco Febres Cordero nació en una familia que siempre tuvo mucha relevancia en la vida política del país. Francisco debe superar la oposición de su familia para realizar su vocación de religioso laico.

El Hermano Miguel es un enseñante capacitado y un estudiante aplicado. En el transcurso de los años sus investigaciones y sus publicaciones en el ámbito de la literatura y de la lingüística le ponen en contacto con expertos del mundo entero y es nombrado miembro de las Academias nacionales de Ecuador y de España. A pesar de sus distinciones académicas, la enseñanza es para él lo prioritario, en particular las clases de religión y la preparación de los chicos a la primera comunión. Sus estudiantes admiran su sencillez, su franqueza, la atención que les presta y la intensidad de su devoción al Sagrado Corazón y a la Virgen María. En 1907, se le destina a Bélgica para trabajar en la traducción al español de textos usados por los Hermanos recientemente exiliados de Francia. Contrajo una neumonía y fallece en Premià de Mar, dejando tras él fama de sabio, de enseñante y de santo.

- Nacido en Cuenca, Ecuador, el 7 de noviembre de 1854
- Entrado en el Noviciado el 24 de marzo de 1868
- Fallecido el 9 de febrero de 1910
- Beatificado el 30 de octubre de 1977
- Canonizado el 21 de octubre de 1984 (Salle)

## **CAPÍTULO II**

### **2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

“La investigación de mercado es un proceso sistemático de diseño, obtención, análisis y presentación de datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización.” (Armstrong, 2008, pág. 102) La utilización de este método sirve para conocer el estado actual del mercado en el cual se desarrolla la institución en estudio, y a su vez las necesidades que los clientes demandan a través de la recopilación, análisis e interpretación de la información que se obtiene.

Uno de los principales objetivos que proporciona el uso de esta técnica, es la de brindar información útil para la identificación y posterior solución de los diferentes problemas de la institución, que a su vez permite tomar las decisiones más adecuadas en el momento preciso. Contando con la información necesaria la institución puede proyectarse mejor en la satisfacción de las necesidades de los clientes, puede aumentar sus ingresos económicos, potenciar su éxito en el mercado en que se desarrolla, elaborar un plan que le permita seguir creciendo constantemente, mejorar su organización, control y elementos de la institución para que ésta brinde un servicio de calidad.

## **2.1. Fuentes de investigación**

### **Fuente de investigación primaria:**

Cliente/Usuario: padres, madres de familia y/o representantes y estudiantes de la institución.

Técnica a utilizar: Encuestas.

### **Fuente de investigación secundaria:**

Mediante recopilación de información (externo): Bibliográfica, investigación que se basará en recopilación de información de libros, artículos, folletos, informes, internet, periódico, entre otros en la mayoría de casos proporcionados por el Ministerio de Educación del Ecuador.

Mediante recopilación de información (interno): Información existente sobre la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero, proporcionada directamente por la institución en estudio.

## **2.2. Método cualitativo**

“La investigación cualitativa proporciona conocimientos y comprensión del entorno del problema, basada en muestras pequeñas.” (Malhotra, 2008) El método

cuantitativo es una técnica o método de investigación que refiere a las cualidades es comúnmente usada en la investigación de mercado, esta técnica se apoya en describir de forma detallada, los eventos, hechos, personas, situaciones, comportamientos, interacciones que se observan durante el estudio.

### **2.3. Metodología de la investigación**

#### **2.3.1. Investigación descriptiva**

“En la investigación descriptiva se busca describir mejor los problemas de marketing, situaciones o mercados, tales como el potencial de mercado para un producto o características demográficas y actitudes de los consumidores.” (Armstrong, 2008, pág. 103) La investigación se apoyará en procedimientos de investigación que permitan recolectar datos y crear una estructura de datos que describa las características actuales de una población, como es la de estudiantes de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil.

#### **2.3.2. Técnica de investigación**

La técnica de investigación que se aplicará para el desarrollo de esta investigación es la encuesta. “Este método es ampliamente utilizado para recabar datos primarios y es el enfoque idóneo para obtener información descriptiva, las empresas pueden enterarse de los conocimientos, actitudes, preferencias o

comportamientos de las personas.” (Armstrong, 2008, pág. 107) “Diversos servicios suelen realizar encuestas, que incluyen entrevistas con un gran número de individuos usando un cuestionario prediseñado.” (Malhotra, 2008, pág. 121).

Las encuestas serán aplicadas a través de un cuestionario de preguntas que proporcionara información más detallada sobre los estudiantes de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero que imagen tienen sobre la institución, la calidad del servicio, las necesidades que no se han cubierto, la intención de seguir en la institución, entre otras, para estudiar cada opinión y emitir un informe. Con el mismo método se indagarán en las opiniones de los padres, madres de familia y/o representantes, quienes son los que directamente toman las decisiones en cuestión de educación de los menores de edad, se conocerá la imagen que tienen sobre la institución, y porque la prefirieron ante las demás instituciones.

#### **2.4. Determinación del método del muestreo: probabilístico**

Para la realización de esta investigación, se decidió la aplicación de la técnica de muestreo aleatorio simple, por ser parcialmente más fácil de emplear.

“El muestreo aleatorio simple es una técnica de muestreo probabilístico donde cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección equitativa y conocida. Cada elemento se

selecciona de manera independiente a los otros elementos y la muestra se extrae mediante un procedimiento aleatorio del marco de muestreo.” (Malhotra, 2008, pág. 346).

#### **2.4.1. Población y muestra**

La población es heterogénea, y estará constituida por los 120 estudiantes de 7mo, 8vo, 9no y 10mo de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero y los padres, madres de familia y/o representantes.

#### **2.4.2. Delimitación de la muestra**

Delimitación cualitativa de la población de estudiantes

UNIVERSO: El universo sometido a la presente investigación estará constituido por los estudiantes y padres, madres de familia y/o representantes de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil específicamente los estudiantes de 7mo hasta 10mo año de Escolaridad.

**Tabla 3 Estudiantes, padres, madres de familia y/o representantes encuestados**

Cursos	Estudiantes	Padres, madres de familia y/o representantes
7mo	36	36
8vo	28	28
9no	27	27
10mo	29	29
Total	120	120

Elaborado por: Autoras  
Fuente: E.E.G.B. Miguel Febres Cordero

Mediante la encuesta se tratará de conocer más a fondo la situación de la institución educativa y a su vez desarrollar estrategias de marketing que permitan mejorar su situación.

CENSO: Se encuestó a todo el universo de los cursos de 7mo hasta 10mo año de educación general básica, conformado por 120 padres, madres de familia y/o representantes. De la misma manera se encuestó el universo de los cursos de 7mo hasta 10mo año de educación general básica, conformado por 120 estudiantes quienes facilitaron la información, detallaron sus necesidades y sus criterios.

ENCUESTA: Se procedió en la realización de encuestas personales con preguntas abiertas y cerradas de opción múltiple. La primera dirigida a los 120 estudiantes de 7mo, 8vo, 9no y 10mo año de educación general básica de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero, quienes evaluaron el servicio educativo ofrecido desde el punto de vista de usuario. La segunda fue dirigida a los padres, madres de familia y/o representantes de los estudiantes de 7mo, 8vo, 9no y 10mo dando un total de 120 padres, madres de familia y/o representantes.

## 2.5. Informe

### 2.5.1. Cuestionario destinado a los estudiantes

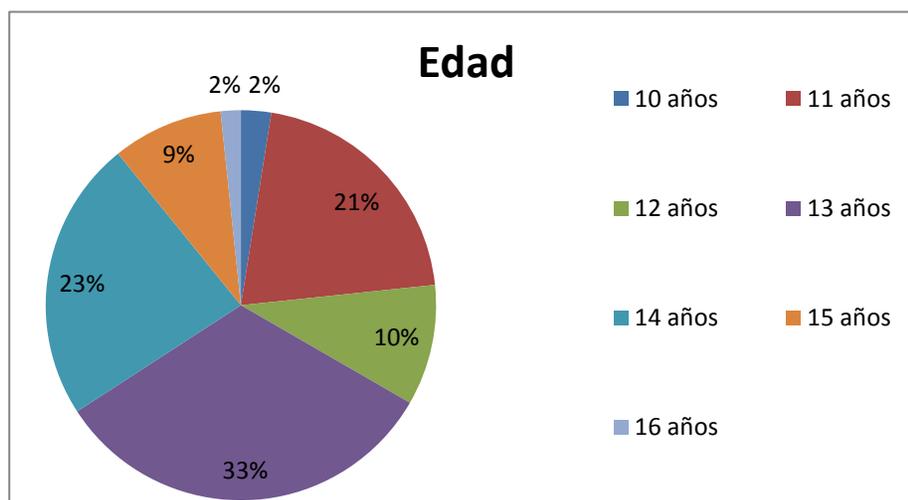
#### Datos generales

#### Edad

Edad		
120	100%	
3	2	10 años
25	21	11 años
12	10	12 años
39	33	13 años
28	23	14 años
11	9	15 años
2	2	16 años

Elaborado por: Autoras

**Gráfico 10 Edad de estudiantes**

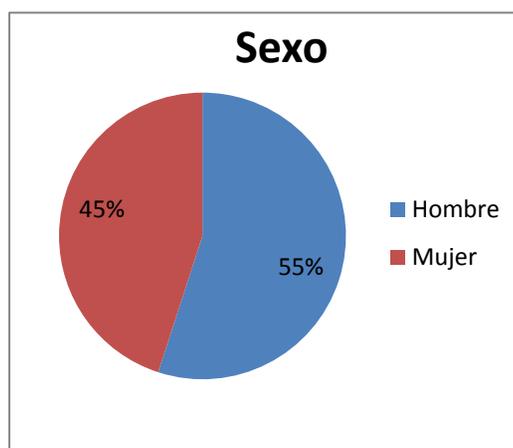


Elaborado por: Autoras

El 33% de los estudiantes encuestados tienen 13 años de edad, seguido del 23% que tienen 14 años, el 21% tiene 11 años, el 10% tiene 12 años, el 9% tiene 15 años, destacándose que solo 2% tiene 16 años y otro 2% tiene 10 años.

**Sexo**

120	100%	
66	55	Hombre
54	45	Mujer
Elaborado por: Autoras		

**Gráfico 11 Sexo de estudiantes**

Elaborado por: Autoras

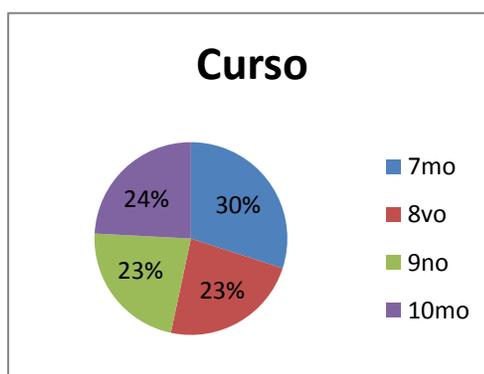
El 55% de estudiantes encuestados fueron hombres y solo el 45% corresponde a mujeres, evidenciando que en la institución hay más presencia de hombres.

### Nivel que cursa

	7mo	8vo	9no	10mo
100%	30	23	23	24
120	36	28	27	29

Elaborado por: Autoras

### Gráfico 12 Curso de estudiantes



Elaborado por: Autoras

El 30% de los estudiantes encuestados cursaba 7mo año de E.G.B., el 24% corresponde a los estudiantes de 10mo, 23% se encuentra en 8vo y otro 23% comprenden los estudiantes de 9no.

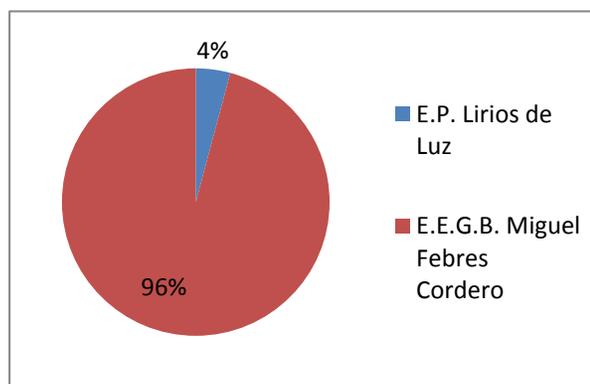
## Cuestionario

Pregunta N.-1.- ¿Con qué nombre conoce usted a la institución educativa?

<b>Escala</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Lirios de Luz	5	4
Miguel Febres Cordero	115	96

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 13 Nombre de la institución**



Elaborado por: Autoras

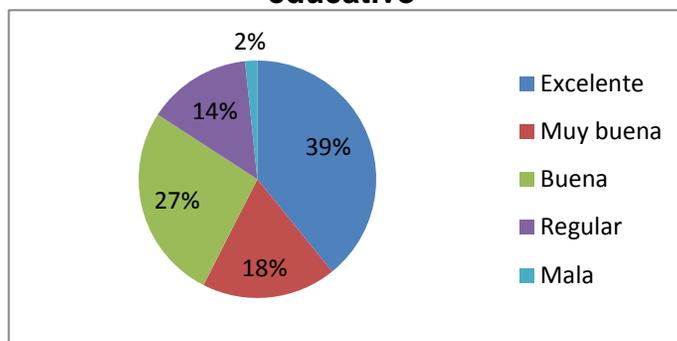
El 96% de los estudiantes encuestados identifican a la Escuela con el nombre actual, pero es importante destacar que el nombre anterior de la Escuela se está olvidando parcialmente ya que obtuvo un 4%.

Pregunta N.-2.- Tomando en consideración que es estudiante de la institución ¿Cómo calificaría la calidad del servicio educativo que brinda la institución?

<b>Escala</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	47	39
Muy buena	22	18
Buena	32	27
Regular	17	14
Mala	2	2

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 14 Calidad del servicio educativo**



Elaborado por: Autoras

Se aprecia que la calificación de la calidad del servicio educativo que brinda la institución es excelente por el 39% del universo encuestado, lo que nos indica que la calidad de la educación ofrecida por la institución se ha mantenido como el principio, el 27% considera que la calidad es buena, seguido de 18% muy buena y el 14% como regular aunque también se debe destacar que un 2% consideran que la calidad de la educación es mala.

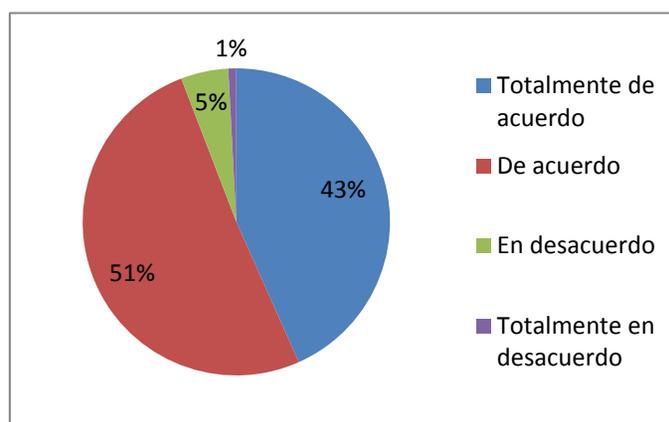
Pregunta N.-3.- ¿Considera que la institución cuenta con docentes capaces?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	52	43
De acuerdo	61	51
En desacuerdo	6	5
Totalmente en desacuerdo	1	1

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 15 Docentes**



Elaborado por: Autoras

Se observa que los estudiantes encuestados están de acuerdo en un 52% en que la institución cuenta con docentes capaces, el 43% considera estar totalmente de acuerdo, 5% expresa sentirse en desacuerdo y se destaca que solo 1% se encuentra en total desacuerdo con respecto a este punto.

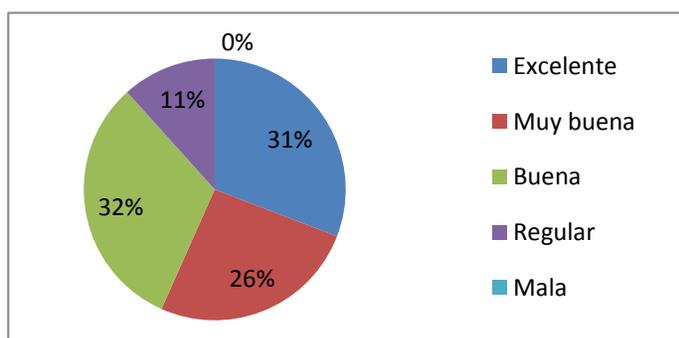
Pregunta N.-4.- ¿Cómo calificaría la calidad de los docentes?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	37	43
Buena	31	26
Muy buena	38	32
Regular	14	11
Mala	0	0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 16 Calidad del docente**



Elaborado por: Autoras

Se muestra que un 32% de los encuestados considera que los docentes presentan una calidad de enseñanza buena, aunque se debe considerar que varía en una cantidad mínima con la calificación de excelente, la cual representa el 31%, el 26% expresa que la calidad de los docentes es muy buena, un 11% regular y se demuestra que ninguno de los encuestados considera que la calidad sea mala la cual no tuvo ninguna calificación.

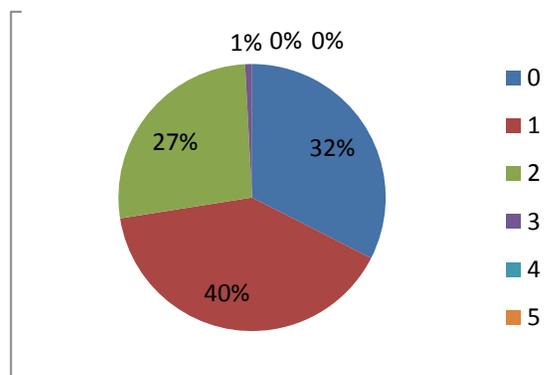
Pregunta N.- 5.- ¿Cuántos hermanos/as menores de 13 años tienen?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
0	39	32
1	48	40
2	32	27
3	1	1
4	0	0
5	0	0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 17 Hermanos menores de 13 años**



Elaborado por: Autoras

Se presenta que un 40% tiene 1 hermano menor de 13 años, lo que se consideraría como una oportunidad para motivar a sus padres, madres de familia y/o representantes a matricularlo en la institución, seguido del 32% que representan a los que no tienen hermanos menores de 13 años, destacando en este grupo que nadie tiene más de 3 hermanos menores de 13 años y solo el 1% tiene 3 hermanos.

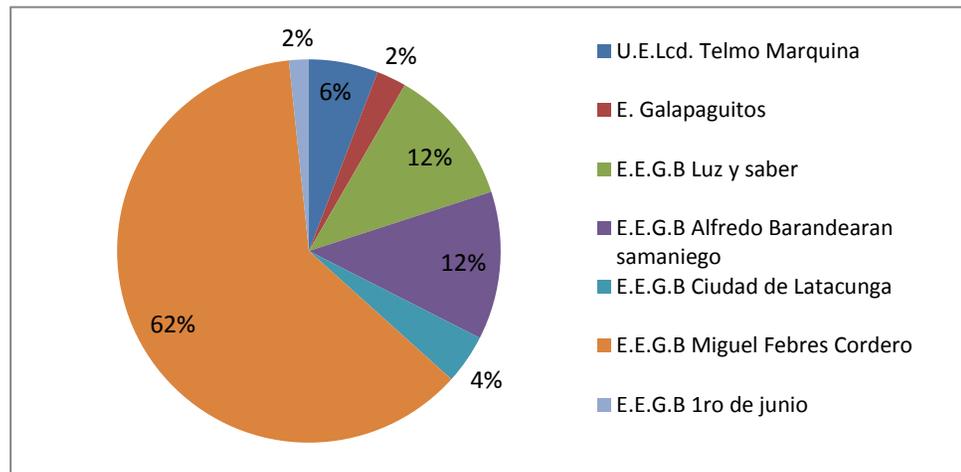
Pregunta N.- 6.-Si tuviera que elegir una institución ¿Cuál de las siguientes elegirías?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
U.E. Lcdo. Telmo Marquina	7	6
E. Galapaguitos	3	2
E.E.G.B Luz y saber	14	12
E.E.G.B Alfredo Barandearan Samaniego	15	12
E.E.G.B Ciudad de Latacunga	5	4
E.E.G.B Miguel Febres Cordero	74	62
E.E.G.B 1ro de Junio	2	2

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 18 Elección de institución educativa**



Elaborado por: Autoras

Se presenta que un 62% elegiría a la E.E.G.B Miguel Febres Cordero en caso de tener que elegir una institución educativa, demostrando que tienen como primera

opción en institución del sector a la institución en estudio, seguida de la E.E.G.B Luz y saber con el 12%, la cual es considerada la principal competencia de la institución en estudio, al igual que la E.E.G.B Alfredo Barandearan Samaniego es la institución fiscal, que también presenta un 12%, el 6% elegiría a la U.E. Lcdo. Telmo Marquina, el 4% a la E.E.G.B. Ciudad de Latacunga. Solo dos instituciones presentan cada una 2% de las elecciones la E.E.G.B 1ro de Junio y la E. Galapaguitos.

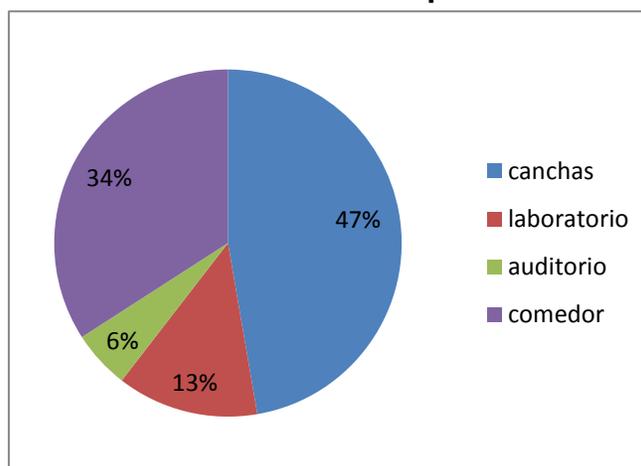
Pregunta N.-7.- ¿Con cuál de los siguientes servicios quisieras que cuente la institución educativa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Canchas	61	47
Laboratorio	17	13
Auditorio	7	6
Comedor	44	34

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 19 Servicios requeridos**



Elaborado por: Autoras

Se presenta que un 47% preferiría que a la institución le aumenten el servicio de canchas, indispensable para una mayor recreación de los estudiantes, seguido del comedor con un 34%, el cual se evidencia con faltas de sitios para que los estudiantes puedan servirse sus alimentos, el 13% laboratorios y evidenciando que un 6% de los encuestados solicitan un auditorio.

## 2.5.2. Cuestionario destinado a los padres, madres de familia y/o representantes

### Datos generales

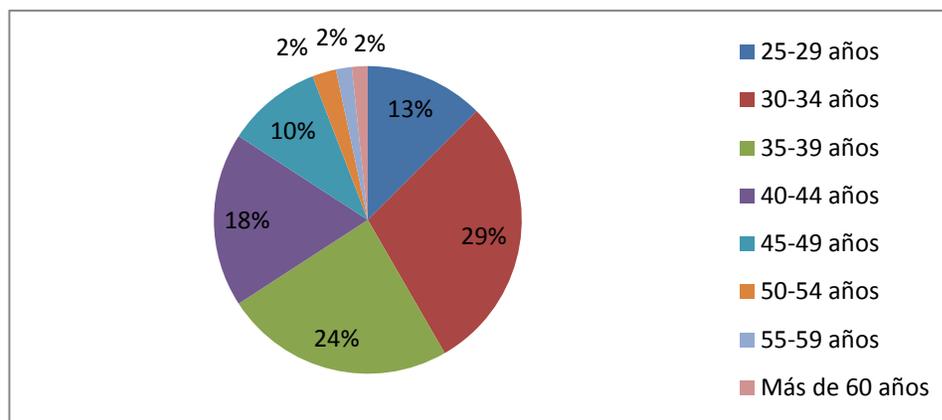
#### Edad

Escala	Frecuencia	Porcentaje
25-29 años	15	12
30-34 años	35	29
35-39 años	29	24
40-44 años	22	18
45-49 años	12	10
50-54 años	3	3
55-59 años	2	2
Más de 60 años	2	2

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 20 Edad de padres, madres de familia y/o representantes**



Elaborado por: Autoras

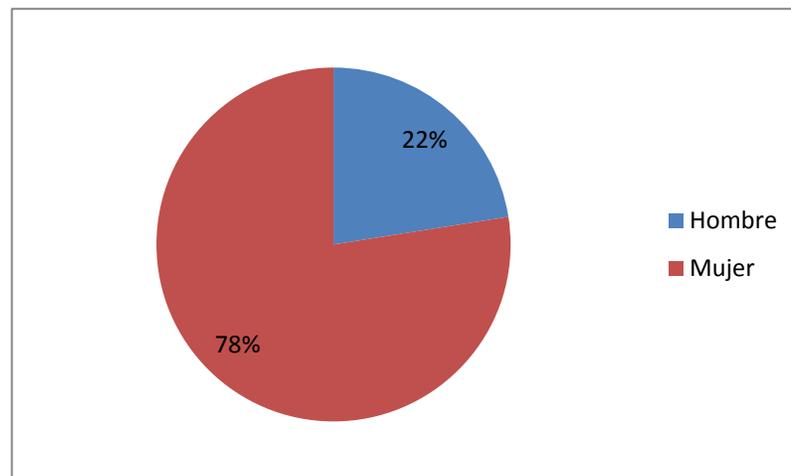
El 29% de los padres, madres de familia y/o representantes encuestados se encuentran en un rango de edad entre 30 y 34 años, seguido del 24% que tienen entre 35 y 39 años, el 18% tiene entre 40 y 44 años, 12% entre 25 y 29 años, 10% tienen entre 45 y 49 años, el 3% entre la edad de 50 y 54 años evidenciando que solo 2% tiene entre 55 y 59 años; y otro 2% tiene más de 60 años

## Sexo

	Hombre	Mujer
100%	22	78
120	27	93

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 21 Sexo de padres, madres de familia y/o representantes**



Elaborado por: Autoras

El 78% de padres, madres de familia y/o representantes encuestados son mujeres y solo el 22% son hombres, demostrando que las mujeres suelen ser siempre las representantes de los estudiantes.

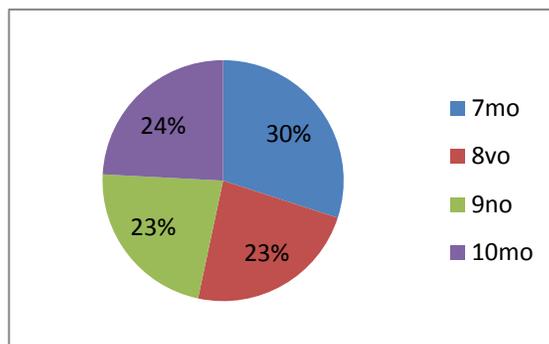
**Curso**

<b>Escala</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
7mo	36	30
8vo	28	23
9no	27	23
10mo	29	24

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 22 Cursos**



Elaborado por: Autoras

El 30% de padres, madres de familia y/o representantes encuestados tienen hijos en 7mo curso, 24% con hijos en 10mo, 23% en 8vo y otro 23% en 9no.

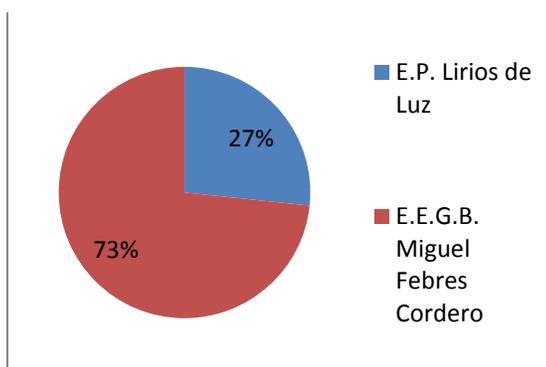
## Cuestionario

Pregunta N.-1.- ¿Con qué nombre conoce usted a la institución educativa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Lirios de Luz	32	27
Miguel Febres Cordero	88	73

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 23 Nombre de la institución**



Elaborado por: Autoras

El 73% de los padres, madres de familia y/o representantes encuestados identifican a la institución con el nombre actual de E.E.G.B. Miguel Febres Cordero, pero es importante destacar que el nombre anterior de Escuela Particular Lirios de Luz se está olvidando parcialmente ya que obtuvo un 27%.

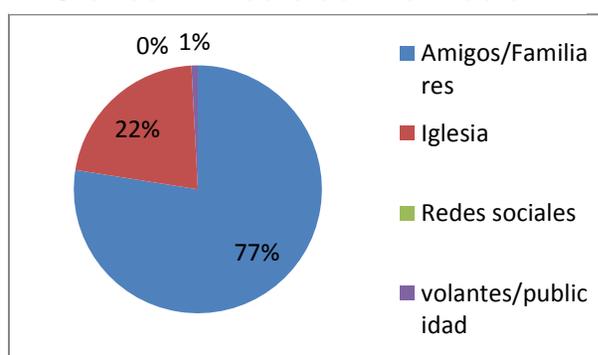
Pregunta N.- 2.- ¿Mediante qué medio conoció acerca de la institución educativa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Amigos/Familiares	93	77
Iglesia	26	22
Redes Sociales	0	0
Volantes/publicidad	1	1

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 24 Medio de información**



Elaborado por: Autoras

Se presenta que un 77% conoció acerca de la institución por medio de amigos y familiares, seguido del 22% que conocieron de la institución en la iglesia de la Parroquia Santo Hermano Miguel donde los directivos participan y varios de sus estudiantes, solo un 1% la conoció a través de volantes/publicidad, también se debe destacar que nadie conoció de la institución a través de redes sociales, aunque se debe considerar que la institución cuenta con página en Facebook.

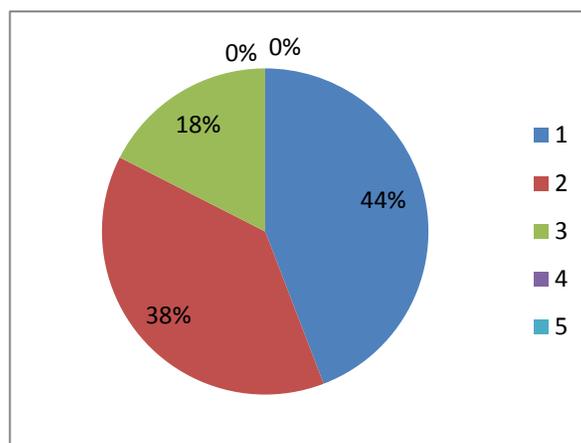
Pregunta N.- 3.- ¿Cuántos hijos/as tiene estudiando en la institución educativa?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
1	53	44
2	46	38
3	21	18
4	0	0
5	0	0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 25 Hijos matriculados en la institución**



Elaborado por: Autoras

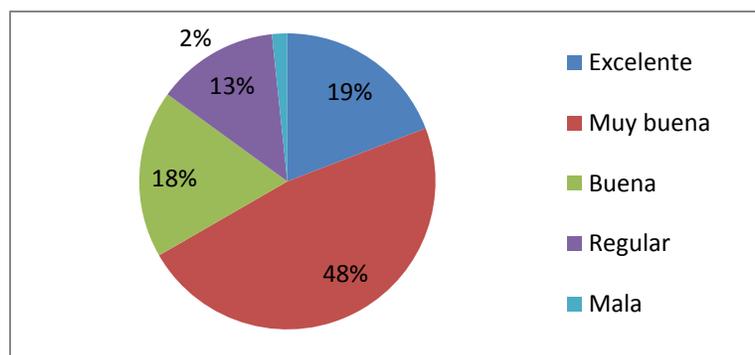
El 44% de los padres, madres de familia y/o representantes encuestados señalan que cuentan con 1 hijo matriculado en la institución, seguido del 38% que cuenta con 2, el 18% cuenta con 3 hijos y destacándose que nadie cuenta con 4 o 5 hijos matriculados en la institución.

Pregunta N.-4.- Tomando en consideración que cuenta con un hijo/a matriculado en la institución ¿Cómo calificaría la calidad del servicio educativo que brinda la institución?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	23	19
Muy buena	57	48
Buena	22	18
Regular	16	13
Mala	2	2

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 26 Calidad del servicio educativo**



Elaborado por: Autoras

De los padres, madres de familia y/o representantes encuestados el 48% considera que la calidad educativa brindada por la institución es muy buena, seguida del 19% que la considera excelente, el 18% la considera buena, el 13% regular y solo el 2% de padres, madres de familia y/o representantes considera que la calidad es mala.

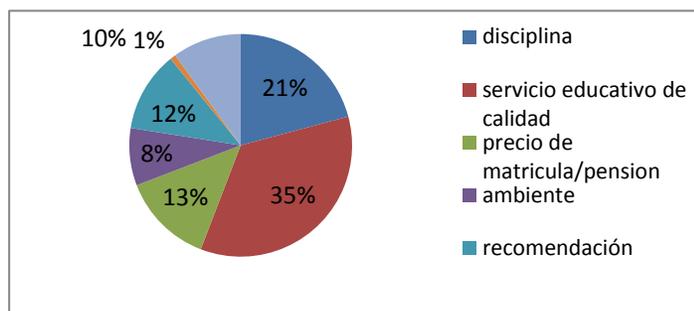
5.- ¿Cuál es la razón principal de que haya decidido matricular a su hijo en la institución?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Disciplina	25	21
Servicio educativo de calidad	42	35
Precio de matrícula/pensión	16	13
Ambiente	10	8
Recomendación	14	12
Calidad de docentes	1	1
No tenía otra opción	12	10

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 27 Motivo de elección**



Elaborado por: Autoras

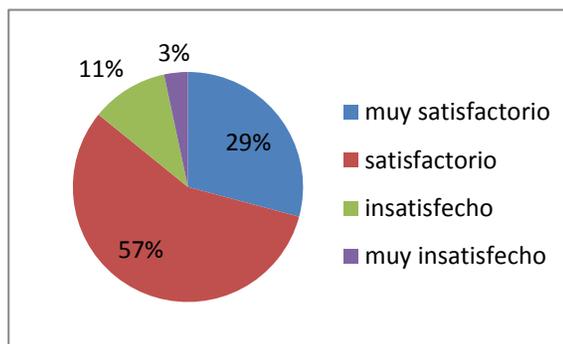
La principal razón por la que los padres, madres de familia y/o representantes eligieron a la institución es el servicio educativo de calidad con el 35%, seguido de la disciplina con el 21%, el 12% por recomendación, 13% precio matrícula/pensión, el 10% no tenía otra opción, el 8% por ambiente y como última opción se encuentra la calidad de los docentes el cual corresponde el 1%.

Pregunta N.- 6.- ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción educativa con respecto a la institución?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	35	29
Satisfactorio	68	57
Insatisfecho	13	11
Muy insatisfecho	4	3

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 28 Niveles de satisfacción del servicio**



Elaborado por: Autoras

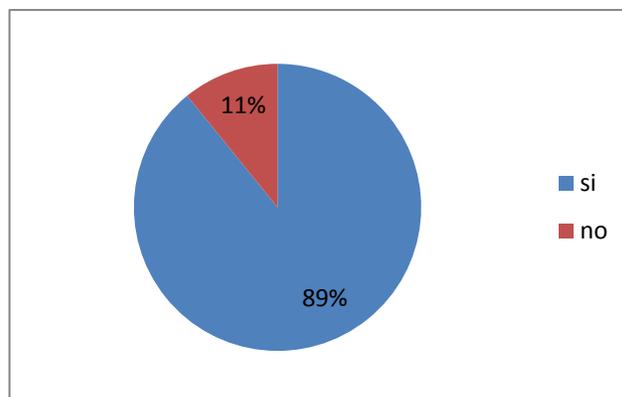
El 57% de los padres, madres de familia y/o representantes encuestados se encuentran satisfechos con el servicio educativo brindado por la institución, seguido del 29% que indica muy satisfactorio, el 11% se siente insatisfecho y destacando que el 3% indica estar muy insatisfechos.

Pregunta N.-7.- ¿Considera que la institución cumple con las normas, leyes y artículos estipulados por el Ministerio de Educación del Ecuador?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	107	89
no	13	11

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 29 Cumplimiento con  
Ministerio de Educación del Ecuador**



Elaborado por: Autoras

El 89% de los padres, madres de familia y/o representantes encuestados indican que la institución sí cumple con lo estipulado por el Ministerio de Educación del Ecuador, sintiendo una menor preocupación con respecto al cumplimiento de la ley, mientras que el 11% restante indicaron que no cumple.

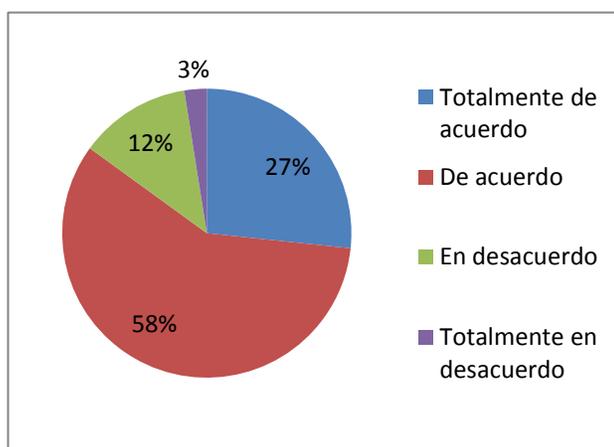
Pregunta N.- 8.- ¿Considera que la institución cuenta con docentes capaces?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	32	27
De acuerdo	70	58
En desacuerdo	15	12
Totalmente en desacuerdo	3	3

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 30 Docentes**



Elaborado por: Autoras

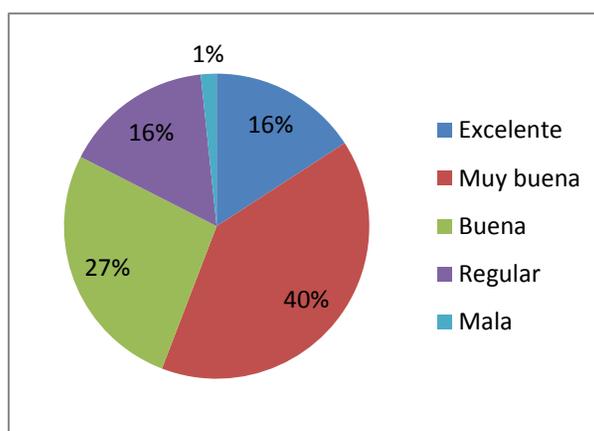
El 58% de los padres, madres de familia y/o representantes encuestados indican estar de acuerdo en que la institución cuenta con docentes capaces, seguido de un 27% el cual indica estar totalmente de acuerdo, 12% en desacuerdo y solo un 3% considera estar totalmente en desacuerdo.

Pregunta N.- 9.- ¿Cómo calificaría la calidad de los docentes?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	19	16
Muy buena	48	40
Buena	32	27
Regular	19	16
Mala	2	1

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 31 Calidad de docentes**



Elaborado por: Autoras

El 40% de los padres, madres de familia y/o representantes encuestados consideran como muy buena la calidad de los docentes, seguido del 27% el cual la considera buena, y con 16% la calidad es considerada excelente y otro 16% regular, destacándose que solo el 1% considera que la calidad es mala.

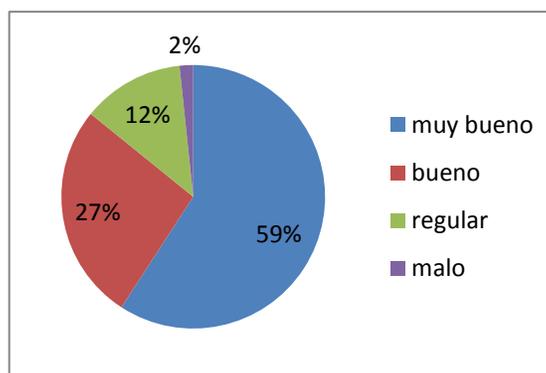
Pregunta N.-10.- ¿Cómo calificaría el trabajo de los directivos de la institución?

<b>Escala</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy bueno	71	59
Bueno	32	27
Regular	15	12
Malo	2	2

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 32 Directivos de la institución**



Elaborado por: Autoras

El 59% de los encuestados indican que el trabajo de los directivos es muy bueno, seguido del 27% el cual indica que el trabajo es bueno, 12% lo considera regular y solo el 2% considera que el trabajo de los directivos es malo.

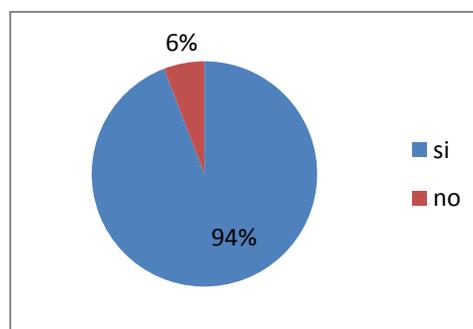
Pregunta N.-11.- ¿Considera que los directivos de la institución están capacitados para ejercer su cargo?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Sí	113	94
No	7	6

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 33 Directivos de la institución capacitados**



Elaborado por: Autoras

El 94% de los padres, madres de familia y/o representantes encuestados consideran que los directivos de la institución sí están capacitados para el cargo, y solo el 6% considera que no lo están indicando a su vez el motivo de su respuesta:

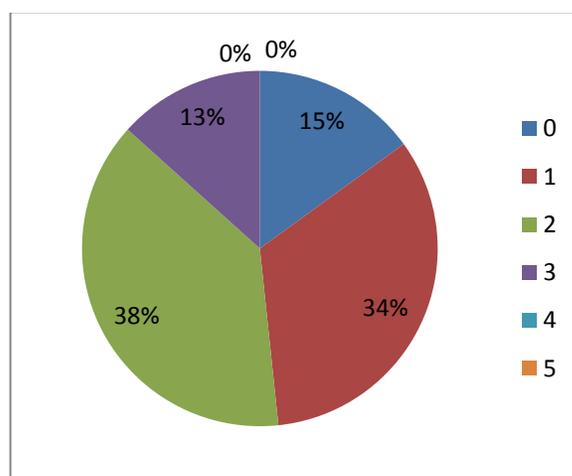
Pregunta N.-12.- ¿Cuántos hijo/as menores de 13 años tienen?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
1	53	44
2	46	38
3	21	18
4	0	0
5	0	0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 34 Hijos menores de 13 años**



Elaborado por: Autoras

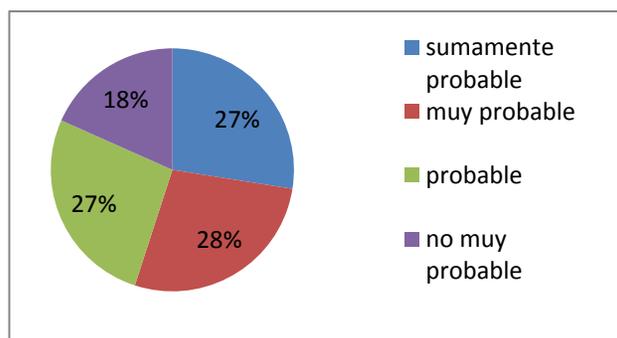
El 38% de los encuestados tienen 2 hijos menores de 13 años, seguidos del 34% que tiene 1 hijo, el 15% no tiene hijos menores de 13 años, el 13% tiene 3 hijos, destacando que nadie tiene 4 o 5 hijos menores de 13 años.

Pregunta N.-13.- ¿Qué tan probable es que matricule a su hijo/a nuevamente en la institución el siguiente año?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Sumamente probable	33	27
Muy probable	33	28
Probable	32	27
No muy probable	22	18

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 35 Probabilidad de matrícula**



Elaborado por: Autoras

De los padres, madres de familia y/o representantes encuestados solo el 28% consideraría muy probable el matricular nuevamente a su hijo en la institución, seguido del 27% que corresponde a sumamente probable y otro 27% probable, destacando que un 18% considera no muy probable el volver a matricular a su hijo en la institución.

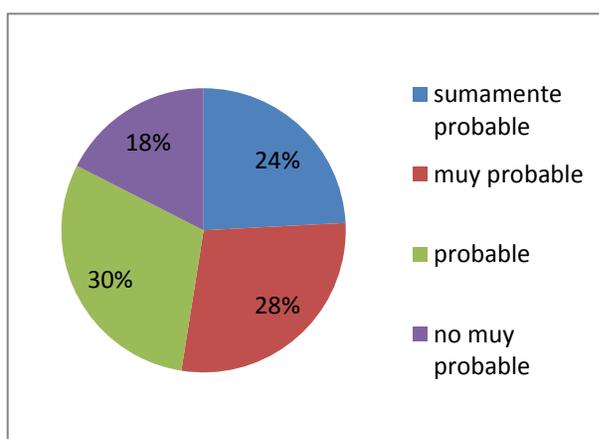
Pregunta N.- 14.- ¿Qué tan probable es que deje estudiando a su hijo/a en la institución educativa hasta el último año de educación general básica 10mo año?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Sumamente probable	29	24
Muy probable	34	28
Probable	36	30
No muy probable	21	18

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 36 Probabilidad matrícula hasta 10mo**



Elaborado por: Autoras

El 30% de encuestados consideraría probable el dejar a sus hijos estudiando en la institución hasta el 10mo año de E.G.B., seguido del 28% que corresponde a muy probable, el 24% sumamente probable y destacando el 18% de encuestados que considerarían no muy probable dejar a sus hijos estudiando en la institución hasta el 10mo año.

15.- Si alguien le solicitara que recomendara una institución educativa de su sector

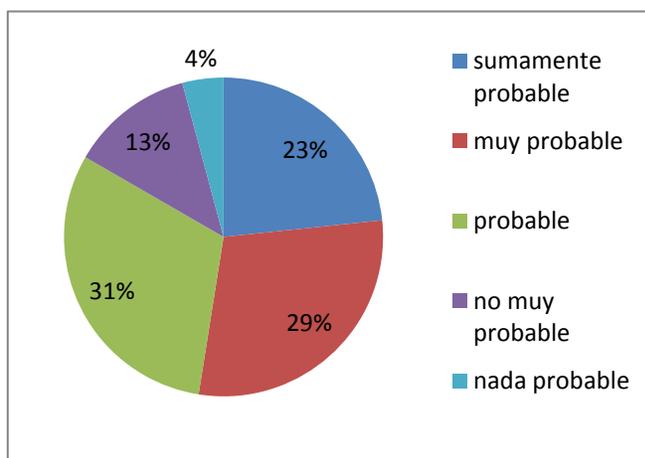
¿Qué tan probable es que recomiende esta institución?

<b>Escala</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sumamente probable	28	23
Muy probable	35	29
Probable	37	31
No muy probable	15	13
Nada probable	5	4

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 37 Recomendación**



Elaborado por: Autoras

El 31% consideraría probable recomendar la institución a otras personas, seguido del 29% con el muy probable, el 23% sumamente probable, el 13% considera no muy probable, señalando a su vez que solo el 4% indica que es nada probable que recomiende la institución.

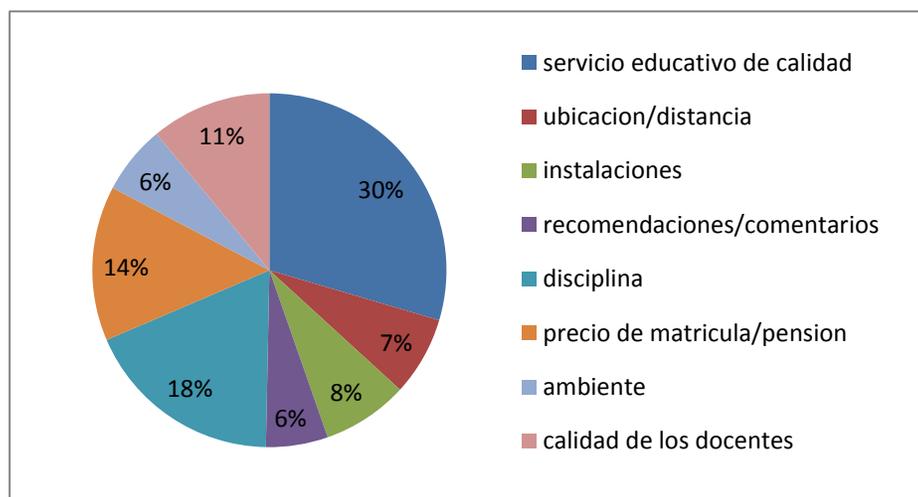
Pregunta N.- 16.- ¿Qué puntos son importantes para considerar elegir una institución educativa?

<b>Escala</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Servicio educativo de calidad	94	30
Ubicación/distancia	23	7
Instalaciones	25	8
Recomendaciones/comentarios	18	6
Disciplina	58	18
Precio de matrícula/pensión	45	14
Ambiente	20	6
Calidad de los docentes	35	11

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 38 Puntos para elegir una institución**



Elaborado por: Autoras

El 30% de los encuestados indican que el servicio educativo de calidad es un punto importante para considerar la elección de una institución educativa, seguido del

18% correspondiente a la disciplina, el 14% por precio de matrícula/pensión, el 11% por calidad de docentes, el 8% por instalaciones, el 7% por la ubicación y el 6% corresponde a el ambiente y otro 6% por recomendación/comentarios de otras personas.

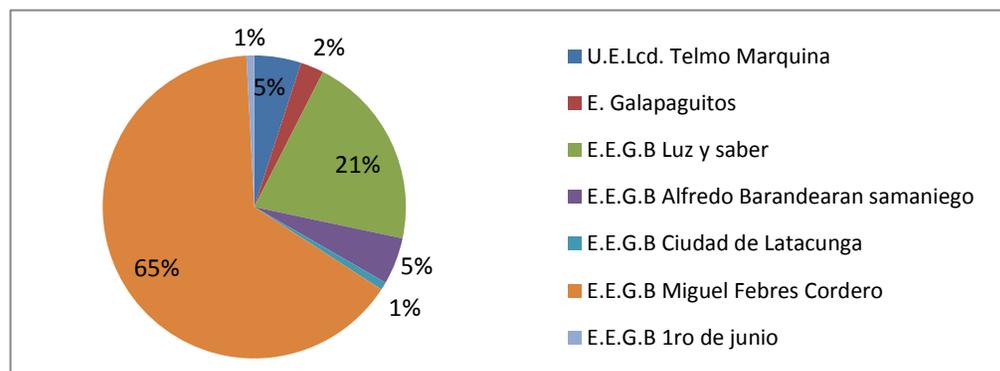
Pregunta N.-17.- Si tuviera que elegir una institución ¿Cuál de las siguientes elegirías?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
U.E. Lcdo. Telmo Marquina	6	5
E. Galapaguitos	3	2
E.E.G.B Luz y saber	25	21
E.E.G.B Alfredo Barandearan Samaniego	6	5
E.E.G.B Ciudad de Latacunga	1	1
E.E.G.B Miguel Febres Cordero	78	65
E.E.G.B 1ro de junio	1	1

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autoras del proyecto de investigación

**Gráfico 39 Elección de institución educativa**



Elaborado por: Autoras

El 65% elegiría a la E.E.G.B Miguel Febres Cordero, seguido de la E.E.G.B Luz y saber que representa el 21% y la cual es la principal competencia particular de la escuela en estudio, seguido del 5% que corresponden a la U.E. Lcdo. Telmo

Marquina y la E.E.G.B Alfredo Barandearan Samaniego ambas escuela fiscal, 2% la E. Galapaguitos y con el 1% cada una se encuentra la E.E.G.B 1ro de Junio y la E.E.G.B Ciudad de Latacunga, ambas fiscales.

## 2.6 Conclusiones

- 1) Es de conocimiento general el cambio de nombre de la Escuela de Educación básica Miguel Febres Cordero
- 2) Las páginas de visita y sitios informativos se encuentran actualizados el servicio educativo que brinda la escuela es de calidad
- 3) El Servicio Educativo que brinda la Institución es de calidad
- 4) Los docentes de la Institución desarrollarán con normalidad las clases que se encuentran establecidas.
- 5) Referente al número de hermanos que se tengan los alumnos de la escuela ofrecerá descuentos y promociones en estos casos especiales de clientes.
- 6) La escuela contará con lugares de recreación amplios para que los alumnos puedan desarrollar sus actividades deportivas.
- 7) Referente al nivel de satisfacción educativa y con respecto a la institución se estará realizando un sistema de conocimiento de calificaciones hacia los padres de los alumnos y a la vez realizando socializaciones que permitan que los padres conozcan lo que han aprendido sus hijos.
- 8) Los padres conocerán si la escuela cumple con todos los requisitos legales para su funcionamiento.

## 2.7 Recomendaciones

- 1) Es necesario realizar una difusión adecuada que dé a conocer que la escuela cambio de nombre
- 2) Se tendrá que realizar una buena estrategia de publicidad promocionando la escuela y sus promociones
- 3) Es imprescindible capacitar y actualizar a los docentes para elevar la calidad del servicio educativo.
- 4) Se deberá involucrar a fondo los conocimientos y enseñanzas impartidos por los docentes a los padres por medio de reuniones, con esto lograremos que se mejore la aceptación de los docentes en la escuelas.
- 5) Es esencial realizar descuentos y promociones que incentiven a los padres de familia y a las personas en general a que prefieran matricular a sus hijos en esta Institución ya que con esto lograremos aumentar el número de matrículas para cada año.
- 6) Es indispensable mantener los lugares de esparcimiento y recreación constantemente activos puesto que con esto lograremos que el número de clientes (alumnos) se mantengan satisfechos con las instalaciones de la E.E.B.G. Miguel Febres Cordero
- 7) Es preciso desarrollar actividades como concursos de conocimientos, con esto lograremos que los padres se involucren a la enseñanza de sus hijos y a la vez permitirá demostrar el nivel de conocimiento de los alumnos.

- 8) Se deberá actualizar constantemente las páginas o sitios informativos que permitan conocer a los alumnos y a los padres que la escuela cumple con todos los requisitos y leyes establecidas por el estado. Por ende su cambio de nombre.

## **CAPÍTULO III**

### **3. PROPUESTA**

#### **3.1. E.E.G.B. Miguel Febres Cordero**

La Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero fue fundada por la pareja de esposos la Lcda. Jessica Vera de Peralta y el Lcdo. Juan Peralta quienes el 22 de junio del año 2005 abren las puertas de su institución a sus primeros estudiantes. Fue fundada con el nombre de Jardín de Infantes Católicos #879 “Lirios de Luz”, la cual nació con la idea principal de educar con calidad y calidez humanística basada en principios cristianos. Como primer director el Lcdo. Juan Peralta inician sus labores, contando al principio con poco alumnado, abrieron sus puertas a los primeros estudiantes quienes fueron recibidos por el director. Sus proyectos iniciales fueron como jardín, que incluía a niños entre 3 a 5 años.

Un año más tarde, con la aceptación de la institución se amplía el jardín a Escuela Particular Católica #1485 “Lirios de Luz” inician con la sección de educación básica, el primer lunes del mes de abril del año 2006. Se abrían las puertas a una nueva generación de estudiantes de los cuales, varios ya eran estudiantes del año lectivo anterior y cuyos padres, madres de familia y/o representantes seguían confiando en la enseñanza de la institución.

Durante los primeros cinco años la institución funcionó en un local de una sola planta, el número de estudiantes crecía paralelamente a su prestigio y los

directivos de aquella época, encabezados por la Lcda. Jessica Vera de Peralta Directora de la institución, iniciaron la compra de un terreno el cual quedaba a una cuadra del anterior y a la vez iniciaron la construcción del mismo. La segunda planta se construyó años más tarde, conforme la cantidad de estudiantes aumentaba, se adecuaron más aulas para la sección de colegio y el salón de computación que sería usado también como salón de audiovisuales. En el año 2013 la Institución empezó con el Colegio el cual lleva el mismo nombre, contando hasta Décimo Año de Básica.

Por normativas del Ministerio de Educación del Ecuador el cual considera que las instituciones deberían optar por un nombre significativo, de preferencia de personajes ilustres, fundadores, poetas, artistas, etcétera. La institución cambio su nombre a Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero, la institución optó por el del Hermano Miguel Febres Cordero, por ser el patrono de la iglesia de la parroquia. Hoy por hoy la Institución Educativa cuenta con los niveles de jardín-escuela-colegio, y buscan seguir progresando por el bien de la sociedad y por el amor a la patria. La institución educativa está realizando la honorable labor de formar integralmente al niño y al joven. Ofreciendo una formación humanística, práctica, impulsando la creatividad e imaginación.

### 3.1.1. Datos de la institución

Nombre: Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Parroquia: Ximena1

Zona: 8

Distrito: 09D01

Dirección: Guasmo Sur Coop. Pobladores sin tierra Mz.6

Teléfono: 042606848

Régimen: Costa

Sostenimiento: Particular

Jurisdicción: Hispana

Modalidad: Presencial

Inmueble: Propio

Ciclos: Educación inicial, ciclo básico

Zona: Urbana

Jornada: Matutina

Alumnado: Mixto

N. de estudiantes: 650

### **3.1.2. Misión**

Somos una institución competente, que facilita el aprendizaje basado en valores de respeto, responsabilidad y honestidad cuya misión es brindar una educación de calidad y con calidez humanística para formar buenos cristianos y honrados ciudadanos. Ofrecer a los padres, madres de familia y/o representantes un servicio educativo de calidad para sus hijos e hijas durante su educación inicial y básica, donde los estudiantes puedan desarrollar sus capacidades individuales y aprender adecuadamente para ser exitosos en su vida profesional futura, apoyados por un equipo de profesores con experiencia para orientarlos adecuadamente.

### **3.1.3. Visión**

En el año 2020 la Institución consolidará su trabajo y será una institución educativa líder y referente educativa en el sector, que brinde un servicio de excelencia con valores sólidos que le sirvan para enfrentar los desafíos de la vida tales como la: responsabilidad, eficacia, libertad, justicia, disciplina, patriotismo, ecología, entusiasmo, entre otros a estudiantes y padres, madres de familia y/o representantes partiendo de una organización moderna. Con un grupo de docentes capacitados y comprometidos con la educación de la niñez y adolescencia. A la vez, contar con la infraestructura necesaria para impartir una educación de calidad.

### **3.1.4. Valores**

Fe: Fundamentada en la creencia de la sabiduría que llega de Dios.

Felicidad: Lograda con la conquista de sus objetivos y la realización de los propósitos de vida.

Buenos modales: Sostenido en la cortesía, la gentileza, la amabilidad, la cordialidad, la amistad, la solidaridad, la comprensión, la paciencia, la tolerancia y la modestia.

Disciplina: Amparada en la tolerancia, el respeto, la honestidad, la ley, la justicia, la colaboración, la cooperación y el entusiasmo.

Verdad: Saber distinguir entre lo bueno y lo malo.

Creatividad: Imaginación, contemplar la belleza; innovación constante.

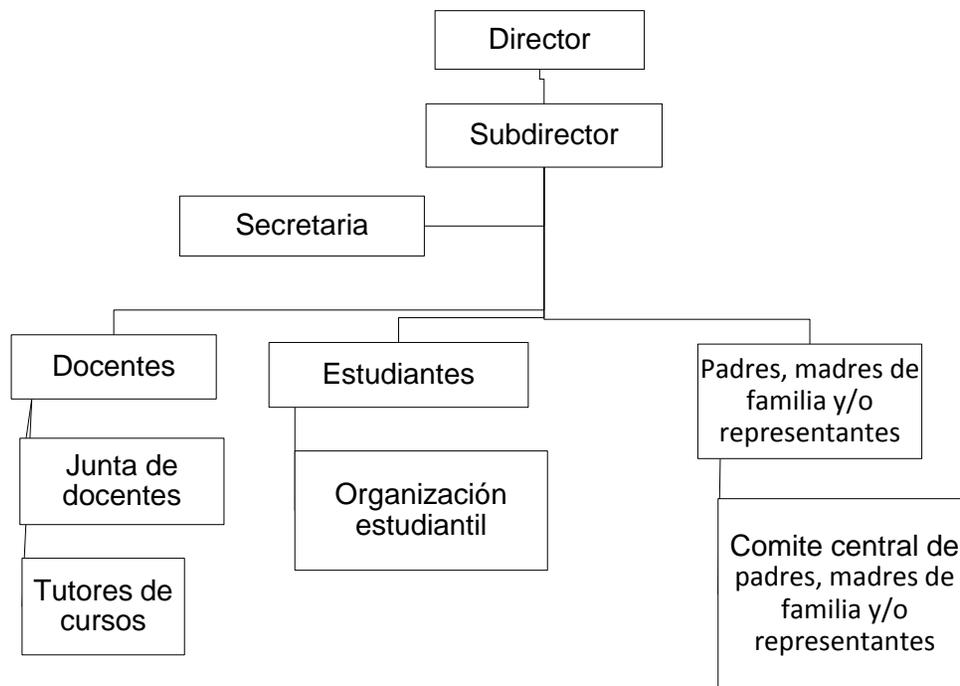
Lealtad: Como valor básico en las relaciones y en el modo de vivir los compromisos.

Generosidad: Aprender a servir y ayudar a los demás y dar las cosas sin esperar nada cambio.

Justicia: Saber dar a cada quien lo que le corresponde y pertenece.

### 3.1.5. Organigrama

**Gráfico 40 Organigrama**



Elaborado por: Autoras

### 3.1.6. Talento humano

La Institución Educativa cuenta con 18 personas que participan en la administración, educación y cuidado de la misma, especificado de la siguiente manera:

**Tabla 4 Personal de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero**

n.- personas	Cargo
1	Director
1	subdirector
2	educación inicial
7	primaria
6	Colegio
1	Servicio

Elaborado por: Autoras Fuente: E.E.G.B. Miguel Febres Cordero

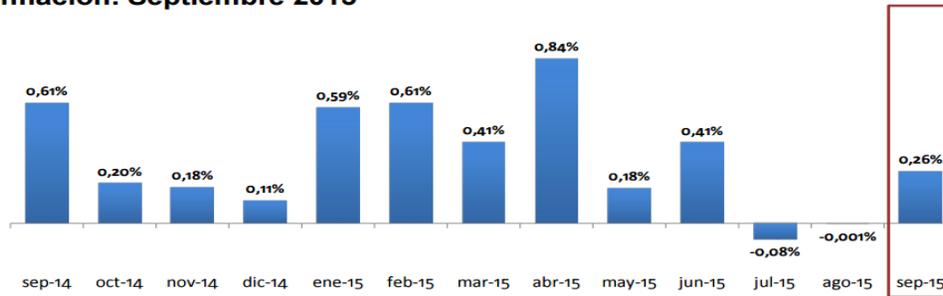
### **3.2. Análisis del entorno externo**

#### **3.2.1. Análisis del ambiente económico**

En septiembre de 2015, la inflación mensual se ubicó en 0.26%, el Índice de Precios al Consumidor se ubicó en 103,93; lo cual representa una variación mensual de 0,26%. El mes anterior dicha variación fue de -0,001%. Por su parte, la inflación anual en septiembre de 2015 fue de 3,78%, en el mes anterior fue de 4,14%. La inflación acumulada en septiembre de 2015 se ubicó en 3,27%. (Inec, 2015)

### Gráfico 41 Inflación mensual

#### Inflación: Septiembre 2015

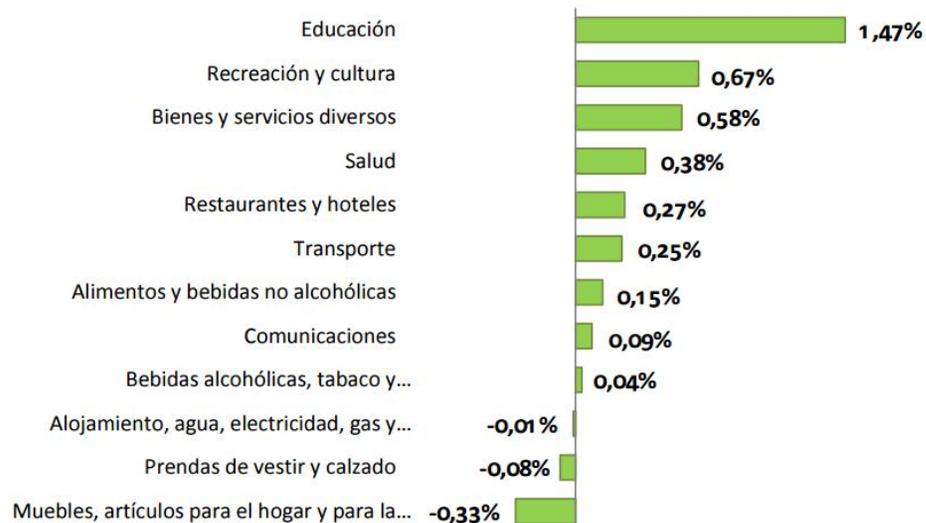


\* Índices empalmados

MES	ÍNDICE	MENSUAL	ANUAL	ACUMULADA
* Septiembre-14	100,144	0,613%	4,193%	3,152%
* Diciembre-14	100,644	0,115%	3,667%	3,667%
Agosto-15	103,656	-0,001%	4,142%	2,993%
<b>Septiembre-15</b>	<b>103,930</b>	<b>0,264%</b>	<b>3,781%</b>	<b>3,265%</b>

Fuente: INEC

### Gráfico 42 Inflación por división de producto



Fuente: INEC

Las variaciones de precios de tres de las doce divisiones explican el comportamiento del IPC en septiembre de 2015: Educación (1,47%); Recreación y cultura (0,67%); y, Bienes y servicios diversos (0,58%). Al analizar la inflación de las tres divisiones con la mayor incidencia en la variación de septiembre de 2015, se evidencia que aquellos productos que forman parte de la división de Educación, que registra una incidencia de 0,0674%, son los que han contribuido en mayor medida al incremento del índice general de precios.

**Tabla 5 Productos que más aportan a la división educación**

EDUCACIÓN		Aporte al		Porcentaje	
1,47%		IPC general		de aporte	
Anual: 3,15%				Inflación	
Producto	Ponderación	Aporte al IPC general	Porcentaje de aporte	Inflación	
EDUCACIÓN UNIVERSITARIA	0,0128	0,0143	8,15%	1,73%	
EDUCACIÓN BACHILLERATO	0,0064	0,0140	7,99%	3,25%	
EDUCACIÓN BÁSICA SUPERIOR	0,0056	0,0106	6,06%	2,88%	
EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA	0,0110	0,0081	4,60%	1,12%	
EDUCACIÓN INICIAL	0,0036	0,0018	1,01%	0,74%	
EDUCACIÓN UNIVERSITARIA POSTGRAI	0,0050	0,0010	0,58%	0,32%	
EDUCACIÓN BACHILLERATO A DISTANC	0,0003	0,0005	0,29%	2,41%	

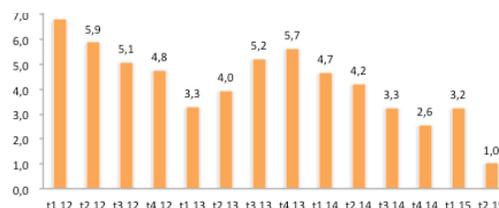
Fuente: INEC

## Pib

De acuerdo a los resultados de las Cuentas Nacionales Trimestrales publicados por el Banco Central del Ecuador (BCE), la economía ecuatoriana registró

un crecimiento de 1,0% en el segundo trimestre de 2015, comparado con igual período de 2014 (t/t-4).

**Gráfico 43 Producto interno bruto (PIB) precios constantes de 2007, tasas de variación trimestral**



Fuente: Banco Central del Ecuador

### 3.2.2. Análisis del ambiente político y legal

Ecuador es un país libre e independiente, democrático y republicano. Su administración se ejerce a través de las Funciones: Ejecutiva, Legislativa Jurisdiccional; a más de Organismos Electorales y de Control. Posee 4 zonas geográficas definidas: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos. Su ficha técnica, se resume a continuación.

**Tabla 6 Datos del país**

Datos	Resultado
Superficie	272.031 km <sup>2</sup>
Capital	Quito
Forma de Gobierno	Republicano Presidencialista
Idioma oficial	Español
Unidad monetario	Dólar americano
Elaborado por: Autoras	

### **3.2.3. Factor legal**

La educación en el país, actualmente ha sufrido varios cambios con las nuevas reformas que se han aprobado para alcanzar una educación de calidad tanto a nivel primaria y secundaria, por ello varias leyes afectan directamente a la institución educativa en estudio, una de las principales son los estándares de calidad que las instituciones educativas deben cumplir para que brinden un servicio de calidad. Pese a que la institución educativa es una entidad privada, las leyes la afectan directamente, ya que esta debe regirse según el Ministerio de Educación del Ecuador. En cuestión a precios, por el indiscriminado aumento de precios en pensiones y matriculas, se aplicaron una serie de leyes para controlar el aumento de las pensiones en los establecimientos particulares y la sanción por el incumplimiento va desde una llamada de atención, amonestación escrita o hasta el cierre de la institución educativa. Queda claro que en el ámbito legal educativo en el Ecuador, se realizan un sin número de cambios con el fin de mejorar la calidad educativa de las instituciones educativas, por lo cual no se puede hablar de estabilidad en cuestión de leyes educativas, por tal motivo la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero se ha visto forzada al igual que otras instituciones a adaptarse a los repentinos cambios implantados por el actual régimen.

### 3.2.4. Análisis del ambiente cultural y demográfico

El país tiene una población de 16.323.099 habitantes en la actualidad según la página de INEC. Conforme al último censo realizado en el 2010 determino que somos 14. 483.499 habitantes. El 49.6 % son hombres y el 50.40 % mujeres del cual el 51.0 % de mujeres pertenece a clase rural y el 49.4% pertenece a la rural y los hombre el 49,0 % es urbana y el 50.6 % es rural. El analfabetismo alcanza el 6.8 % El desempleo en Ecuador se ubicó en 3,84% en marzo 2015, 1,01 puntos menos que lo registrado en marzo del 2014 cuando llegó a 4,85%, según la última Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo (ENEMDU) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (Inec, 2015).

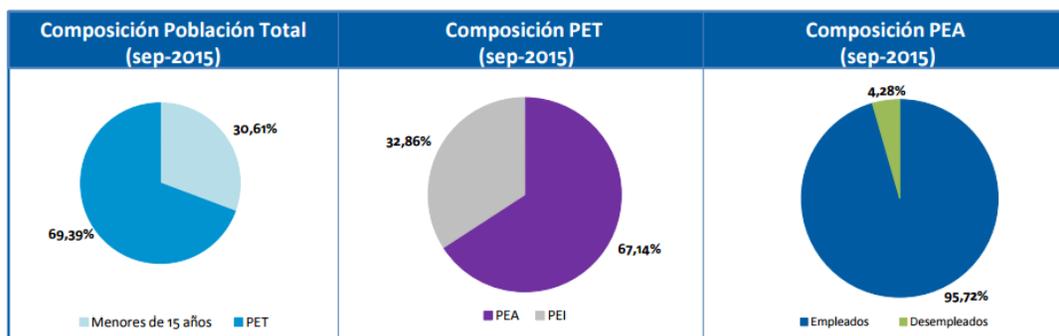
La población económica activa Población y empleo En el mes de marzo 2015, la población en edad de trabajar (PET) a nivel nacional es de 11,2 millones de personas; en el área urbana es de 7,75 millones de personas (69% de la PET total), y de 3,45 millones de personas en el área rural (el restante 31%). La población económicamente activa (PEA) a nivel nacional fue de 7,4 millones de personas; en el área urbana es de 4,9 millones de personas (66% de la PEA total), y en el área rural fue de 2,5 millones de personas (el 34% restante).

Durante septiembre 2015 a nivel nacional se tiene:

- De la población total, el 69,39% está en edad de trabajar.
- El 67,14% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa.

-De la población económicamente activa, el 95,72% son personas con empleo.

**Gráfico 44 Composición de la población (PET-PEA-PEI)**



PET= Población en edad de trabajar, PEA= Población económicamente activa, PEI= Población económicamente inactiva.

Fuente: INEC

### 3.2.5. Análisis tecnológico

Personas de 10 años y más que en los últimos 6 meses no utilizaron teléfono celular, internet ni computadora.

**Tabla 7 Uso de tecnología**

Servicio	Porcentaje	Número
Teléfono celular	76,30 %	2.906.546
Internet	13,0 %	496.477
Computadora	26.30 %	1.000.459
Televisión por cable	17.5 %	668.685

Fuente: INEC

La tecnología en Ecuador es bastante escasa, la cual nos ha traído graves consecuencias con respecto al desarrollo, ya que la falta de esta no nos ha permitido

avanzar de una manera óptima en el mercado competitivo a nivel mundial. Ecuador se encuentra en una notoria desventaja con los demás países, generando un gigantesco abismo entre nosotros y los demás países, como Estados Unidos; este abismo basado en la desventaja, y sobre todo en la dependencia de estos, ya que ellos nos brindan la tecnología que nosotros carecemos. Hoy en día todo se mueve a través de la tecnología; los avances tecnológicos nos ayudan a facilitarnos mucho los procesos de elaboración, los hacen con mayor rapidez y eficacia que con la mano de obra, y abaratando así el costo de producción, es decir la productividad y competitividad de las empresas. No hay como descartar tampoco la fuerte inversión que uno hace para adquirir la maquinaria indicada. En la ciencia, en la comunicación, factores geográficos, industrias, petróleo, cultivos, etc.; la tecnología ha tenido un gran alcance, y nos ha demostrado que sin esta actualmente no podemos progresar. La falta de presupuesto del Ecuador para invertir en tecnología es lo que más agrava a nuestra situación, como por ejemplo la ciencia y la tecnología, en la cual no existe rubro para el desarrollo más aún, cuando se necesita el insumo de la investigación científica para la innovación a fin de ser más productivos y competitivos.

Con la falta de presupuesto para el sector de la ciencia, serán muchas las instituciones y profesionales afectados, entre ellos proyectos de investigación que ejecutan las universidades y centros de investigación y otro centenar en lista de espera; varios proyectos de innovación y modernización del sector productivo; y becarios que se encuentran en el proceso de formación de alto nivel (maestrías y

doctorados) en el país y en el exterior. En general se afectará a la producción del país. En el reporte no sólo se muestra el desarrollo del entorno de las TIC's en cada país, sino también se indica la disposición de los gobiernos, negocios y ciudadanos para aprovecharlas y el nivel de uso que se les da. Así, Ecuador en el subíndice ambiente, que incluye aspectos políticos y regulatorios, mercado e infraestructura ocupa el puesto 117. Sin embargo, de nada sirven las políticas y equipamiento si no se da un uso adecuado y productivo de la tecnología.

### **3.2.6. Análisis de la competencia**

Al realizar el análisis de la competencia se encontraron varias instituciones particulares y fiscales que brindan servicios educativos, en los diferentes niveles, jardín-escuela y colegio. Sin embargo solo una institución es considerada la competencia directa, esto basado en que ambas son instituciones particulares, están ubicadas en la misma zona del sector del sur y los servicios que brindan son jardín-escuela y colegio. La competencia directa es la Escuela de Educación General Básica Luz y Saber.

### 3.2.6.1. Particulares

#### Escuela de Educación General Básica Luz y Saber

**Tabla 8 E.E.G.B. Luz y Saber**

Dirección:	Av. Abdón Calderón B6 1 Coop. Unión de Bananeros Guasmo Sur.
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Parroquia:	Ximena1
Zona:	8
Distrito:	09D01
Régimen:	Costa
Sostenimiento:	Particular laico
Jurisdicción:	Hispana
Modalidad:	Presencial
Inmueble:	Propio
Ciclos:	Educación inicial, ciclo básico
Zona:	Urbana
Jornada:	Matutina y vespertina
Alumnado:	Mixto
N. de estudiantes:	817
Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador	

La E.E.G.B. Luz y Saber cuenta con más estudiantes que la institución en estudio 817 en total, oferta un servicio matutino y vespertino en comparación a la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero que solo oferta el servicio matutino.

## Unidad educativa Lcdo. Telmo Marquina

**Tabla 9 U.E. Lcdo. Telmo Marquina**

Dirección:	Av. Abdón Calderón 7-8 tarqui
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Parroquia:	Ximena 1
Zona:	8
Distrito:	09D01
Régimen:	Costa
Sostenimiento:	Particular religioso
Jurisdicción:	Hispana
Modalidad:	Presencial
Inmueble:	Propio
Ciclos:	Educación básica
Zona:	Urbana
Jornada:	Matutina
Alumnado:	Mixto
N. de estudiantes:	209
Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador	

La U.E. Lcdo. Telmo Marquina cuenta con menos estudiantes que la institución en estudio en total 209 y oferta el servicio educativo en jornada matutina pero con la diferencia que solo brinda educación básica.

## Escuela Galapaguitos 2046

**Tabla 10 Escuela Galapaguitos 2046**

Dirección:	Av. Abdón Calderón 03 Guasmo sur
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Parroquia:	Ximena 1
Zona:	8
Distrito:	09D01
Régimen:	Costa
Sostenimiento:	Particular laico
Jurisdicción:	Hispana
Modalidad:	Presencial
Inmueble:	Propio
Ciclos:	Educación básica
Zona:	Urbana
Jornada:	Matutina
Alumnado:	Mixto
N. de estudiantes:	90
Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador	

En la Escuela Galapaguitos 2046 cuenta con menos estudiantes que la institución en estudio en total 90 no cumple en su totalidad con los estándares estipulados por el Ministerio de Educación del Ecuador y oferta el servicio educativo en jornada matutina pero con la diferencia que solo brinda educación básica.

### 3.2.6.2. Fiscales

#### E.E.G.B. Alfredo Barandearan Samaniego

**Tabla 11 E.E.G.B. Alfredo Barandearan Samaniego**

Dirección:	Humberto More Av. 12D SE paseo 54C SE
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Parroquia:	Ximena 1
Zona:	8
Distrito:	09D01
Régimen:	Costa
Sostenimiento:	Fiscal
Jurisdicción:	Hispana
Modalidad:	Presencial
Inmueble:	Propio
Ciclos:	Educación básica
Zona:	Urbana
Jornada:	Matutina
Alumnado:	Mixto
N. de estudiantes:	824
Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador	

En la E.E.G.B. Alfredo Barandearan Samaniego cuenta con más estudiantes que la institución en estudio en total 824, al ser una institución fiscal cuenta con amplias instalaciones acordes a los estándares estipulados por el Ministerio de Educación del Ecuador y oferta el servicio educativo en jornada matutina, pero con la diferencia que solo brinda educación básica.

**E.E.G.B. Primero de Junio****Tabla 12 E.E.G.B. Primero de Junio**

Dirección:	Coop. Dieciocho de Octubre Mz. 3.358 Sl.6 Guasmo Sur 1er pasaje 12ª y calle 55
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Parroquia:	Ximena1
Zona:	8
Distrito:	09D01
Régimen:	Costa
Sostenimiento:	Fiscal
Jurisdicción:	Hispana
Modalidad:	Presencial
Inmueble:	Propio
Ciclos:	Educación inicial, y Educación General Básica
Zona:	Urbana
Jornada:	Matutina
Alumnado:	Mixto
N. de estudiantes:	592
Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador	

En la E.E.G.B. Primero de Junio cuenta con más estudiantes que la institución en estudio en total 592, al ser una institución fiscal cuenta con amplias instalaciones acordes a los estándares estipulados por el Ministerio de Educación del Ecuador y oferta el servicio educativo en jornada matutina, pero con la diferencia que solo brinda educación inicial y básica.

**E.E.G.B. Ciudad de Latacunga****Tabla 13 E.E.G.B. Ciudad de Latacunga**

Dirección:	Coop. Unión de Bananeros Bl.6 Mz.12 calle tarqui calle transversal
Provincia:	Guayas
Cantón:	Guayaquil
Parroquia:	Ximena1
Zona:	8
Distrito:	09D01
Régimen:	Costa
Sostenimiento:	Fiscal
Jurisdicción:	Hispana
Modalidad:	Presencial
Inmueble:	Propio
Ciclos:	Educación básica
Zona:	Urbana
Jornada:	Matutina
Alumnado:	Mixto
N. de estudiantes:	680
Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador	

En la E.E.G.B. Ciudad de Latacunga cuenta con más estudiantes que la institución en estudio en total 680, al ser una institución fiscal cuenta con amplias instalaciones acordes a los estándares estipulados por el Ministerio de Educación del Ecuador y oferta el servicio educativo en jornada matutina, pero con la diferencia que solo brinda educación básica.

### 3.2.6.3. Costos

#### Inicial

**Tabla 14 Precios de sección inicial**

Inicial	Matricula		Pensión	
	2014/2015	2015/2016	2014/2015	2015/2016
E.E.G.B. Miguel Febres cordero	11.50	12.99	20.79	20.79
E.E.G.B. Luz y Saber	13.12	15.62	25.00	25.00

Elaborado por: Autoras Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

#### General básica

**Tabla 15 Precios de Educación general básica**

General básica	Matricula		Pensión	
	2014/2015	2015/2016	2014/2015	2015/2016
E.E.G.B. Miguel Febres Cordero	11.26	11.26	18.02	18.02
Escuela Luz y Saber	15.62	15.63	25.00	25.00
U.E. Telmo Marquina	14.25	14.96	19.00	23.94
Escuela Galapaguitos 2046	13.12	14.44	21.00	23.10

Elaborado por: Autoras Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador

### **3.3. Análisis FODA**

El análisis del FODA permite determinar las fortalezas y debilidades internas propias de la empresa, así también las oportunidades y amenazas del entorno en el cual se desarrolla la institución. Las fortalezas son propias de la empresa, al igual que las debilidades solo que estas son negativas. Las oportunidades pertenecen al entorno, son ajenas de la empresa, y positivas. Las amenazas son externas, del entorno, y negativas. Se debe considerar que toda empresa presenta los cuatro puntos mencionados. Como se indicó anteriormente, constituyen las virtudes o cualidades que posee la institución en forma real y positiva; siendo los factores que permitan su permanencia en el mercado, puesto que inciden en la competitividad. Así también, siendo elementos reales e internos de la organización, están sujetos a ser controlables por la misma.

#### **Fortaleza**

La E.E.G.B. Miguel Febres Cordero, presenta las siguientes fortalezas:

- Buena relación entre estudiantes, autoridades, docentes y personal administrativo.
- Precios competitivos.
- Buen servicio al cliente.
- Lealtad de los clientes.

- Satisfacción del cliente con la calidad del servicio educativo.
- Infraestructura propia.
- Costos adecuados para el segmento de mercado.
- Liderazgo por parte de los directivos.
- Educación con grupos pequeños de estudiantes.

### **Oportunidades**

Son elementos que pertenecen al entorno externo, son potenciales y positivos, pero la empresa no tiene un control sobre ellos. Del análisis realizado, se pudo determinar las siguientes oportunidades:

- Nivel de crecimiento de estudiantes.
- Ubicación distante a la competencia.
- Implementación de talleres de música, danza, etc.
- Servicio de comedor.

### **Debilidades**

Constituyen elementos propios de la institución, negativos, pero que se pueden controlar. Afectan el desenvolvimiento y cumplimiento de los objetivos de la institución. Entre las debilidades de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero se encuentran las siguientes:

- Insuficiente infraestructura
- Inconformidad de docentes con la remuneración salarial que reciben.

- Personal docente no capacitado.
- Ausencia de implementación de medios electrónicos para comunicación con padres, madres de familia y/o representantes.
- Clases poco prácticas.
- Práctica de antivalores por parte de estudiantes.
- Falta de equipamiento médico.
- Falta de comedor.
- Necesidad de espacios privados para reuniones de maestros.

### **Amenazas**

Son elementos externos, negativos que pueden perjudicar a la institución y no son controlados por ella, pero debe transformar las amenazas en oportunidades. Las amenazas encontradas en el estudio:

- Inestabilidad económica en el país.
- Incremento de impuestos.
- Avances tecnológicos y educativos.
- Leyes más rígidas para el control de la calidad educativa.
- Servicio que ofrece la competencia.
- Venta de estupefacientes.
- Inseguridad del sector.

Tabla 16 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena relación entre estudiantes, autoridades, docentes y personal administrativo.</li> <li>• Precios competitivos.</li> <li>• Buen servicio al cliente.</li> <li>• Lealtad de los clientes.</li> <li>• Satisfacción del cliente con la calidad del servicio educativo.</li> <li>• Infraestructura propia.</li> <li>• Costos adecuados para el segmento de mercado.</li> <li>• Liderazgo por parte de los directivos.</li> <li>• Educación con grupos pequeños de estudiantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de crecimiento de estudiantes.</li> <li>• Ubicación distante a la competencia.</li> <li>• Implementación de talleres de música, danza, etc.</li> <li>• Servicio de comedor.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Insuficiente infraestructura</li> <li>• Inconformidad de docentes con la remuneración salarial que reciben.</li> <li>• Personal docente no capacitado.</li> <li>• Ausencia de implementación de medios electrónicos para comunicación con padres, madres de familia y/o representantes.</li> <li>• Clases poco prácticas.</li> <li>• Práctica de antivalores por parte de estudiantes.</li> <li>• Falta de equipamiento médico.</li> <li>• Falta de comedor.</li> <li>• Necesidad de espacios privados para reuniones de maestros.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inestabilidad económica en el país.</li> <li>• Incremento de impuestos.</li> <li>• Avances tecnológicos y educativos.</li> <li>• Leyes más rígidas para el control de la calidad educativa.</li> <li>• Servicio que ofrece la competencia.</li> <li>• Venta de estupefacientes.</li> <li>• Inseguridad del sector.</li> </ul>
<hr/> Elaborado por: Autoras Fuente: E.E.G.B. Miguel Febres Cordero <hr/>	

**Tabla 17 Matriz DOFA**

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Buena relación entre estudiantes, autoridades, docentes y personal administrativo.</li> <li>•Precios competitivos.</li> <li>•Buen servicio al cliente.</li> <li>•Lealtad de los clientes.</li> <li>•Satisfacción del cliente con la calidad del servicio educativo.</li> <li>•Infraestructura propia.</li> <li>•Costos adecuados para el segmento de mercado.</li> <li>•Liderazgo por parte de los directivos.</li> <li>•Educación con grupos pequeños de estudiantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Insuficiente infraestructura</li> <li>•Inconformidad de docentes con la remuneración salarial que reciben.</li> <li>•Personal docente no capacitado.</li> <li>•Ausencia de implementación de medios electrónicos para comunicación con padres, madres de familia y/o representantes.</li> <li>•Clases poco prácticas.</li> <li>•Práctica de antivalores por parte de estudiantes.</li> <li>•Falta de equipamiento médico.</li> <li>•Falta de comedor.</li> <li>•Necesidad de espacios privados para reuniones de maestros.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Nivel de crecimiento de estudiantes.</li> <li>•Ubicación distante a la competencia.</li> <li>•Implementación de talleres de música, danza, etc.</li> <li>•Servicio de comedor.</li> </ul>	<p>Estrategias FO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Dar información por medios electrónicos sobre las fortalezas y actividades que presenta y realiza el plantel.</li> <li>-Mejorar los procesos internos de la institución, dando capacitación al personal administrativo, docentes.</li> <li>-Incentivar al cliente potencial con las promociones y descuentos que realiza la institución por cuestiones de matrícula, pensión y becas.</li> </ul>	<p>Estrategias DO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ampliación de la infraestructura de la institución.</li> <li>-Capacitación a docentes.</li> <li>-Contratación de docentes titulados o con experiencia.</li> <li>-Evaluar la remuneración de los docentes.</li> <li>-Implementación de redes sociales y medios electrónicos para comunicación con padres, madres de familia y/o representantes.</li> <li>-Convenio con centros de salud.</li> </ul>

---

<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Inestabilidad económica en el país.</li> <li>•Incremento de impuestos.</li> <li>•Leyes más rígidas para el control de la calidad educativa.</li> <li>•Servicio que ofrece la competencia.</li> <li>•Venta de estupefacientes.</li> <li>•Inseguridad del sector.</li> </ul>	<p>Estrategias FA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Implementar mejorías a la infraestructura.</li> <li>-Convenio o asociación con policías del sector.</li> <li>-Apoyo y colaboración con padres, madres de familia y/o representantes para control en la salida.</li> <li>Instalación de cámaras de seguridad.</li> <li>-mantener precios de matrícula/pensión</li> </ul>	<p>Estrategias DA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ampliación de la infraestructura de la institución educativa</li> <li>-Ofrecer capacitación a docentes</li> <li>-Impartir cursos de relaciones humanas, valores y problemas sociales a personal de la institución y personas de la comunidad.</li> </ul>
---	--	---

---

Elaborado por: Autoras Fuente: E.E.G.B. Miguel Febres Cordero

---

### **3.4. Objetivos de las estrategias de marketing**

#### **3.4.1. General**

Análisis de estrategias de marketing con el objetivo de mejorar la imagen institucional de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero. El objetivo de la publicidad estará encaminado a informar y recordar, debido a que es un servicio educativo conocido por muchos padres, madres de familia y/o representantes, pero con posibilidad de que nuevos padres, madres de familia y/o representantes quieran matricular a sus hijos en la institución. De esta manera mediante la publicidad informaremos sobre el servicio que ofrece la institución educativa y las mejoras que realizara a fin de cumplir con los estándares de calidad estipulados por el Ministerio de Educación del Ecuador y las diferentes actividades que se realicen en la institución

a fin de ser considerada como una de las primeras opciones al momento de matricular a sus hijos.

### **3.4.2. Específicos**

- Incrementar el número de estudiantes.
- Mantener la participación del mercado en el sector donde se establece la institución (Guasmo Sur), cuidando las necesidades y deseos del usuario.
- Alcanzar niveles de satisfacción altos en el cliente y los usuarios en un período de dos años.
- Posicionar el nombre del plantel al 100% en concordancia con el nuevo esquema de nombre para instituciones.
- Determinar las estrategias que garanticen ofertar un servicio de calidad.

### **3.5. Mercado meta**

El mercado meta serán todos los niños(as) y jóvenes sin importar sexo, en edad entre los 3 y 15 años sin importar condición social (Usuario). Padres, madres de familia y/o representantes (Clientes) quienes tengan hijos entre los 3 y 15 años de edad.

**Tabla 18 Segmentación de mercado**

<b>Geográficas</b>	
País	Ecuador
Región	Costa
Ciudad	Guayaquil
Clima	Cálido
<b>Demográficas</b>	
Edad	De 3 a 15 años
Genero	Hombres y mujeres
Tamaño de la familia	Indistinto
Ciclo de vida familiar	Indistinto
Ingreso	Indistinto
Ocupación	Indistinto
Educación	Indistinto
Religión	Indistinto
Grupos étnicos	Indistinto
<b>Psicológicas</b>	
Clase social	Baja y media
Estilo de vida	Personas activas
Personalidad	Indistinto
<b>Conductual</b>	
Ocasiones	Siempre
Beneficios	Calidad
Estatus de usuarios	Usuarios potenciales, primerizos y actuales
Estatus de lealtad	Media, alta
Actitud hacia el servicio	Positivo
Elaborado por: Autoras	

### 3.6. Estrategias de marketing

Las estrategias de marketing se basan en un análisis de la situación. Las estrategias buscan establecer ventajas competitivas a través de planes de acción determinados. Las estrategias a utilizar están destinadas a convencer al cliente de que adquiera el servicio. Las estrategias que la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero llevará a cabo serán:

### **3.6.1. Estrategias de segmentación de mercado y posicionamiento**

#### **3.6.1.1. Estrategia de segmentación**

La estrategia deberá tener las siguientes bases:

- Base geográfica: Se orienta actualmente al sector del Guasmo sur donde se ubica la institución en estudio.
- Base demográfica: Orientada a familias cuyos sitios de residencia se encuentran en el Guasmo sur cercanos a la institución. En cuanto al género no habrá distinción por tratarse de un plantel mixto, como tampoco habrá distinción de raza ni religión.
- Base socioeconómica: para familias de clase baja y media, capaces de solventar los precios del servicio educativo de la institución.

#### **3.6.1.2. Estrategia de posicionamiento**

Realizar cambios positivos de dirección, metodología, tecnología, etc. para mantener e incrementar la cantidad de estudiantes. Aumentar inversión en infraestructura técnica y administrativa. Se requiere posicionar al 100% el nombre de E.E.G.B. Miguel Febres Cordero, con base a la buena imagen adquirida, la cual hay que mantener y mejorar.

### **3.6.1.3. Estrategia de fidelización**

Se ha evidenciado que existen casos claros de fidelización con la institución educativa, por parte de muchos padres, madres de familia y/o representantes; que han continuado matriculando a sus hijos en la institución educativa, también el hecho de matricular a otros hijos y traer referidos. La estrategia, en estos casos, se debe orientar a:

- Descuentos en las pensiones por más de 2 hijos matriculados en la institución.
- Descuentos en matrícula por traer referidos a la institución.
- Becas a mejores estudiantes y niños de escasos recursos con excelentes notas.

### **3.6.2. Estrategias funcionales**

Constituyen aquellas que servirán para la mezcla de mercadotecnia, que incluyen estrategias de: producto, precios, distribución y promoción.

#### **3.6.2.1. Estrategia de producto/servicio**

El servicio que se ofrece es educativo, para cubrir las necesidades de los usuarios y clientes del Guasmo sur de la ciudad de Guayaquil. El nombre comunica con claridad el significado del servicio. El nombre de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero ya es conocido, sin embargo el nombre anterior de Escuela Particular Lirios

de Luz aún es recordado, dicho nombre se mantuvo en el mercado hasta el año 2011 y se ganó la confianza, fidelidad y seguridad en los consumidores. Es de importancia que el nuevo nombre de la institución se mantenga muy presente difundiéndolo en toda actividad con su logo específico.

Para mantener presente el nombre de la institución educativa se plantea:

- Uso stickers con el logotipo de la institución y stickers para los autos de los padres, madres de familia y/o representantes.
- Uso del logotipo en camisas, gorras, plumas y tazas que mantendrán presente el nombre de la institución y los cuales serán entregados a los padres que matriculen a tiempo o que paguen a tiempo sus pensiones.
- Elaboración de trípticos informativos de la institución educativa.
- Capacitación a los docentes, directivos y personal administrativo, sobre temas de relaciones humanas y pedagógicas, para mejorar la situación de enseñanza de los docentes y la falta de autoridad y trato hacia los alumnos.

### **3.6.2.2. Estrategia de precios**

Los precios del servicio coinciden con las aspiraciones de los padres, madres de familia y/o representantes. La institución en estudio oferta servicio de precio bajo, que como se menciono está dirigida a un estrato social medio y bajo, que acepta esta

situación. Por otra parte los precios de la competencia son similares. Como estrategias se recomienda: Mantener la política de descuentos a los padres, madres de familia y/o representantes que tienen más de 2 hijos en el plantel.

- Se recomienda el aumento del 5% del precio de matrícula y pensión para el periodo lectivo 2016/2017 para cubrir los gastos de promoción.

### **3.6.2.3. Estrategia de promoción**

Estará destinada al cliente final, dado que el canal de distribución es directo, además interactuarán varios elementos de la mezcla de promoción, como son: marketing directo, promoción de ventas, venta personal y relaciones públicas.

#### **3.6.2.3.1. Estrategia de publicidad**

La institución educativa en estudio dispone de página en red social Facebook, sin embargo es necesario implementarle cambios y permanente actualización, en cuestión al nombre de la página en Facebook ésta se presenta con el nombre de Escuela Particular Lirios de Luz y es usada como página personal del director de la institución, además se plantea la utilización de la misma como sitio de información y atracción de los usuarios.

- Se recomienda la adquisición de una Tablet para uso exclusivo de las redes sociales de la institución educativa, la cual puede ser utilizada por los docentes y directivos para informar y promocionar a la institución educativa.
- Transmisión de información sobre la institución educativa en una emisora radial como medio de comunicación en época de matrícula y cierre de año escolar.

#### **3.6.2.3.2. Estrategia de promoción de ventas**

La promoción de ventas está dirigida al usuario final, que impulse la venta del servicio, y se apoyará en:

- Casa abierta institucional que se realiza en el mes de noviembre.
- Eventos deportivos que se realizan en el mes de octubre.
- Obsequios publicitarios como camisetas, gorras, plumas y tazas con inscripciones específicas que se ofrecerá en los diferentes eventos que la institución realice.

### **3.6.2.3.3. Relaciones públicas**

Las relaciones públicas dirigen a las instituciones a mantener la imagen favorable frente el público interesado, en el caso de la institución educativa en estudio se implementará:

- Participación en eventos comunitarios, campañas sociales, etc., que muestren que la institución está comprometida con la sociedad.
- Participar en eventos y concursos que los diferentes Ministerios del Ecuador e Instituciones privadas realizan para bien de la sociedad.

### **3.7. Plan de acción**

Los principales planes de acción, a implementar en la institución educativa en estudio, especificando las responsabilidades y los tiempos de ejecución.

### 3.7.1. Plan sobre productos/servicios

**Tabla 19 Plan sobre producto/servicio**

Plan sobre producto/servicio	Tiempo	Responsables
El nombre E.E.G.B. Miguel Febres Cordero debe mantenerse muy presente difundiéndolo en toda actividad con su logotipo específico.	Inmediato	Directivos
Brindar capacitación para las autoridades, personal docente y administrativo.	2 veces al año (inicio y mitad de periodo escolar)	Directivos
Impartir un curso de relaciones humanas, para autoridades, docentes y personal administrativo, dos veces al año.	2 vez al año (mitad de periodo escolar)	Directivos
Elaborado por: Autoras		

Esta actividad se llevará a cabo en las instalaciones de la institución. Entrega del respectivo refrigerio nutricional a los docentes durante los días que se llevará a cabo la capacitación.

### 3.7.2. Plan sobre precios

**Tabla 20 Plan de precio**

Plan sobre precio	Tiempo	Responsables
-Mantener la política de descuentos a los padres, madres de familia y/o representantes que tienen más de 2 hijos en el plantel.	Inmediatamente	Directivos
-Mantener los descuentos para los hijos del personal en general de la institución.	Inmediatamente	Directivos
-Descuento en matrícula a los padres, madres de familia y/o representantes que traen referidos a la institución.	A partir del 2016	Directivos
Elaborado por: Autoras		

### 3.7.3. Plan sobre la promoción

**Tabla 21 Plan de promoción**

Plan sobre la promoción	Tiempo	Responsables
Estrategia de publicidad -Página red social Facebook -Impresos trípticos a colores.	Inmediatamente	Directivos, Docente de computación
Promoción de venta -Casa abierta. -Eventos deportivos. -Camisetas, gorras, tazas, plumas, etc. con inscripciones específicas.	Noviembre Octubre A partir del 2016	Directivos y docentes
Relaciones públicas -Participación en eventos comunitarios, campañas sociales, etc.	A partir del 2016	Directivos
Elaborado por: Autoras		

### 3.8. Presupuesto para las estrategias de marketing

**Tabla 22 Presupuesto de estrategias de marketing**

Usuario objetivo	Requerimientos	N.-	Valor unitario(\$)	Valor estimado(\$)
	Infraestructura			20.000
	Stickers auto	150	5	750
	Stickers	500		365
	Lunch de capacitaciones	72	3	216
Padres, madres de familia y/o representantes actuales y futuros.	Trípticos	1000		250
	Tablet	1	300	300
	Anuncio Radial			800
	Gorras y camisetas	500	10	5.000
	Bolígrafos	600	4.50	2.700
	Tazas	500	5	2.500
	Participación eventos	1500	9	13.500
	Capacitaciones			2.000
	TOTAL			\$48.381

Elaborado por: Autoras

Los \$20000 destinados a las mejoras de la infraestructura, serán adquiridos por medio de préstamo bancario. Los trípticos serán de información sobre la institución educativa, los servicios que brinda y los beneficios que ofrece. La Tablet será destinada para el manejo de redes sociales de la institución, se opta por este artículo tecnológico, por ser fácil de manejar y porque permitirá que no solo sea manejada por los directivos de la institución sino también por el personal docente.

El anuncio en la emisora radial está estimado en \$800 considerando lo siguiente:

**Tabla 23 Precio de emisoras**

Emisora	Método	Tiempo	Precio
Radio Antena 3	Cuña	45 Segundos	\$31.50
	Mención	30 Segundos	\$28.00
Radio Onda Positiva	Cuña	30 Segundos	\$25.00
	Mención	15 Segundos	\$20.00

Elaborado por: Autoras Fuente: Emisoras radiales

### 3.9. Estimación de ventas

Se estima para el periodo lectivo 2016-2017 un aumento del 12% de estudiantes nuevos matriculados, impulsados directamente por las estrategias de marketing que la institución pondría en práctica, es decir tendrían 78 estudiantes nuevos matriculados para dicho periodo lectivo.

**Tabla 24 Estimación de ventas (estudiantes)**

Cursos	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
3 años	55	65	78	100
4 años	75	80	90	100
1ro	71	75	81	90
2do	65	68	72	76
3ro	42	44	46	48
4to	45	46	47	50
5to	38	40	43	45
6to	40	41	43	46
7mo	31	33	36	38
8vo	25	26	28	32
9no	45	47	57	60
10mo	12	25	29	43
Total	544	590	650	728

Elaborado por: Autoras Fuente: E.E.G.B. Miguel Febres Cordero

Se estima la cantidad de ingresos por matrícula y pensiones, considerando un aumento del 5% para matrícula y pensiones.

**Tabla 25 Precio estimado de matrícula/pensión**

	2015/2016		2016/2017	
	Matrícula	Pensión	Matrícula	Pensión
Inicial	12.99	20.79	13.64	21.83
General básico	11.26	18.02	11.82	18.92

Elaborado por: Autoras Fuente: E.E.G.B. Miguel Febres Cordero

**Tabla 26 Estimación de ventas (Ingresos 2016/2017)**

Nivel	Estudiantes	Matrícula	Pensión	Total
Inicial	200	2728	43660	46388
General Básico	528	6240.96	99897.60	106138.56
Total	728	8968.96	143557.60	152526.56

Elaborado por: Autoras Fuente: E.E.G.B. Miguel Febres Cordero

### 3.10. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que una institución debe cumplir para no perder, ni ganar, es decir que esas ventas deberán cubrir en su totalidad los gastos totales generados.

**Tabla 27 Datos punto de equilibrio**

<u>Dó</u>	
Costo fijo	110569.92
Costo variable	17600.00
Ventas totales	129393.24
Unidades(Estudiantes)	650
Elaborado por: Autoras Fuente: E.E.G.B. Miguel Febres Cordero	

La institución en estudio presenta en el periodo lectivo 2015/2016 \$110569.92 como costos fijos, \$17600.00 como costos variables, \$129393.24 como ventas totales y 650 estudiantes matriculados para dicho periodo.

<b>FORMULA P.E.\$</b>	
<b>P.E.\$=</b>	$1 - \frac{\text{Costos fijos} + \text{Costos variables}}{\text{ventas totales}}$
<b>P.E.\$</b>	<b>127977</b>

El punto de equilibrio en dólares que la institución debe conseguir para cubrir sus gastos, es de \$127977 considerando que la institución para el periodo 2015/2016 fue de \$129393.24 lo que indica que la institución empezó a generar ganancias.

<b>FORMULA P.E.%</b>		
<b>P.E.%=</b>	$\frac{\text{Costos fijos} + \text{Costos variables}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables}} \times 100$	
<b>P.E. %</b>	<b>99%</b>	

El punto de equilibrio en porcentaje para la institución es de 99%, lo que representa que se cubren todos los costos y el 1% restante representa las ganancias que la institución está generando.

$$\underline{\underline{\text{P.E.U.} \quad 643}}$$

El punto de equilibrio en unidades para la institución educativa es de 643 estudiantes, considerando que la institución matriculó 650 alumnos, lo que generó ganancias.

---

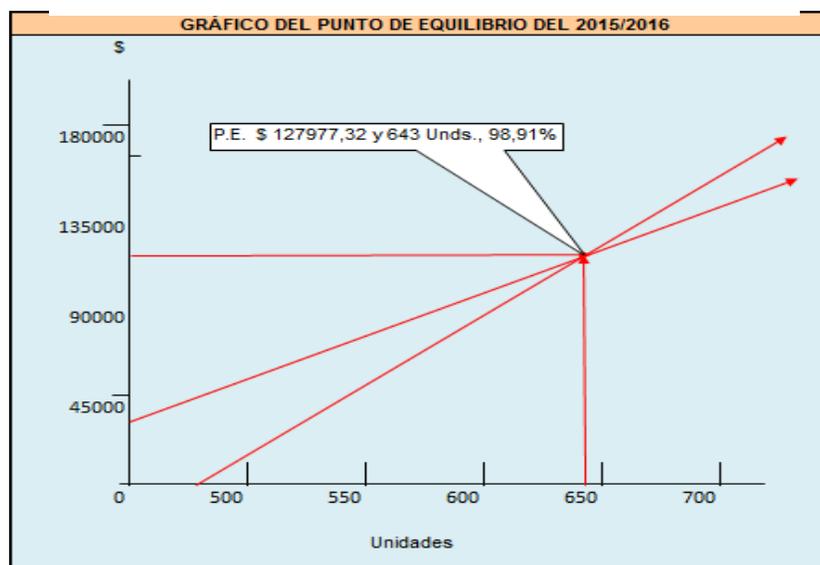
**FÓRMULA P.E.U**

---

$$\text{P.E.U.} = \frac{\text{Costos fijos x Unidades producidas}}{\text{Ventas Totales - Costos variables}}$$


---

**Gráfico 45 Punto de equilibrio 2015/2016**



Elaborado por: Autoras

El punto de equilibrio de la institución educativa en estudio es de \$127977.32 con 643 estudiantes matriculados, pero se debe considerar que la institución inscribió a 650 estudiantes y presentó ventas de \$129393.24 superando la cantidad que indica el punto de equilibrio, generando ganancias de \$1223.32.

## CONCLUSIONES

Con la investigación realizada a través de las encuestas aplicadas a los padres, madres de familia y/o representantes y estudiantes de la E.E.G.B. Miguel Febres Cordero, se pudo definir que los estudiantes encuestados tienen buenos comentarios sobre la institución en estudio, la mayoría de estudiantes piensan que la institución es de buena calidad en comparación con la competencia del sector, por parte de los padres, madres de familia y/o representantes encuestados, presentaron muchas quejas con respecto a los docentes y la calidad de la educación, la cual para algunos creen que la están descuidando. En cuanto a los docentes, para la institución les resulta de vital importancia que sus docentes sean preparados académicamente y capacitados en el campo pedagógico para lograr un mayor desenvolvimiento en las aulas y disminuir las quejas de los padres, madres de familia y/o representantes, aunque también los directivos podrían considerar contratar personal titulado en educación.

La E.E.G.B. Miguel Febres Cordero fue creada con la finalidad de brindar un servicio educativo de calidad a la sociedad. Su funcionamiento, desde 2005 ha ganado buena imagen en el sector del Guasmo sur, principalmente por su servicio educativo. El alumnado del 2013-2014 fue de 544, para el 2014-2015 aumentó 46 estudiantes, contando con 590 estudiantes matriculados, en el periodo 2015-2016 la cantidad de estudiantes aumentó a 60 y se contó con un total de 650 estudiantes. En relación a los precios, estos se ajustan a un sector de clase media y baja. Las

instalaciones actuales son funcionales; sin embargo no se cuenta con laboratorios, aulas especiales (música, arte), auditorio, canchas y comedor. No cuenta con una sala para reuniones de maestros o cuestiones académicas.

## RECOMENDACIONES

Las instituciones educativas tanto públicas como privadas deben ajustarse a las políticas del Ministerio de Educación del Ecuador. La institución educativa debe mantener su prestigio con base a una mejora continua y permanente, tanto en su infraestructura, docente y ámbito académico. Se deberá implementar capacitación a los docentes, en procura de mantener y mejorar la calidad educativa. El crecimiento del alumnado, si bien parece interesante, la institución educativa deberá considerar la ampliación de la infraestructura para implementar las mejoras solicitadas tanto por el Ministerio de Educación del Ecuador como por los padres, madres de familia y/o representantes.

La implementación de clases prácticas y teóricas de las asignaturas de computación e inglés. La competitividad entre las instituciones educativas del sector, debería establecerse por calidad, antes que por precios, ya que la mayoría oferta el servicio a un precio similar. Se debe reorientar, actualizar y modificar el uso de la página de Facebook de la institución no solo para informar, sino para comunicar mejor, a fin de estar conectado con la mayor cantidad de estudiantes y padres, madres de familia y/o representantes que usan esta red social. A los puntos anteriores habrá que añadir la implementación de camiseta o gorras promocionales para diferentes actividades, con el logotipo de la institución educativa a fin de mantener presente en la mente de las personas el nombre de la institución en estudio.

Se recomienda la participación en eventos comunitarios, etc., y la ejecución de las estrategias de Marketing propuestas, para promocionar y resaltar los servicios educativos de la institución, aprovechando así las fortalezas y oportunidades que ésta posee. Se recomienda hacer pruebas de muestreo cada año, con lo que se puede ir actualizando los gustos y preferencias acerca de la educación que la institución brinda, ya que la implementación de las estrategias de Marketing se realizará un control y seguimiento del mismo. Con la aplicación de las estrategias de Marketing la institución aumentará la cantidad de estudiantes y a la vez promoverá una educación de calidad, lo que servirá de beneficio para los estudiantes que reciban este servicio.



## BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, K. &. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Ecuador, Constitución de la República del. (s.f.). *Titulo II Derechos capítulo segundo derechos del buen vivir sección quinta educación*. Quito.
- Ecuador, República del. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*.
- Educación, M. d. (2013). *Indicadores Educativos*. Quito.
- Educación, Ministerio de. (2012). *Estandares de calidad educativa*. Quito.
- Educación, Ministerio de. (25 de Febrero de 2013). *Ministerio de Educación*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2015, de Ministerio de Educación: <http://educacion.gob.ec/el-cambio-de-denominacion-de-instituciones-educativas-no-afectara-la-calidad-de-la-oferta-educativa-tecnica-y-los-titulos-otorgados/>
- Educación, Ministerio de. (2014). *Rendición de cuentas*. Quito.
- Educación, Ministerio de. (s.f.). *Ley orgánica de educación intercultural*. Quito.
- Fernández, C. C. (2002). *Introducción al marketing para centros de enseñanza*. Madrid: ESIC.
- Inec. (11 de Noviembre de 2015). *Inec*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Inec. (2015). *Reporte de inflación septiembre 2015*. Quito.
- Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. (12 de Noviembre de 2015). *Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2015, de <http://www.inee.edu.mx/>
- Intercultural, L. O. (2010). *Capítulo III de las autoridades de las instituciones educativas*. Quito.
- Intercultural, L. O. (s.f.). *Capítulo cuarto de los derechos y obligaciones de las y los docentes*. Quito.
- Intercultural, L. O. (s.f.). *Capítulo tercero de los derechos y obligaciones de los estudiantes*. Quito.
- Intercultural, Ley Orgánica de Educación. (s.f.). *Capítulo VIII de la denominación de instituciones educativas*. Quito.

- Jbs. (28 de Noviembre de 2013). *El Mercurio*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2015, de El Mercurio: [http://www.elmercurio.com.ec/407545-cambios-en-educacion-enmarcados-en-tres-ejes/#.VfdiphF\\_Oko](http://www.elmercurio.com.ec/407545-cambios-en-educacion-enmarcados-en-tres-ejes/#.VfdiphF_Oko)
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Manes, J. M. (2005). *Marketing para instituciones educativas*. Buenos Aires: Granica.
- Ministerio de Educación del Ecuador. (11 de Noviembre de 2015). *Ministerio de Educación del Ecuador*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2015, de <http://educacion.gob.ec/bachillerato-general-unificado/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (11 de Noviembre de 2015). *Ministerio de Educación del Ecuador*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2015, de <http://educacion.gob.ec/educacion-general-basica/>
- Ministerio de Educación del Ecuador. (11 de Noviembre de 2015). *Ministerio de Educación del Ecuador*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2015, de <http://educacion.gob.ec>
- Moschen, J. C. (2008). *Innovación Educativa Decisión y Búsqueda permanente*. Buenos Aires: Bonum.
- Philip Kotler, G. A. (2013). *Fundamentos de Marketing- 11ª Edición*. Mexico: PEARSON EDICACION.
- Salle, L. (s.f.). *La Salle*. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de La Salle: [www.lasalle.org](http://www.lasalle.org)
- Unesco. (2011). *La Unesco y la educación*. Francia.
- Unesco. (2012). *Situación educativa de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile.
- Unesco. (2013). *Tercer estudio regional comparativo y explicativo*. Santiago de Chile.
- Unesco. (12 de Noviembre de 2015). *Unesco*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2015, de <http://www.unesco.org/>

# **ANEXOS**

ANEXO 1 ENCUESTA PARA PADRES, MADRES DE FAMILIA Y/O  
REPRESENTANTES



Universidad de Guayaquil  
Facultad de Ciencias Administrativas



Carrera de Ingeniería en Marketing y negociación Comercial

Edad:.....

Sexo: Hombre..... Mujer.....

Estimado señor(a), la presente es una encuesta, de carácter anónima, que servirá para la elaboración de un Plan de Marketing para el mejoramiento de la imagen institucional de la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil. Sírvase llenarla con honestidad.

1.- ¿Con qué nombre conoce usted a la institución educativa?

-Escuela Particular Lirios de Luz  -Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero

2.- ¿Mediante qué medio conoció acerca de la institución educativa?

-Amigos/Familiares  -Redes Sociales   
-Iglesia  -Volantes/publicidad

3.- ¿Cuántos hijos/as tiene estudiando en la institución educativa?

0 – 2  3-5

4.- Tomando en consideración que cuenta con un hijo/a matriculado en la institución.

¿Cómo calificaría la calidad del servicio educativo que brinda la institución?

-Excelente

-Regular

-Muy Buena

-Mala

-Buena

5.- ¿Cuál es la razón principal de que haya decidido matricular a su hijo/a en la institución?

-Disciplina

-Recomendación

-Servicio educativo de calidad

-Calidad de docentes

-Precio de matrícula/pensión

-No tenía otra opción

-Ambiente

6.- Cómo calificaría su nivel de satisfacción educativa con respecto a la institución

Muy satisfactorio ( )

-Insatisfecho ( )

-Satisfactorio ( )

-Muy insatisfecho ( )

7.- ¿Considera que la institución cumple con las normas, leyes, artículos estipulados por el Ministerio de Educación del Ecuador?

-Sí

-No

8.- ¿Considera que la institución cuenta con docentes capaces?

-Totalmente de acuerdo

-En desacuerdo

-De acuerdo

-Totalmente en desacuerdo

9.- ¿Cómo calificaría la calidad de los docentes?

-Excelente  -Regular

-Muy buena  -Mala

-Buena

10.- ¿Cómo calificaría el trabajo de los directivos de la institución?

-Muy Bueno  -Regular

-Bueno  -Malo

11.- ¿Considera que los directivos de la institución están capacitados para ejercer su cargo?

Sí  No

12.- ¿Cuántos hijos/as menores de 13 años tienen?

0 - 3  4 - 6

13.- ¿Qué tan probable es que matricule a su hijo/a nuevamente en la institución el siguiente año?

-Sumamente probable  -Probable

-Muy probable  -No muy probable

14.- ¿Qué tan probable es que deje estudiando a su hijo/hija en la institución educativa hasta el último año de educación general básica 10mo año?

- |                     |                          |                  |                          |
|---------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| -Sumamente probable | <input type="checkbox"/> | -Probable        | <input type="checkbox"/> |
| -Muy probable       | <input type="checkbox"/> | -No muy probable | <input type="checkbox"/> |

15.- Si alguien le solicitara que recomendara una institución educativa de su sector, ¿Qué tan probable es que recomiende esta institución?

- |                     |                          |                  |                          |
|---------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| -Sumamente probable | <input type="checkbox"/> | -No muy probable | <input type="checkbox"/> |
| -Muy probable       | <input type="checkbox"/> | -Nada probable   | <input type="checkbox"/> |
| -Probable           | <input type="checkbox"/> |                  |                          |

16.- ¿Qué puntos son importantes para considerar elegir una institución educativa?

- |                                |                          |                              |                          |
|--------------------------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------|
| -Servicio educativo de calidad | <input type="checkbox"/> | -Disciplina                  | <input type="checkbox"/> |
| -Ubicación/Distancia           | <input type="checkbox"/> | -Precio de matrícula/pensión | <input type="checkbox"/> |
| -Instalaciones                 | <input type="checkbox"/> | -Ambiente                    | <input type="checkbox"/> |
| -Recomendaciones/Comentarios   | <input type="checkbox"/> | -Calidad de los docentes     | <input type="checkbox"/> |

17.- Si tuviera que elegir una institución ¿Cuál de las siguientes elegiría?

- |                              |                          |                               |                          |
|------------------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| -Unidad Educativa Licenciado |                          | -Escuela Galapaguitos 2046    | <input type="checkbox"/> |
| Telmo Marquina               | <input type="checkbox"/> | -Escuela de E.G.B Luz y Saber | <input type="checkbox"/> |

-Escuela de E.G.B Alfredo  
Barandearan Samaniego

-Escuela de E.G.B Miguel Febres  
Cordero

-Escuela de E.G.B Ciudad de  
Latacunga

-Escuela de E.G.B 1ero de Junio

## ANEXO 2 ENCUESTA PARA ESTUDIANTES



Universidad de Guayaquil

Facultad de Ciencias Administrativas



Carrera de Ingeniería en Marketing y negociación Comercial

Edad:.....

Sexo: Hombre..... Mujer.....

Estimado estudiante, la presente es una encuesta, de carácter anónima, que servirá para la elaboración de un Plan de Marketing para el mejoramiento de la imagen institucional de la Escuela de Educación General Básica Miguel Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil. Sírvase llenarla con honestidad.

1.- ¿Con qué nombre conoce usted a la institución educativa?

-Escuela Particular Lirios de Luz       -Escuela de Educación General Básica   
Miguel Febres Cordero

2.- Tomando en consideración que es estudiante de la institución. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio educativo que brinda la institución?

-Excelente       -Regular   
-Muy Buena       -Malo   
-Buena

3.- ¿Considera que la institución cuenta con docentes capaces?

-Totalmente de acuerdo  -En desacuerdo

-De acuerdo  -Totalmente en desacuerdo

4.- ¿Cómo calificaría la calidad de los docentes?

-Excelente  -Regular

-Muy buena  -Malo

-Buena

5.- ¿Cuántos hermanos/as menores de 13 años tienen?

0 - 3

4 - 6

6.- Si tuviera que elegir una institución ¿Cuál de las siguientes elegiría?

-Unidad Educativa Licenciado  -Escuela de E.G.B Ciudad de

Telmo Marquina  Latacunga

-Escuela Galapaguitos 2046  -Escuela de E.G.B Miguel Febres

-Escuela de E.G.B Luz y Saber  Cordero

-Escuela de E.G.B Alfredo  -Escuela de E.G.B 1ero de Junio

Barandearan Samaniego

7.- Con cuál de los siguientes servicios quisieras que cuente la institución educativa

-Canchas

-Auditorio

-Laboratorios

-Comedor

# ANEXO 3 RED SOCIAL DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL

## BASICA MIGUEL FEBRES CORDERO

This screenshot shows the top portion of a Facebook profile page. At the top left is the Facebook logo and a 'Registrarte' button. On the right, there are fields for 'Correo electrónico o teléfono' and 'Contraseña', with a 'Iniciar sesión' button and a link for '¿Olvidaste tu contraseña?'. Below the login area is a 'Crear página' button and a 'Reciente' dropdown menu with years from 2015 to 2005. The main profile picture shows a group of children in a classroom. To the left of the picture is a circular profile picture of Miguel Febres Cordero. Below the main picture is the name 'U E C Lirios De Luz' and the word 'Educación'. Navigation tabs for 'Biografía', 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', and 'Videos' are visible. A message prompts the user to log in or register to see the most recent information. Below this, the 'PERSONAS' section shows '444 Me gusta'. The 'INFORMACIÓN' section is partially visible.

This screenshot shows the lower portion of the Facebook profile page. It features the same 'Log in' and 'Sign Up' buttons. The 'PERSONAS' section shows '444 Me gusta'. The 'INFORMACIÓN' section displays a phone number '2 606848' and a website URL 'http://www.facebook.com/uecliriosdeluz'. The 'FOTOS' section shows a grid of images, including a group photo and several 'LOS REYES MAGOS' posters. The 'VIDEOS' section is partially visible. The main content area shows a post from 'U E C Lirios De Luz' dated '24 de octubre a las 10:07', which is the same group photo seen in the first screenshot. Below the post are 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir' options. A list of comments is shown, starting with 'A Elvis Escobar Romero, Melany JC Manzo, Ivan Castro Bsc y 23 personas más les gusta esto.' and 'Ver 2 comentarios más'. Two comments are visible: one from 'Milkybar Milkyway' and another from 'Brianitha Lopez'.

ANEXO 4 LOGO DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA

MIGUEL FEBRES CORDERO



ANEXO 5 MODELO DE CAMISA PROMOCIONAL DE LA ESCUELA DE  
EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO



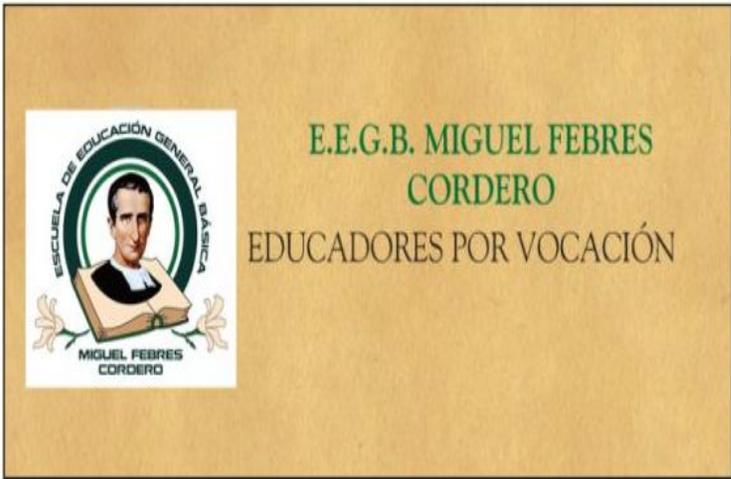
ANEXO 6 MODELO DE GORRA PROMOCIONAL DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO



ANEXO 7 MODELO DE STICKER PROMOCIONAL DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO



ANEXO 8 MODELO DE BOLÍGRAFO PROMOCIONAL DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO

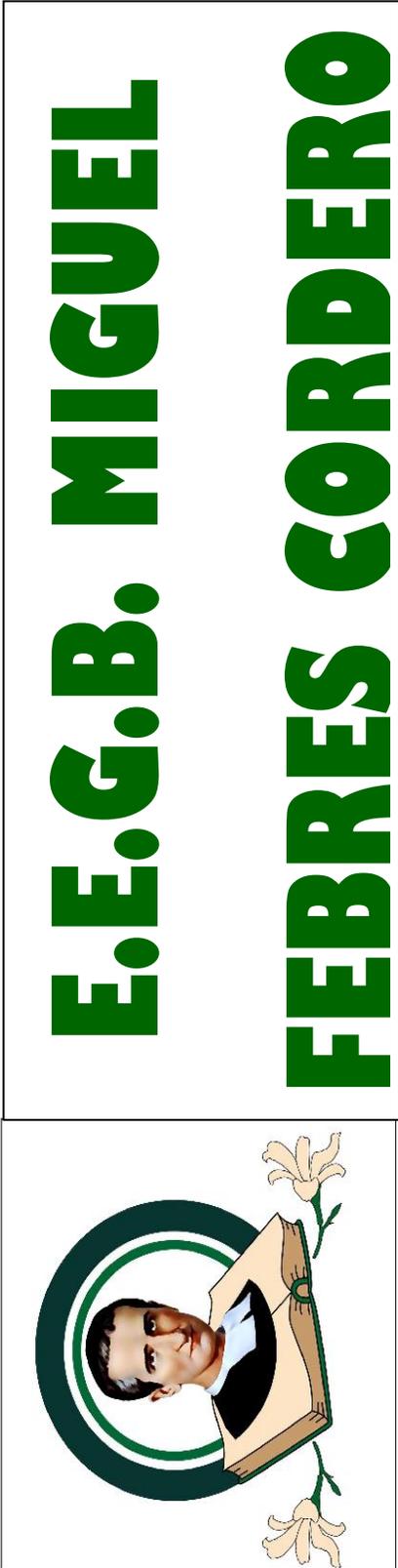


ANEXO 9 MODELO DE JARRA PROMOCIONAL DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO

**MIGUELINO  
DE  
CORAZÓN**



ANEXO 10 MODELO DE STICKER PARA VEHÍCULOS PROMOCIONAL DE  
LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES  
CORDERO



# ANEXO 11 MODELO DE TRIPTICO PARA LA ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO

## ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO

### Educadores por vocación.

Coop. Pobladores sin Tierra Mz. 7 Sl.7  
Coop. Guayas y Quil 1 Mz:  
3344(diagonal a la Iglesia Sto. Hno.  
Miguel)

Telf.: 2 606848 Cel.: 093096953  
Guayaquil-Ecuador

### ENCUENTRENOS EN FACEBOOK

<http://www.facebook.com/e.e.g.b.mi>  
guelfebrescordero



### ESCUELA DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA MIGUEL FEBRES CORDERO

Coop. Pobladores sin Tierra Mz. 7 Sl.7  
Coop. Guayas y Quil 1 Mz: 3344(diagonal a la  
Iglesia Sto. Hno. Miguel)  
Telf.: 2 606848 Cel.: 093096953

GUAYAQUIL-ECUADOR



### NIVELES

Educación inicial: 3 a 5 años  
Educación general Básica: 1ero a 10mo

### NUESTROS OBJETIVOS

- Desarrollar de forma positiva las aptitudes y actitudes de los estudiantes.
- Formar personas responsables y comprometidas con la sociedad.



### OFRECEMOS

- Descuentos a los padres, madres de familia y/o representantes que tienen más de 2 hijos en el plantel.
- Descuento en matrícula a los padres, madres de familia y/o representantes que traen referidos a la institución.

### ACTIVIDADES

- Casa abierta: Noviembre
- Olimpiadas: Octubre
- Participación en eventos comunitarios, campañas sociales, entre otras.



### INFORMACION ECONOMICA

#### MATRICULA

INICIAL: \$13.64

G.B: \$11.82

#### PENSION

INICIAL: \$21.83

G.B: \$18.92

FORMAS DE PAGO A CONVENIR  
SEGUN SUS NECESIDADES

**PORQUE SU HIJO LO  
MERECE**

**¡¡RESERVE SU CUPO  
YA!!**