

Estudio de mercadeo y financiero de La Fundación Real Colegio San Francisco De Asís



Eylin Tatiana Galindez Mellizo

Coautor:

Viviana Alexandra Nieves Gómez

Fundación Universitaria de Popayán

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Contaduría pública

2018

Estudio de mercadeo y financiero de La Fundación Real Colegio San Francisco De Asís

Trabajo de grado modalidad pasantía para optar a título de contador publico

Asesor: Norman Caldón

Especialista en finanzas



Eylin Tatiana Galindez Mellizo

Coautor:

Viviana Alexandra Nieves Gómez

Fundación Universitaria de Popayán

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Contaduría pública

2018

### **Dedicatoria**

A Dios por brindarme su bondad infinita e iluminarme en cada paso de ese arduo proceso.

A mis padres por su sacrificio y esfuerzo, por transmitirme siempre las ganas de superación, por haber inculcado en mi los principios y valores para enfrentar los retos y dificultades de la vida, por creer en mis capacidades y contribuir en hacer realidad cada uno de mis sueños.

A mi amado sobrino Emmanuel por ser mi motivación e inspiración para ser mejor persona cada día y a mi hermana Maira Liseth por sus palabras de aliento que no me dejaban decaer para que siguiera siempre constante en mis propósitos.

A mi novio por ser esa persona que me brindó su apoyo incondicional, su amor y comprensión.

A mis compañeros y amigos por permitirme aprender cada día de ellos.

## **Agradecimientos**

Quiero expresar un especial agradecimiento a los funcionarios del Real Colegio San Francisco de Asís quienes me ofrecieron su colaboración y me brindaron su tiempo durante la realización del presente trabajo.

Al profesor Esp. Norman Caldón Quira, por sus aportes y consejos, los cuales fueron pieza clave durante el inicio, desarrollo y la conclusión del presente proyecto.

## Tabla de contenido

Introducción .....	1
1. Diagnostico organizacional.....	2
1.1 Descripción y análisis de la situación actual .....	2
2. Descripción del problema .....	4
2.1 Planteamiento del problema .....	4
2.2 Formulación del problema.....	5
3. Objetivos de la pasantía .....	6
3.1 Objetivo general .....	6
3.2 Objetivos específicos.....	6
4. Justificación .....	7
5. Metodología .....	8
6. Capítulo 1. Informe de caracterización empresarial .....	9
6.1 Análisis de la información.....	9
6.1.1 Diagnostico estratégico.....	9
6.2 Caracterización .....	9
6.3 Filosofía organizacional .....	11
6.3.1 Misión.....	11
6.4 Objetivos organizacionales.....	11

6.4.1	Objetivos institucionales .....	11
6.5	Estructura organizacional .....	12
6.6	Etapas de solvencia e insolvencia de la institución .....	13
6.7	Características de la empresa .....	14
7.	Capítulo 2. Estudio de Mercadeo .....	21
7.1	Marco referencial de la investigación.....	21
7.1.1	Marco conceptual .....	21
7.1.2	Mercado .....	21
7.1.3	Marketing.....	21
7.1.4	Planeación estratégica.....	22
7.1.5	Segmentación del mercado .....	22
7.1.6	Posicionamiento en el mercado .....	22
7.1.7	Oferta de marketing .....	22
7.1.8	Mezcla de marketing.....	23
7.1.9	Estrategia de marketing: .....	23
7.1.11	Valor y satisfacción del cliente .....	23
7.1.12	Control de marketing .....	24
7.1.13	Canales de distribución.....	24
7.1.14	Cambios geográficos de la población .....	24
7.1.15	Microentorno.....	24

7.1.16	Macroentorno .....	24
7.1.17	Entorno económico .....	24
7.1.18	Servicio .....	25
7.1.19	Etapa de Introducción .....	25
7.1.20	Precio .....	25
7.1.21	Fijación de precios para penetrar en el mercado.....	25
7.1.22	Fijación de precios para capturar el nivel más alto del mercado .....	25
7.1.23	Mezcla de Promoción .....	25
7.1.24	Publicidad .....	26
7.1.25	Educación.....	26
7.1.26	Institución educativa .....	26
7.2	Análisis demográfico de la zona.....	26
7.2.1	Definición de tamaño de la muestra para encuestas y entrevistas .....	29
7.3	Análisis al sector al que pertenece .....	34
<input type="checkbox"/>	Competencia actual.....	34
<input type="checkbox"/>	Colegio Gabriela Mistral .....	34
<input type="checkbox"/>	Colegio Bicentenario.....	34
<input type="checkbox"/>	Comercial del Norte.....	34
7.3.1	Diagrama de análisis .....	44

7.4	Herramientas de marketing que permitan incrementar los ingresos en la organización	50
7.5	Estrategias de mercadeo Real Colegio San Francisco de Asís .....	50
7.5.1	Estrategias de penetración.....	51
7.5.2.	Estrategia de marketing digital .....	51
7.5.3	Estrategias de neuromarketing .....	51
7.5.4	Estrategia para posicionarse en el mercado.....	52
8.	Capítulo 3. Estudio Financiero.....	53
8.1	Plan financiero de las estrategias.....	53
8.2	Análisis horizontal y vertical .....	58
8.2.1	Análisis del activo.....	68
8.2.1.2	<i>Comportamiento del activo no corriente.</i> .....	69
8.3.1	Análisis del pasivo .....	70
8.3.2	Estado de excedentes o pérdidas.....	71
8.3.2.1	<i>Comportamiento ingresos.</i> .....	71
8.3.2.2	Comportamiento de los costos y gastos .....	71
8.4	Razones o indicadores financieros .....	72
8.4.1	Liquidez.....	72
8.4.2	Endeudamiento.....	73
8	Recomendaciones financieras.....	74



9	Conclusiones.....	76
10	Bibliografía .....	78

### Índice de tablas

Tabla 1.	Definición de tamaño de la muestra para encuestas y entrevistas .....	29
Tabla 2.	Ficha técnica de encuestas .....	31
Tabla 3.	Ficha técnica de entrevistas.....	31
Tabla 4.	Ficha técnica para encuestas .....	32
Tabla 5.	Cuadro de padres.....	38
Tabla 6.	Matriz DOFA Real Colegio San Francisco de Asís.....	41
Tabla 7.	Cruces variables matriz DOFA .....	42
Tabla 8.	Presupuesto primer año de inversiones de las estrategias propuestas.....	53
Tabla 9.	Estado de Resultados aplicando proyecto de estrategias .....	54
Tabla 10.	Flujo Económico aplicando el proyecto.....	55
Tabla 11.	Estado de Resultados sin aplicar proyecto de estrategias .....	55
Tabla 12.	Evaluación financiera.....	56
Tabla 13.	Estado de la situación financiera Fundación Real Colegio San Francisco de Asís .....	58
Tabla 14.	Balance General Fundación Real Colegio San Francisco de Asís .....	62
Tabla 15.	Calculo Análisis Vertical y Horizontal .....	64
Tabla 16.	calculo análisis vertical y horizontal estado de resultados.....	65

## Índice de Gráficas

Gráfica 1. Estructura organizacional .....	13
Gráfica 2. Etapas de solvencia e insolvencia del Real Colegio San Francisco de Asís .....	14
Gráfica 3. Mapa de procesos .....	16
Gráfica 4. Balance General Fundación Real Colegio San Francisco de Asís de Popayán .....	17
Gráfica 5. Estado de Resultados Fundación Colegio San Francisco de Asís de Popayán .....	19
Gráfica 6. Posición estratégica de la empresa frente a la competencia .....	33
Gráfica 7. Servicios atractivos al público en la organización .....	35
Gráfica 8. Servicios atractivos al público en la organización .....	37
Gráfica 9. Diagrama de Ishikawa (espina de pescado) .....	44

## Índice de imágenes

imagen 1. Sector El Chamizal, Se logra apreciar El Real Colegio San Francisco De Asís .....	27
Imagen 2. Sector Llanos De Calibio, Contiguo al Real Colegio San Francisco De Asís .....	28
Imagen 3. Conjunto residencial Habitanya- parte trasera de la institución.....	28
Imagen 4. Portal web.....	47

## Índice de anexos

Anexo A. Plan de trabajo establecido .....	80
Anexo B. Encuesta-satisfacción a padres de familia –cuadro.....	81
Anexo C. Entrevistas a docentes de la institución educativa .....	99
Anexo D. Encuestas externas .....	116
Anexo E. Análisis de encuestas y gráficos.....	119

## **Introducción**

La continua evolución de los mercados hoy en día requiere que las empresas sean más competitivas y generar un valor agregado adicional que marque la diferencia, por lo que se debe aplicar el uso de distintas herramientas gerenciales que permitan tomar decisiones acertadas que beneficien a la empresa y a los clientes.

El sector educativo no es ajeno a esta tendencia, para el caso de la educación media las familias buscan una educación de calidad para sus hijos y las instituciones educativas deben garantizar esos requerimientos, aunque para las instituciones educativas llenar las aulas de estudiantes se ha convertido en uno de los grandes objetivos por lo que se deben implementar estrategias que fidelicen y atraigan a las familias, y adicional ofrecer una educación de calidad para convertirse en la mejor opción como enseñanza educativa.

La realización de este plan de marketing, surge de la necesidad de poder mejorar el posicionamiento del colegio y la de atraer e incrementar el número de estudiantes que se ha visto afectado con otras ofertas educativas, además de demostrar que se cuenta con los recursos y el personal humano idóneo para brindar una educación de calidad.

Se realizará inicialmente un análisis de la situación actual del Colegio, lo que brindará los elementos necesarios, realizar un diagnóstico a nivel interno y externo y poder establecer unas estrategias de mercadeo adecuadas que le permitan incrementar su número de matrículas y por ende posicionarse como uno de los Colegios líderes de la ciudad de Popayán.

## **1. Diagnostico organizacional**

### **1.1 Descripción y análisis de la situación actual**

El Real Colegio San Francisco de Asís es una institución dedicada plenamente en la formación de los estudiantes en las diferentes disciplinas; a través de la exposición, estudio y evaluación de conocimiento, además de la implementación de actividades deportivas y artísticas como complemento clave para la formación académica; desde sus inicios ha contado con el conocimiento, capacitación y control del personal educativo, de igual manera ha tenido la oportunidad de gestionar y mejorar las instalaciones en pro de una constante mejora.

Su proyección se conduce a ser una institución sólida y competitiva en el mercado educativo a nivel municipal en las diferentes disciplinas establecidas dentro de la institución, igualmente ser líder en el origen de servicios adicionales fortaleciendo el comportamiento y el sentido de pertenencia de los estudiantes, colaboradores y asociados, teniendo en cuenta que con el plan de marketing favorecerá la institución para incorporación de estudiantes y docentes; lo que generara una institución estable y competitiva adquiriendo de esta manera un buen posicionamiento en el mercado educativo en la ciudad de Popayán.

Actualmente el Real colegio San Francisco de Asís, se encuentra en una dificultad debido al traslado de sus instalaciones a la variante norte que la han afectado de manera económica debido a la reducción de estudiantes. Es evidente que sus matrículas han disminuido notablemente, sin embargo, la inversión realizada en obtener instalaciones propias son una ventaja que se verá reflejada a largo plazo para la institución debido a que la población de la ciudad está creciendo de manera progresiva hacia la zona norte de Popayán, es decir, hay mayor oportunidad para satisfacer la necesidad de los servicios educativos en sus alrededores, este hecho, generará un

mayor reconocimiento y posicionamiento en el mercado. De esta manera se desea establecer un plan de marketing que garantice un crecimiento constante frente a la competencia.

## **2. Descripción del problema**

### **2.1 Planteamiento del problema**

A través del tiempo la educación ha contribuido con el desarrollo económico y social de las personas, es por tal motivo que su mejoramiento debe ser continuo con el propósito de fortalecer la cimentación de una nueva sociedad, la cual busca formar estudiantes con capacidades intelectuales que les permitan proponerse un nivel de exigencia educativa que sobrepase sus límites, para ello es necesario que toda institución educativa cuente con el personal idóneo y que sea de gran ayuda para la formación y adquisición de conocimiento de los estudiantes permitiéndoles el perfeccionamiento de sus competencias día a día.

Ubicándose en la ciudad de Popayán, más exactamente en el Real Colegio San Francisco De Asís, una de las entidades con más trayectoria al servicio de la comunidad payanesa y donde actualmente se vive una problemática debido a la reducción de estudiantes matriculados hoy por hoy, se ha buscado a través del presente trabajo ofrecer alternativas que le permitan al colegio aumentar en gran medida su número de estudiantes.

De acuerdo con las evidencias se pudo constatar que las disminuciones económicas fueron ocasionadas en gran proporción por el traslado inesperado de la institución de la zona centro a la variante norte donde posee instalaciones propias, este hecho ocasionó el difícil acceso por parte de muchos de sus estudiantes hasta su nueva ubicación generando así el retiro involuntario de los mismos. Actualmente, la institución presenta dificultades debido a una deuda que no ha sido saldada y que está generando falta de inversión en los servicios ofrecidos por la organización

Por medio de la actual propuesta se pretende realizar un estudio de mercado y financiero a fin de identificar las posibles causas que afectan la rentabilidad de la institución y posteriormente



diseñar un plan de marketing, a partir del cual esta entidad logre posicionarse nuevamente frente a la competencia a través de estrategias de mercadeo que sean posibles ejecutar sin un nivel muy alto en sus costos.

## **2.2 Formulación del problema**

¿Cuáles deben ser las estrategias de mercadeo y financieras que le permitan al Real Colegio San Francisco De Asís incrementar el número de matrículas en los próximos 10 años?

### **3. Objetivos de la pasantía**

#### **3.1 Objetivo general**

Realizar estudio de mercado y financiero al Real Colegio San Francisco de Asís con el fin de adelantar un diagnóstico de su situación actual y plantear recomendaciones a partir de las cuales mejore su posicionamiento frente a la competencia.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- ❖ Elaborar un informe de la empresa objeto de estudio, determinando factores clave de mejoramiento.
- ❖ Diseñar un plan de marketing con el fin de ayudar al posicionamiento de la empresa.
- ❖ Realizar una perspectiva financiera de la empresa (Real Colegio San Francisco de Asís) con el fin de adelantar un diagnóstico de su situación actual, plantear recomendaciones y proyectar sus rendimientos en un horizonte de 10 años.

#### 4. Justificación

El plan de marketing parte de la necesidad que tiene el Real Colegio San Francisco de Asís por establecer un plan de mercadeo idóneo que le permita garantizar un mayor posicionamiento y participación en el mercado al que se dirige, es decir, que le permita aumentar las matrículas de nuevos estudiantes; por lo tanto se llevara a cabo inicialmente la identificación de sus oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas, las cuales son parte importante de la investigación para ejecutar acciones de mejoramiento teniendo en cuenta elementos de nivel interno o externo que la afectan.

El Real Colegio San Francisco de Asís es una institución educativa privada que tiene como objetivo formar al estudiante en su parte humana, en la madurez integral de sus procesos, basado en los principios y valores institucionales, para que pueda construir el conocimiento, y logre transformar la realidad sociocultural dando soluciones a las situaciones polémicas desde la innovación educativa, por lo tanto es importante llevar a cabo un análisis interno y externo para identificar la situación actual que nos brindaran los elementos necesarios y de esta manera poder formular estrategias de marketing adecuadas; que garanticen la satisfacción y cumplimiento de las expectativas de sus clientes, sin perder el rumbo de sus objetivos y metas propuestas en sus objetivos institucionales (Real Colegio San Francisco de Asís de Popayán, 2018).

En los aspectos económico, esta práctica permitirá realizar un análisis financiero para determinar el desempeño de la institución a fin de que la administración pueda plantear estrategias de posicionamiento; el desarrollo del presente trabajo permitirá a la institución conocer la importancia de un estudio de mercado para, con base en ello, crear continuamente estrategias de competitividad y actualización; así mismo me ayudará a poner en práctica aspectos relevantes aprendidos durante la carrera y que enriquezcan en gran medida mi vida profesional.

## 5. Metodología

Esta metodología se desarrolló mediante la obtención de información asociada a dos mecanismos de investigación: cualitativo y cuantitativo. El método cualitativo se aplicó en gran medida a través de las entrevistas realizadas a los colaboradores de la institución a partir de las cuales se pudiera generar información valiosa que permitieran obtener herramientas que hicieran posible el planteamiento de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con las que cuenta el colegio actualmente y a futuro, por otra parte el método cuantitativo se desarrolló mediante el levantamiento de encuestas aplicadas en el sector con el fin de analizar de manera general las opiniones de los habitantes de partes aledañas al colegio, así mismo se realizaron preguntas a padres de familia con el objetivo de establecer su nivel de satisfacción al recibir los servicios prestados por la entidad y en esta medida obtener datos valiosos que permitieran que la investigación que se está realizando se adapte a las necesidades presentadas en la institución generando así pautas para la toma de decisiones y mejoras que se realizaran a futuro.

## **6. Capítulo 1. Informe de caracterización empresarial**

### **6.1 Análisis de la información**

#### **6.1.1 Diagnostico estratégico**

- **Presentación de la empresa**

El Real colegio san Francisco de Asís es una institución caucana que ofrece a la ciudad de Popayán el servicio de educación básica en la distribución de líneas por etapas como: preescolar, primaria y secundaria; está ubicada en la Carrera 22 N°. 55N – 110 sector el Chamizal, Variante Norte.

La institución educativa está enfocada al fortalecimiento de conocimientos en las diferentes filosofías, además de la formación en el sentido de pertenencia para las buenas prácticas ciudadanas, actualmente el colegio maneja un mayor número de estudiantes en los grados de secundaria, debido a que la institución se destaca por su excelente trayectoria en preparación de pruebas de estado permitiendo a sus estudiantes una mayor probabilidad de admisión a grandes universidades.

Actualmente la institución sostiene un buen nivel académico; hecho que le ha permitido continuar en el mercado, sin embargo, en la actualidad sus finanzas no son las mejores debido a diferentes problemáticas que se darán a conocer en el desarrollo de la presente investigación y a las cuales se buscará dar solución a través de las estrategias propuestas.

### **6.2 Caracterización**

El Real Colegio San Francisco de Asís en su legado histórico tiene referencias muy antiguas las que fueron acontecimientos claves para la fundación de esta gran institución; pero hay que destacar que la institución nace en el año 1869 donde aún se consideraba un colegio seminario,

tiempo después en el año 1881 gracias a La excelentísima gestión de los señores Crespo y González Arbeláez, lograron el traslado del seminario Mayor al histórico sitio de Campamento, consiguiendo así separar el seminario del colegio; de esta manera se puso el colegio bajo la advocación de Nuestra Señora del Pilar, que es la continuación del antiguo colegio seminario, cuya labor docente terminó en 1954.

El 26 de junio de 1961 el doctor Víctor Chaux Villamil en reunión de la “Confraternidad de ex-alumnos” propone a los miembros de la mencionada asociación, la restauración del antiguo y glorioso “Colegio Seminario” de Popayán, mediante la creación de un colegio distinto de la mayoría de los existentes, donde se proporcionaría a sus alumnos una, educación que incluyera la formación moral y religiosa del educando.

El doctor Antonio José Lemos Guzmán, en su carácter de representante legal de la Sociedad Restauradora del Real Colegio San Francisco de Asís, con Personería Jurídica número 587 del 30 de Noviembre de 1962 y el presbítero Eduardo Arboleda Valencia, en representación de la comunidad Vicentina (Lazaristas), firmaron el 5 y 15 de Abril de 1963 un contrato en el cual la Sociedad Restauradora confía a la congregación de la Misión la dirección moral, pedagógica y docente del Real Colegio San Francisco de Asís de Popayán. El día 13 de diciembre de 1980 se designa como rector al licenciado Edelberto Cancelado Beltrán a partir del 1 de febrero de 1981. Bajo su dirección, se gesta la sección de primaria en 1981 y el preescolar en 1985.

En su interés por optimizar los procesos formativos, impulsa la creación de la Sala de Sistemas y propone la implementación de actividades deportivas y artísticas como complemento de la formación académica. Estas reformas generan grandes expectativas en la comunidad payanesa, acrecentando la población estudiantil de la institución, el prestigio que el colegio ha alcanzado bajo su orientación, se fundamenta en diferentes reconocimientos de orden académico, cultural y deportivo; Durante esta administración se logró, con el apoyo de la Junta Directiva, realizar el

sueño aplazado durante tanto tiempo, de tener sede propia, de esta forma el colegio continúa brindando excelencia educativa en forma integral.

### **6.3 Filosofía organizacional**

#### **6.3.1 Misión**

El Real Colegio San Francisco de Asís es una institución educativa privada que ofrece educación preescolar, básica y media vocacional, comprometida en la formación integral del ser humano dentro de la doctrina y prácticas del cristianismo; forma personas auténticas, libres, autónomas y trascendentes que le permita continuar su proceso de formación humana y profesional.

El Real Colegio San Francisco de Asís considerado uno de los colegios más importantes de la ciudad de Popayán, por su trabajo en pastoral y en los aspectos académicos, artísticos, deportivos y de convivencia; aspira a consolidarse como un colegio de excelencia, pertinente, innovador, eficiente y competitivo con proyección social a nivel nacional.

### **6.4 Objetivos organizacionales**

#### **6.4.1 Objetivos institucionales**

##### **Objetivo General**

Formar al estudiante franciscano en su parte humana, y en la madurez integral de sus procesos, basado en los principios y valores institucionales, para que pueda construir el conocimiento, y logre transformar la realidad sociocultural dando soluciones a las situaciones polémicas desde la innovación educativa.

##### **Objetivos Específicos**

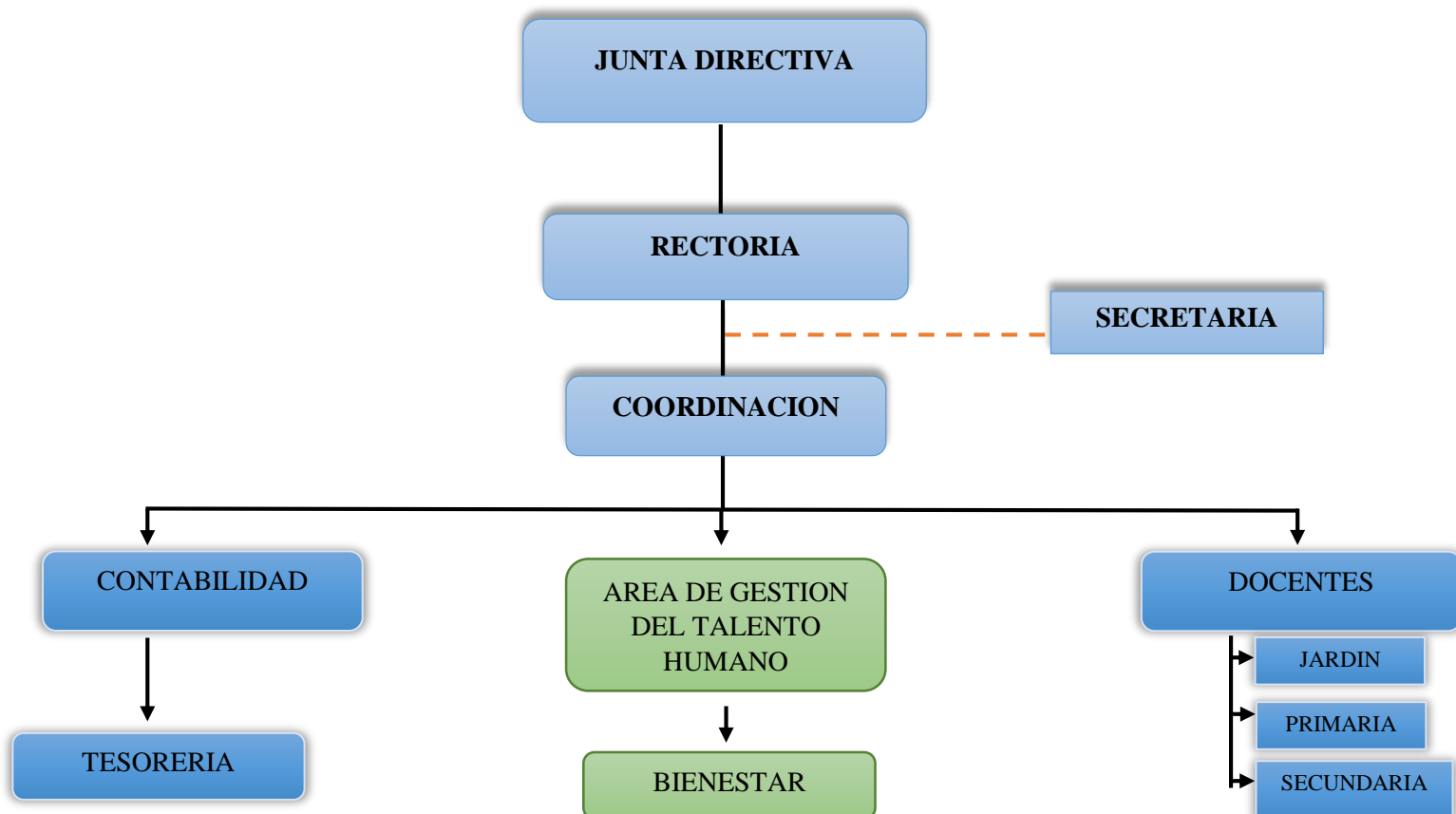
- Promover la sana convivencia y la acción pastoral con el fin de fortalecer la comunidad.
- Cualificar los procesos de comprensión lectora para potenciar los aprendizajes.

- Generar espacios que conduzcan a descubrir una opción de vida y liderazgo.
- Desarrollar hábitos de crítica y autocrítica para mejorar la convivencia.
- Propiciar la apertura de una educación acorde con el cambio globalizante del mundo actual.
- Despertar el espíritu investigativo llevándolo a la praxis.
- Generar ambientes de comunicación entre los miembros de la comunidad.

### **6.5 Estructura organizacional**

La estructura organizacional que se verá a continuación se realizó como parte del presente trabajo ya que la institución actualmente no cuenta con una establecida. Su diseño está basado en organigramas de otras instituciones de educación con el fin de seguir los parámetros de funcionamiento en este tipo de establecimientos. así mismo se tomaron como referencia los cargos y áreas existentes actualmente en el colegio a excepción del departamento encargado de la gestión del talento humano, el cual se recomienda se establezca con el fin de optimizar procesos que actualmente se encuentran asumidos por otras dependencias.



**Gráfica 1.** Estructura organizacional

**Fuente:** Elaboración propia

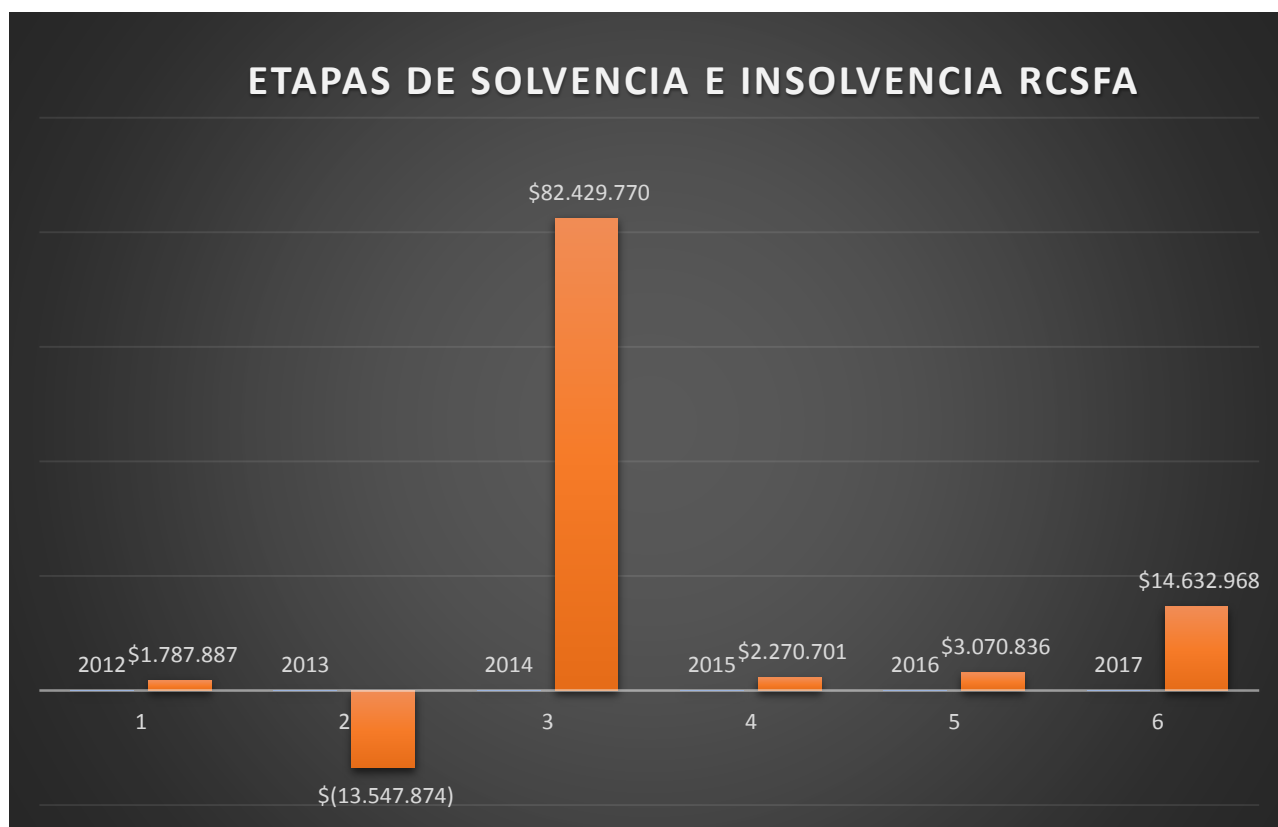
## 6.6 Etapas de solvencia e insolvencia de la institución

Cuando se habla de la educación de calidad en Popayán es indudable no recordar al Real Colegio San Francisco De Asís, esta institución ha sido una de las más acogidas por los payaneses por su gran trayectoria en la ciudad, sin embargo, cabe resaltar que su posicionamiento hoy por hoy frente a otras instituciones pertenecientes al sector educativo no es la mejor debido a dificultades económica que atravesó en algún momento y que aún siguen dejando secuelas financieras en la actualidad. En el siguiente componente se explicará de manera resumida como

esta entidad poco a poco ha ido disminuyendo aquellos pasivos que no permitían su progreso monetario y que hasta el día de hoy se siguen subsanando.

A continuación, se logra evidenciar cuales han sido las utilidades percibidas por el colegio en los periodos de mayor a menor solvencia económica para la institución entre los años 2012 y 2017. (Real Colegio San Francisco de Asís de Popayán, 2018)).

**Gráfica 2.** Etapas de solvencia e insolvencia del Real Colegio San Francisco de Asís



**Fuente:** Elaboración propia

## 6.7 Características de la empresa

- ✓ ¿Cuáles son los servicios que ofrecen a sus clientes?

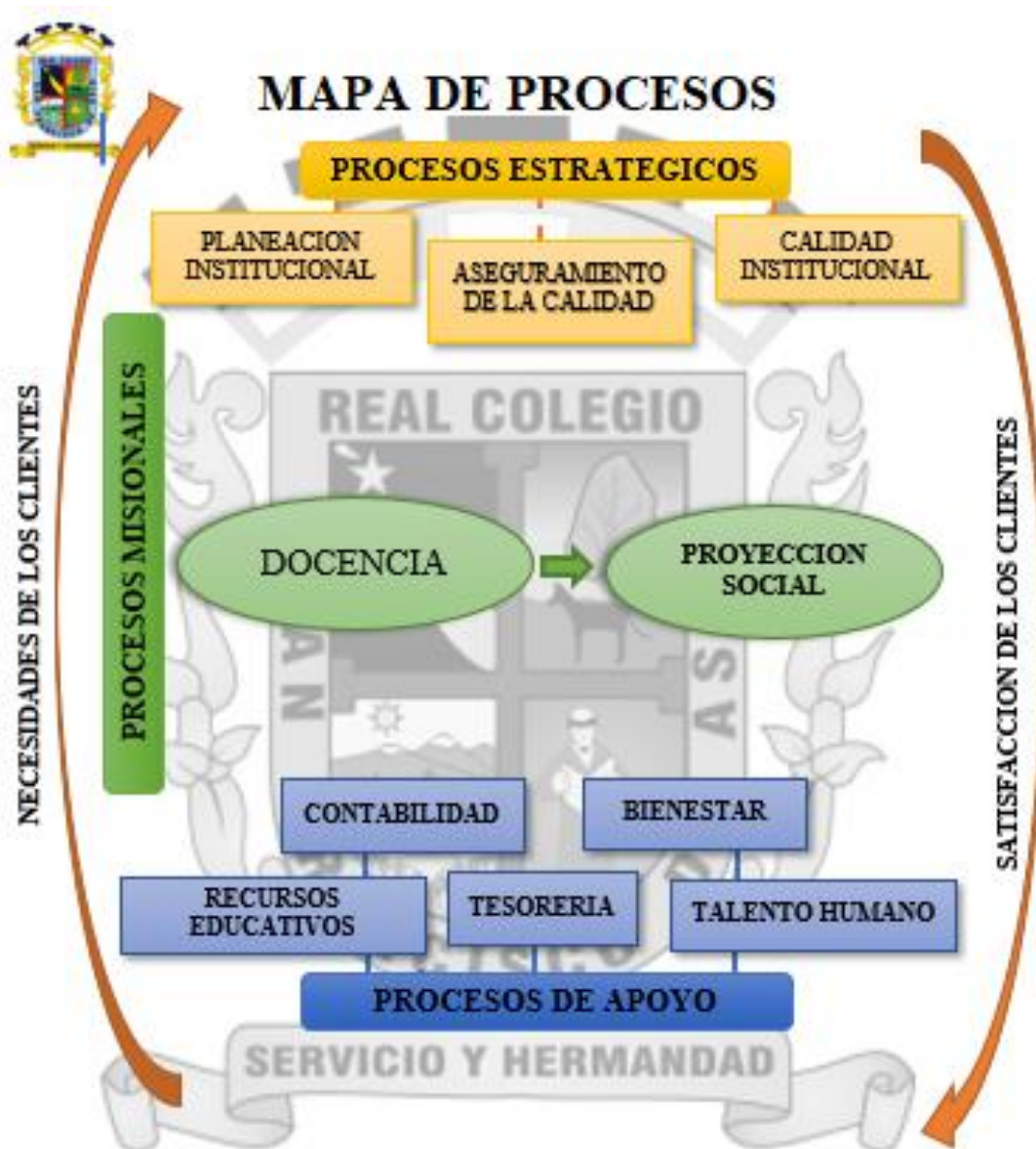
Los servicios que ofrece el Real Colegio San Francisco de Asís a sus clientes son:

- Educación Infantil y Primaria bilingüe en inglés

- Departamento de Orientación
- Convenio con entidades para servicios deportivo. (baloncesto, futbol, futbol sala y voleibol)
- Seguimiento educativo: fortalecimiento en pruebas ICFES y refuerzo en materias.
- Actividades culturales (teatro, dibujo artístico, danzas, artes plásticas, clase de batería y guitarra, banda marcial)
- ✓ ¿Cuentan con un mapa de procesos?

Actualmente el colegio no cuenta con un mapa de procesos establecido, por tal motivo se decidió diseñar uno nuevo basado en otras instituciones de educación donde se consideró que había información muy completa que pudiera servir al colegio en aspectos que quisiera llegar a mejorar.

Gráfica 3. Mapa de procesos



Fuente: Elaboración propia

- ✓ ¿Cuál es su situación financiera actual?

La situación económica del colegio en la actualidad no es la propicia para el desarrollo estratégico de actividades, puesto que en este momento se encuentra pagando deudas resultantes de hechos pasados, es decir, no cuenta con los recursos necesarios para invertir en aquellas características que lo harían más fuerte frente a la competencia.

A continuación, se relacionan los últimos estados financieros publicados en la página de la institución Real colegio San Francisco de Asís, estos corresponden al consolidado del mes de mayo de 2018.

**Gráfica 4.** Balance General Fundación Real Colegio San Francisco de Asís de Popayán

<b>FUNDACION REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASIS DE POPAYAN</b>			
Carrera 22 N No.55 N- 110 Sector el Chamizal, teléfono 8334221			
			Nit 891.580.013-6
<b>BALANCE GENERAL CONSOLIDADO</b>			
<b>31 de mayo de 2018</b>			
<b>ACTIVO</b>			
<b>1100</b>	<b>DISPONIBLE</b>		<b>6,291,116</b>
1105	CAJA	1,113,815	
1110	BANCOS	5,177,300	
1120	CUENTAS DE AHORRO	1	
<b>13</b>	<b>DEUDORES</b>		<b>102,364,131</b>
1305	CLIENTES	68,362,481	
1330	ANTICIPO Y AVANCES	11,210,000	
1355	ANTICIPO DE IMPUESTOS	2,738,350	
1365	CUENTAS X COBRAR A TRABAJADORES	20,053,300	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE			<b>108,655,247</b>
1504	TERRENOS	574,488,000	
1516	CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	2,751,254,950	
1592	DEPRECIACION ACUMULADA	-325,117,511	
TOTAL ACTIVO FIJO			<b>3,000,625,439</b>
TOTAL ACTIVO.			<b>3,109,280,686</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>			
<b>OBLIGACIONES FINANCIERAS</b>			
			<b>194,551,071</b>
2105	BANCOS NACIONALES	36,871,071	
2195	OTRAS OBLIGACIONES	157,680,000	
<b>CUENTAS POR PAGAR</b>			
			<b>128,837,614</b>
2335	COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	112,771,815	
2365	RETENCION EN LA FUENTE	265,946	
2370	RETENCIONES Y APORTES DE NOMINA	9,289,953	
2380	ACREEDORES VARIOS	6,509,900	

OBLIGACIONES LABORALES		10,743,220
2505 SALARIOS POR PAGAR	0	
2510 CESANTIAS CONSOLIDADAS	205,916	
2515 INTERESES SOBRE CESANTIAS	21,242	
2520 PRIMA DE SERVICIOS	199,145	
2525 VACACIONES CONSOLIDADAS	10,316,917	
2532 PENSIONES POR PAGAR	0	
OTROS PASIVOS		9,707,324
2705 INGRESOS RECIBIDOS POR ANTICIPADO	9,707,324	
2810 ANTICIPOS Y DEPOSITOS RECIBIDOS	0	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		343,839,229
PASIVOS ESTIMADOS		51,090,732
PARA OBLIGACIONES LABORALES	51,090,732	
TOTAL PASIVO.		<u>394,929,961</u>
3210 DONACIONES	4,578,200	
3305 RESERVAS OBLIGATORIAS	1,377,326,863	
3505 EXCEDENTES O PERDIDAS PRESENTE EJERCICIO	-951,213	
3510 EXCEDENTES O PERDIDAS EJERCICIOS ANTERIOR	0	
3605 RESULTADOS POR ADOPCION A NIIF	1,333,396,875	
TOTAL PATRIMONIO		<u>2,714,350,725</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<u>3,109,280,686</u>
		0

LUIS GUILLERMO SALAZAR SALAZAR  
Representante Legal c.c. 4.610.533 de Popayán

JOSE DE JESUS ALARCON ALARCON  
Contador Mat 26427 - T

SILVIO MARINO LOPEZ CARRERA  
Revisor Fiscal Mat 28561-T

**Fuente: Pagina Web - Real colegio San Francisco de Asís**

### Gráfica 5. Estado de Resultados Fundación Colegio San Francisco de Asís de Popayán



#### **FUNDACION REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASIS DE POPAYAN**

Carrera 22 N No.55 N- 110 Sector el Chamizal, teléfono 8334221 Nit 891.580.013-6

#### **ESTADO DE EXCEDENTES O PERDIDAS**

**Enero 1 de 2.018 - mayo 31 de 2.018**

<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>482,744,100</b>
INGRESOS ENSEÑANZA	482,744,100	
COSTO DE PRESTACION SERVICIO EDUCATIVO		<b>279,364,891</b>
COSTO DE ENSEÑANZA	279,364,891	
EXCEDENTE BRUTO		<hr/> 203,379,209
<b>GASTOS DE ADMON</b>		<b>194,198,875</b>
GASTOS DE PERSONAL	94,917,352	
HONORARIOS	6,056,000	
IMPUESTOS	17,495,013	
ARRENDAMIENTOS	2,626,416	
CONTRIBUCIONES Y AFILIACIONES	0	
SEGUROS	2,270,000	
SERVICIOS	41,486,473	
GASTOS LEGALES	0	
MANTENIMIENTOY REPARACIONES	6,818,975	
ADECUACION E INSTALACION	0	
GASTOS DEPRECIACION	0	
GASTOS DIVERSOS	22,528,646	

<b>EXCEDENTE O PERDIDA OPERACIONAL</b>		<b>9,180,334</b>
INGRESOS NO OPERACIONALES		8,650,373
FINANCIEROS	2,774,453	
APROVECHAMIENTOS	5,875,920	
EGRESOS NO OPERACIONALES		18,781,920
GASTOS FINANCIEROS	16,683,120	
GASTOS EXTRAORDINARIOS	2,098,800	
IMPUESTO DE RENTA	0	
<b>EXCEDENTE O PERDIDA DEL EJERCICIO</b>		<b>-951,213</b>

LUIS GUILLERMO SALAZAR SALAZAR  
Representante Legal c.c. 4.610.533 de Popayán

JOSE DE JESUS ALARCON ALARCON  
Contador Mat 26427 - T

SILVIO MARINO LOPEZ CARRERA  
Revisor Fiscal Mat 28561-T

**Fuente: Pagina Web- Real colegio San Francisco de Asís.**



## **7. Capítulo 2. Estudio de Mercadeo**

### **7.1 Marco referencial de la investigación**

#### **7.1.1 Marco conceptual**

Para comprensión de la elaboración del documento realizado en el Real Colegio San Francisco de Asís, es fundamental explicar los conceptos que tienen mayor importancia en el Plan de Marketing, para llevar a cabo a través de estos la planificación de estrategias según la problemática que presenta la institución en la actualidad, y transfórmalas en oportunidades:

#### **7.1.2 Mercado**

“Es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 7)

De esta manera podemos identificar las necesidades de los clientes y por lo tanto poder generar nuevos mercados donde podemos transformar aquella necesidad en una oportunidad de negocio para la empresa, sin perder la finalidad de satisfacer y solucionar la necesidad inicial.

#### **7.1.3 Marketing**

“El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando valor con otros.” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 4)

#### **7.1.4 Planeación estratégica**

“Proceso de desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre las metas y las capacidades de la organización, y sus oportunidades de marketing cambiantes.”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 39)

Es un proceso importante para la organización con respecto al establecimiento de sus objetivos, metas ya sean a largo, mediano y corto plazo; para detectar problemáticas futuras y dar soluciones inmediatas mediante el diseño adecuado de estrategias y tácticas que ayuden a cumplir de manera eficiente sus objetivos organizacionales propuestos inicialmente.

#### **7.1.5 Segmentación del mercado**

“Es un grupo de consumidores que responden de manera similar a un conjunto dado de actividades de marketing”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 50)

#### **7.1.6 Posicionamiento en el mercado**

“Hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en la mente de los consumidores meta, en relación con los productos competidores.”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 53)

#### **7.1.7 Oferta de marketing**

“No se limitan a productos físicos. También incluyen servicios, actividades o beneficios que se ofrecen en venta, que son básicamente intangibles y que no derivan en la posesión de algo.” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 5)

Para el cliente a veces no es tan importante la marca o la función del producto o servicio como tal; muchas veces la forma en la atención que se le presta al cliente es más importante ya que ellos hacen parte de la organización y son parte esencial para el funcionamiento de esta;

por lo tanto, se basan en cómo se sientan en un lugar; esto hablara mucho más que una buena publicidad en cualquier medio.

#### **7.1.8 Mezcla de marketing**

“Consiste en todo lo que la empresa es capaz de hacer para influir en la demanda de su producto. Las múltiples posibilidades se clasifican en cuatro grupos de variables conocidas como las “cuatro P”: Producto, precio, plaza y promoción”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 53)

#### **7.1.9 Estrategia de marketing:**

“El arte y la ciencia de elegir mercados meta y diseñar relaciones beneficiosas con ellos.”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 8)

#### **7.1.10 Aplicación del marketing**

“Proceso que convierte las estrategias y los planes de marketing en acciones para alcanzar los objetivos” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 56)

#### **7.1.11 Valor y satisfacción del cliente**

“El valor y la satisfacción del cliente son fundamentales para establecer y administrarlas relaciones con el consumidor” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 6)

El valor y satisfacción se enfoca plenamente en la opinión positiva del cliente ya que este influye en el crecimiento o quiebre de una compañía , es importante aclarar que la parte financiera y productiva de una empresa es valiosa para un buen desarrollo administrativo, pero con respecto a la participación del mercado es fundamental enfocarse en ser una organización con excelentes relaciones interpersonales ya que esto generara un ambiente ameno que obtendrá beneficios en el Good Will; y será una compañía con mucho más valor.

### **7.1.12 Control de marketing**

“Implica evaluar los resultados de las estrategias y los planes de marketing y tomar las medidas correctivas necesarias para asegurar el logro de los objetivos.” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 58)

### **7.1.13 Canales de distribución**

“ayudan a la compañía a promover, vender y distribuir sus bienes a los consumidores finales; incluyen distribuidores, empresas de distribución física, agencias de servicios de marketing e intermediarios financieros” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 71)

### **7.1.14 Cambios geográficos de la población**

“periodo de grandes movimientos migratorios entre los países y al interior de éstos.”  
(Kloter & Armstrong, 2007, pág. 79)

### **7.1.15 Microentorno**

“Fuerzas cercanas a la empresa, que afectan su capacidad para servir a sus clientes: la empresa misma, los proveedores, los canales de distribución, los diferentes tipos de clientes, los competidores y los públicos.” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 70)

### **7.1.16 Macroentorno**

“Fuerzas mayores de la sociedad que influyen en el microentorno: fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 70)

### **7.1.17 Entorno económico**

“Factores que afectan el poder adquisitivo y los patrones de gasto de los consumidores.”  
(Kloter & Armstrong, 2007, pág. 83)

### **7.1.18 Servicio**

“Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y que no tiene como resultado la propiedad de algo.” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 237)

### **7.1.19 Etapa de Introducción**

“Etapa del ciclo de vida de un producto en la que el nuevo producto se distribuye inicialmente y ya puede comprarse.”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 295)

### **7.1.20 Precio**

“Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 309)

### **7.1.21 Fijación de precios para penetrar en el mercado**

“Fijar un precio bajo para un producto nuevo, para atraer a un gran número de compradores y conseguir una importante participación en el mercado.”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 335)

### **7.1.22 Fijación de precios para capturar el nivel más alto del mercado**

“Fijar un precio alto para un producto nuevo, con el fin de obtener ingresos máximos, capa por capa de los segmentos dispuestos a pagar ese precio; la compañía vende menos, pero con un mayor margen.” (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 335)

### **7.1.23 Mezcla de Promoción**

“Combinación de las herramientas específicas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales, y marketing directo que la compañía utiliza para

comunicar de manera persuasiva el valor a los clientes y crear relaciones con ellos”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 363)

#### **7.1.24 Publicidad**

“Cualquier forma pagada de representación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado.”. (Kloter & Armstrong, 2007, pág. 431)

#### **7.1.25 Educación**

“Es la vía por excelencia de la socialización humana, es decir, la vía de su conversión en un ser social.” (Restrepo, 2000, pág. 9)

#### **7.1.26 Institución educativa**

“La organización educativa comprende un aspecto político y un aspecto pedagógico propiamente dicho. Dentro del aspecto político se incluyen la legislación y administración escolares. Con respecto al aspecto pedagógico, se refiere a las cuestiones y elementos de interés puramente técnico-docente.” ( Reales Chacón , Arce Aguirre, & Heredia Gómez, 2008, pág. 326)

### **7.2 Análisis demográfico de la zona**

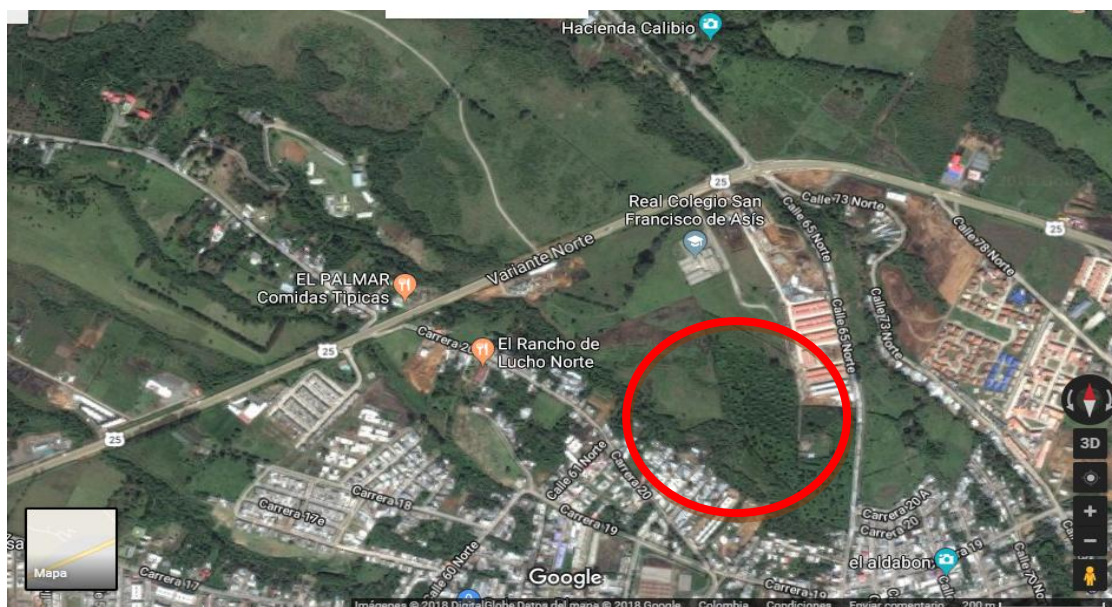
Popayán es la capital del Departamento del Cauca en la República de Colombia, se encuentra a una altitud de 1.738 metros sobre el nivel del mar, msnm, con una temperatura media de 19° C, se localiza a los 2°27' norte y 76°37'18" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. La población estimada es de 270.000 habitantes aproximadamente en su área urbana (Alcaldía Municipal de Popayán, 2018).

La extensión territorial es de 512 km<sup>2</sup>. Debido a que cuenta con una altura de 1.737 msnm (medidos en la plazuela de la iglesia de San Francisco) y muy cerca al Ecuador tiene una temperatura media de 18 ° a 19 °C durante todo el año, alcanzando temperaturas máximas en los

meses de julio, agosto y septiembre en horas del mediodía, hasta 29 °C y mínimas de 10 °C en horas de la madrugada en verano. Demografía. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) con datos procesados del Censo 2005 proyectados a 2016, Popayán tiene 280.107 habitantes, con distribución de población 86% urbana y 14% rural, siendo el 52,6% de sus habitantes de sexo femenino y 47,4% del sexo masculino.

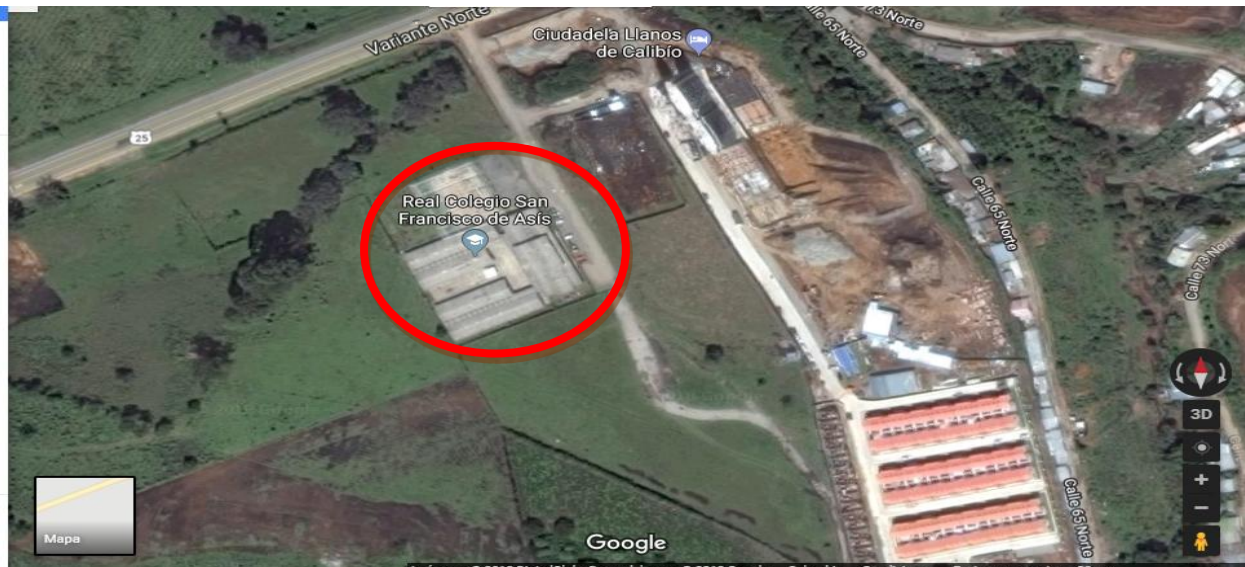
Actualmente **El Real colegio San Francisco de Asís** se encuentra rodeado de gran medida de conjuntos residenciales tales como La Rioja, Llanos De Calibio, Conjunto Cerrado Habitanya y Zonas aledañas como jardines de paz y la Vereda Punta Larga.

**imagen 1. Sector El Chamizal, Se logra apreciar El Real Colegio San Francisco De Asís**



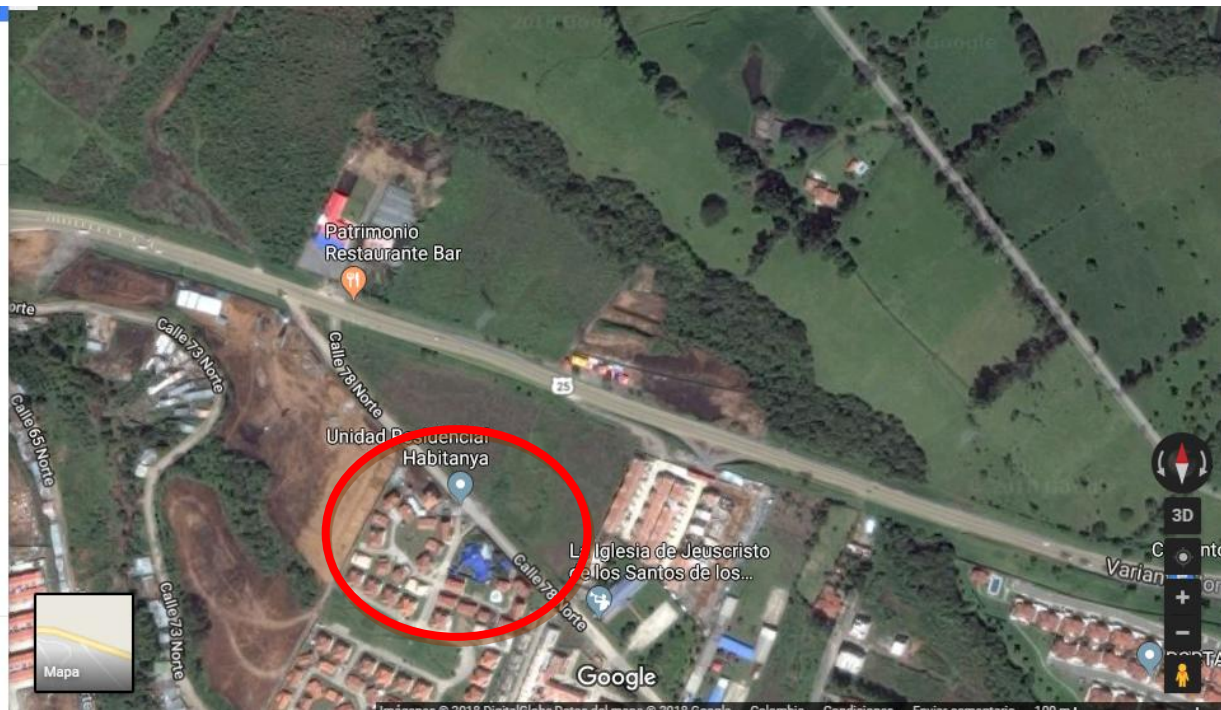
**Fuente: Google Maps – Fotografías del sector**

**Imagen 2.** Sector Llanos De Calibío, Contiguo al Real Colegio San Francisco De Asís



**Fuente:** Google Maps – Fotografías del sector

**Imagen 3.** Conjunto residencial Habitanya- parte trasera de la institución.



**Fuente:** Google Maps – Fotografías del sector



### 7.2.1 Definición de tamaño de la muestra para encuestas y entrevistas

La definición del tamaño de la muestra se encarga de arrojar la cantidad de personas encuestadas y entrevistadas para que se pueda constituir datos representativos dentro de la población estudiada.

**Tabla 1.** Definición de tamaño de la muestra para encuestas y entrevistas

<b>Entrevistas a profesores</b>	<b>Encuestas a padres</b>	<b>Encuestas externas</b>
El tamaño de la muestra para las entrevistas a docentes se definió con base a la cantidad de profesores con que cuenta la institución actualmente. A partir del dato arrojado se entrevistaron a aquellos que tenían mayor antigüedad prestando sus servicios en la institución, por ser ellos quienes conocen de manera cercana las dificultades presentadas años atrás. El documento soporte fue suministrado por la secretaría de la institución, donde se informa que para el presente año lectivo se cuenta con 46 profesores.	El tamaño de la muestra para las encuestas a padres se definió con base a la cantidad de estudiantes que tiene el colegio en la actualidad, este documento fue suministrado por la secretaría del mismo y en el se estipula que para el presente año lectivo la institución cuenta con 600 estudiantes aproximadamente.	Para determinar el tamaño de la muestra para encuestas externas no fue posible definir la cantidad de población a analizar, por tal motivo se aplicó la fórmula para muestra infinita.

**Fuente:** Elaboración propia

## ✓ VARIABLES

n= Muestra

N= Tamaño de la Población

Z= Nivel de Confiabilidad

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de estimación

FORMULA MUESTRA FINITA

$$n = \frac{(N) \cdot Z^2 \cdot (p) \cdot (q)}{[N \cdot e^2] + [Z^2 \cdot (p) \cdot (q)]}$$

FORMULA MUESTRA INFINITA

$$n = \frac{Z^2 \cdot (p) \cdot (1-q)}{[e^2]}$$

## ✓ TAMAÑO DE MUESTRA FINITA - ENTREVISTAS A DOCENTES

n= ¿?                      p=0,5                                      N= 46                                      q= 0,5                                      e= 0.1

$$n = 46 \cdot 1,96 \cdot 1,96 \cdot 0,5 \cdot 0,5 / [(46 \cdot 0,1 \cdot 0,1) + (1,96 \cdot 1,96 \cdot 0,5 \cdot 0,5)]$$

$$n = 44.1784 / 1.4204$$

$$n = 31.1 \cong 31$$

## ✓ TAMAÑO DE MUESTRA FINITA – ENCUESTAS A PADRES DE FAMILIA

n= ¿?                      p=0,5                                      N= 600                                      q= 0,5                                      e= 0.1

$$n = 600 \cdot 1,96 \cdot 1,96 \cdot 0,5 \cdot 0,5 / [(600 \cdot 0,1 \cdot 0,1) + (1,96 \cdot 1,96 \cdot 0,5 \cdot 0,5)]$$

$$n = 576.24 / 6.9604$$

$$n = 82.7 \cong 83$$

✓ TAMAÑO DE MUESTRA INFINITA- POSIBLES CLIENTES POTENCIALES			
$n=?$	$p=0,5$	$q= 0,5$	$e= 0.1$
$n= 1,96 * 1,96 *(0,5) * (1-0,5) / [0,1*0,1]$			
$n= 3.8416*(0,5) *(1-0,5) / [0,1*0,1]$			
$n= 0,9604 / 0,01$			
$n= 96,04 \cong 96$			

**Tabla 2. Ficha técnica de encuestas**

<b>Encuesta muestra finita</b>	
Tipo de investigación	Muestral
Diseño de muestreo	Selección de encuestados por muestreo aleatorio simple
Tamaño de muestra	83 en ciudad de Popayán
Temas a los que se refiere	Satisfacción de servicio educativo
Numera de preguntas	17 preguntas
Técnica de recolección	Encuesta personal

**Fuente: Elaboración Propia**

**Tabla 3. Ficha técnica de entrevistas**

<b>Encuesta muestra finita</b>	
Tipo de investigación	Muestral
Diseño de muestreo	Selección de encuestados por muestreo aleatorio simple
Tamaño de muestra	83 en ciudad de Popayán
Temas a los que se refiere	Satisfacción de servicio educativo
Numera de preguntas	15 preguntas
Técnica de recolección	Encuesta personal

**Fuente : Elaboracion propia.**

**Tabla 4. Ficha técnica para encuestas**

<b>Encuesta muestra finita</b>	
Tipo de investigación	Muestral
Diseño de muestreo	Selección de encuestados por muestreo aleatorio simple
Tamaño de muestra	96 en ciudad de Popayán
Temas a los que se refiere	Satisfacción de servicio educativo
Numera de preguntas	9 preguntas
Técnica de recolección	Encuesta personal

**Fuente : Elaboracion propia.**

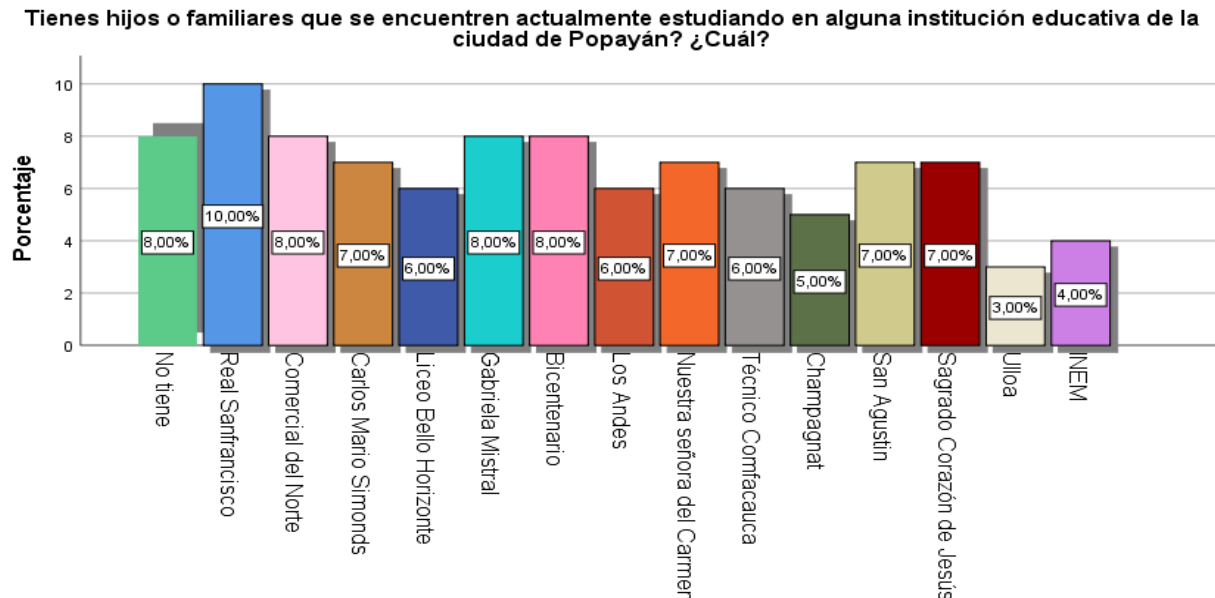
✓ **Resultado de las encuestas**

A partir de la muestra arrojada anteriormente la encuesta externa se realizó a 100 personas del sector (El Chamizal) buscando de esta forma, conocer sus opiniones y determinar cuáles son las necesidades presentadas al elegir una institución educativa.

✓ **La encuesta realizada se puede encontrar en la página n° 116**

- ✓ De acuerdo con la pregunta realizada en la gráfica que se verá a continuación, se buscará dar a conocer cómo se encuentra posicionado el Real Colegio San Francisco De Asís frente a la opinión de la comunidad, es decir, determinar aquellos colegios que se consideran la competencia actual para la empresa objeto de estudio, por este motivo se tomó la decisión de encuestar a personas de que tuvieran hijos o familiares que estén estudiando actualmente.

## Gráfica 6. Posición estratégica de la empresa frente a la competencia



### ✓ Análisis del gráfico

En el gráfico anterior se puede observar la cantidad de colegios que respondieron las personas encuestadas. Puede identificarse que la mayor parte de estos con un 10% corresponden al **Colegio Real San Francisco**, esta información demuestra que en el sector donde se encuentra lidera de forma moderada, sin embargo y teniendo en cuenta que las zonas encuestadas son de gran cercanía a la institución siendo este un factor determinante para que su nivel de matrículas aumentara porcentualmente; no lo es, este hecho es preocupante ya que a lo largo de su historia esta institución ha demostrado gran trayectoria educativa y es indudable que hoy por hoy su decadencia es muy notoria frente a la competencia. Por otra parte, Con 7 y 8 % encontramos a, el Bicentenario, Gabriela Mistral, comercial del Norte, San Agustín, Champagnat, y el sagrado corazón de Jesús. Otro porcentaje representativo, responde que no tienen hijos o familiares en alguna institución educativa a lo cual puede ser porque las personas que dieron esta respuesta se encuentran en edades entre los 18 y 30 años.

Los resultados inferiores a los porcentajes ya mencionados responden a instituciones públicas y privadas de Popayán y se encuentran entre 3 y 6%.

### **7.3 Análisis al sector al que pertenece**

- **Competencia actual**
- **Colegio Gabriela Mistral**
- **Colegio Bicentenario.**
- **Comercial del Norte.**

Como se explicó en el gráfico anterior, frente la opinión de la comunidad estos colegios se consideran la competencia actual del Real Colegio San Francisco de Asís.

#### ➤ **Amenazas de productos sustitutivos**

Para el Real Colegio San Francisco de Asís, se considera una amenaza los servicios adicionales que prestan algunas instituciones en el manejo de clases para el fortalecimiento de otros idiomas.

#### ➤ **Riesgos nuevos competidores**

Teniendo en cuenta que el Mercado educativo no tiene constantes cambios con respecto al entorno pedagógico y las personas desean una educación con una gran calidad, es de resaltar que esta institución actualmente sería atractiva frente a nuevos competidores gracias a su trayectoria en el mercado.

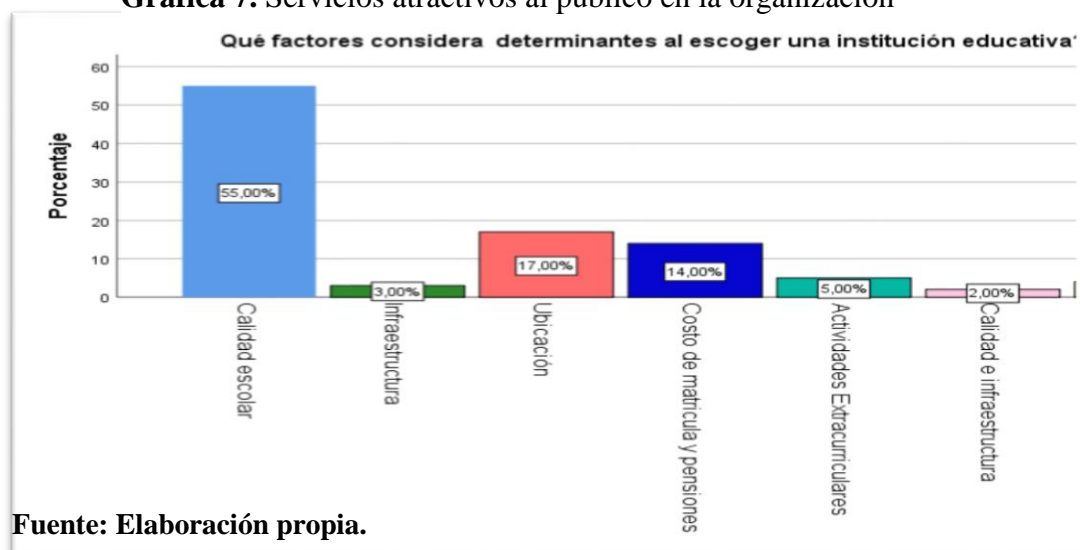
### **Poder negociación clientes**

Es estable ya que la institución maneja precios fijos con respecto a la pensión de cada estudiante, por lo tanto, se garantiza que se lleven a cabo las actividades académicas establecidas por el programa pedagógico para cada curso; cumplimiento también con el bienestar mediante el manual de convivencia, seguridad dentro de las instalaciones y el transporte.

- ✓ En toda empresa es de vital importancia conocer cuáles son los gustos y preferencias de los clientes con el fin de dar respuestas acertadas a aquellas necesidades presentadas y que son la base para obtener ingresos, mediante la pregunta que se formuló en el siguiente gráfico se buscó determinar cuáles eran los factores contundentes en el momento de elegir una institución.

Cabe resaltar que es importante conocer de manera cercana y reflexionar sobre aquello que piensan los padres de familia con respecto a los aspectos que influyen de una u otra forma en la elección de un centro educativo para matricular a sus hijos. Debemos saber que existen un sin número de factores, así como de opiniones diferentes, por lo tanto, se debe tener en cuenta sus preferencias para poder satisfacer en la medida de lo posible las necesidades que surjan. A partir de lo dicho anteriormente esta investigación va a aportar una percepción actual de la visión de los padres hacia los diferentes tipos de colegios según sus distintas prioridades, esta información será de gran ayuda a la hora de entender la realidad educativa que se está viviendo. En el siguiente gráfico se observan de forma porcentual las respuestas de las personas encuestadas.

**Gráfica 7. Servicios atractivos al público en la organización**



### ✓ **Análisis del gráfico**

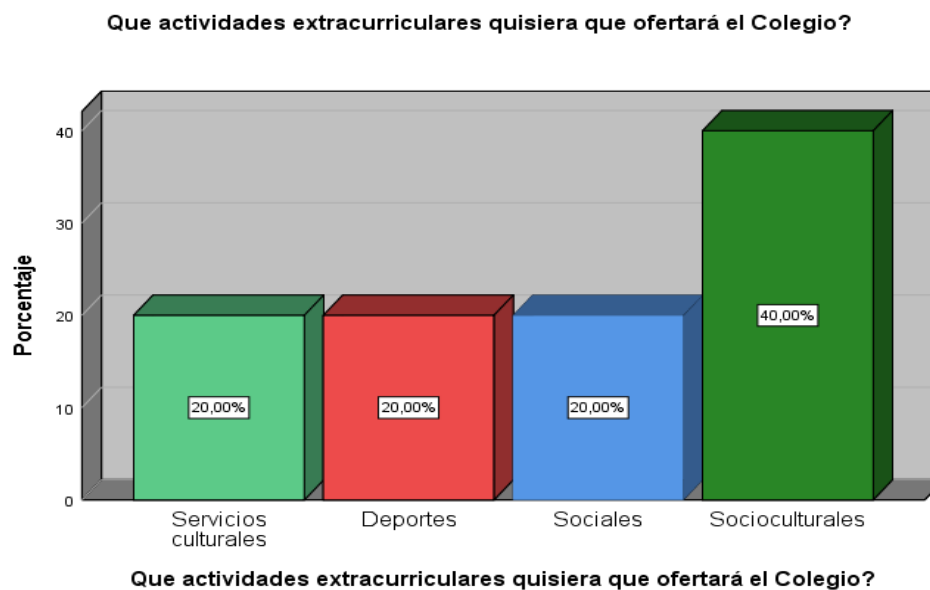
De las 100 personas encuestadas 55 constataron que el factor con más incidencia al momento de escoger una institución educativa para un hijo o familiar es la calidad escolar representando un 55% de los participantes, es de gran importancia resaltar que cada vez se fortalece más la búsqueda de los padres de familia por brindar una enseñanza de calidad a sus hijos desde sus inicios ya que este es el factor más determinante para obtener buenos resultados futuros. Por otro lado, la ubicación y los costos con un 17% y un 14% respectivamente inciden de manera no tan significativa, sin embargo, se buscó ver otras perspectivas del asunto por lo cual se tomó la decisión de buscar diferentes opiniones en veredas aledañas al sector, ellos coinciden que la buena educación es la ruta más para mejorar su calidad de vida, sin embargo, su disposición monetaria no les permite acceder a instituciones de carácter privado. La infraestructura y actividades extracurriculares son de menor relevancia para los encuestados, lo cual puede evidenciarse en el número de respuestas.

A raíz de la gráfica anterior se logró constatar que los servicios extracurriculares pasan a segundo plano en cuestiones de educación ya que a nivel de los encuestados fueron más las respuestas positivas por parte de la calidad escolar. De las 100 personas encuestadas solo 5 contestaron que las actividades extracurriculares eran un factor determinante en el momento de elegir una institución adecuada; de esas cinco personas solo dos coincidieron en actividades socioculturales, estas representan un valor porcentual del 40%, el 60% restante se dividió entre cada una de las actividades que se dieron como elección en la encuestas, con este hecho se comprueba que esta muestra no está catalogada como base sólida para la toma de decisiones en cuanto a oferta de nuevos servicios ya que la comunidad externa no lo considera pieza clave para la elección de una institución educativa.



En el siguiente gráfico se observan de forma porcentual las respuestas de las personas encuestadas.

**Gráfica 8.** Servicios atractivos al público en la organización



**Fuente:** Elaboración propia

A continuación, se observan las opciones de los padres de familia con respecto al grado de satisfacción al recibir los servicios prestados por la institución.

**Tabla 5.** Cuadro de padres

<b>RESULTADOS COMPARATIVOS SATISFACCION PADRES DE FAMILIA</b>						
	<b>MUY DE ACUERDO</b>	<b>DE A CUERDO</b>	<b>DESACUERDO</b>	<b>INDIFERENTE</b>	<b>NS/NR</b>	<b>TOTAL</b>
Labor esperada por el colegio		62%	34%	4%		100%
Las reuniones son de su interes	24%	64%	8%	2%	2%	100%
El personal del colegio es colaborador	48%	52%				100%
El personal es amable	52%	46%	2%			100%
Personal es competente	36%	56%	2%	2%	4%	100%
El colegio soluciona inquietudes	40%	58%	2%			100%
Personal dispuesto a responder demanadas a padres de familia	46%	50%	2%	2%		100%
Información clara y comprensible para padres de familia	56%	44%				100%
Recursos suficientes para el cumplimiento de las labores del colegio	36%	54%	2%	2%	6%	100%
Equipos y programas informaticos adecuados	34%	50%	2%	4%	10%	100%
El colegio resuelve problemas y necesidades	48%	44%	2%	2%	4%	100%
Mejoras en el funcionamiento de las actividades del colegio	44%	54%			2%	100%
El colegio se adapta a mis necesidades como padre	40%	58%			2%	100%
En ocasiones pasadas el colegio ha resuelto mis necesidades	40%	46%	2%	4%	8%	100%
Actividades de interés personal y comunitario	42%	56%		2%		100%
	<b>Sexualidad, Educacion y violencia intrafamiliar</b>	<b>Prevencion y consumo de drogas</b>	<b>Dificultades de Aprendizaje</b>	<b>Redes sociales y juegos virtuales</b>	<b>Proyecto de vida</b>	<b>TOTAL</b>
Aspectos de interes para capacitar a padres y alumnos	28%	26%	12%	20%	14%	100%
	<b>Posicionamiento y referencia</b>	<b>Expectativas y desarrollo integral</b>	<b>Nivel y formacion academica</b>	<b>Formacion, experiencia y calidad academica</b>	<b>NS/NR</b>	<b>TOTAL</b>
Preferencia del colegio	28%	4%	24%	32%	12%	100%

**Fuente: Elaboración propia**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción por parte de los padres de familia con respecto a los servicios que brinda la institución se tiene que; un 62% está conforme con la labor prestada por el colegio mientras que un 36% se encuentra en desacuerdo con dicha opinión , por lo que en el presente estudio se recomienda se tomen las medidas pertinentes para el mejoramiento de las labores suministradas a la comunidad estudiantil; en cuanto a las reuniones convocadas para información a padres de familia se encuentra que un 88% de los encuestados está muy de acuerdo o en acuerdo con los temas tratados en dicho espacio; en cuanto al apoyo brindado por el personal del plantel el 100% está muy de acuerdo o en acuerdo en que estos cumplen muy bien su labor y son amables; mientras que de la totalidad de la muestra (100 Personas) un 92% expresa que es un personal idóneo para prestar sus servicios en la

institución lo que demuestra la veracidad de la respuesta anterior; Por otra parte la resolución de problemas o inquietudes por parte de los padres de familia argumentan casi en su totalidad ( 98%) que estos les dan solución y están de acuerdo o muy de acuerdo que la información suministrada en la institución es clara y concisa; Por parte de los recursos designados para las labores educativas un 92% de los padres está de acuerdo que son los necesarios y suficientes para llevar a cabo las actividad curriculares, del mismo modo expresan también estar conformes con los equipos informáticos en que posee la institución, sin embargo, un 16% de los encuestados no se muestra conforme, por tanto la institución debería mejorar dichos equipos; Por su parte los padres muestran la conformidad con la resolución de problemas y necesidades por parte del colegio en un 92% respectivamente; En su totalidad se muestran conformes y en acuerdo en cuanto a las mejoras que ha tenido el plantel, que este se adapta a sus necesidades y por último que realiza actividades de interés institucional e interinstitucional.

Es menester, tratar los temas que a los padres de familia les parece importante o necesario tratar con sus hijos para una mejor formación de los mismos, en lo que se encuentra; el tema de violencia intrafamiliar y la sexualidad con mayor valor porcentual de 28% ,por su parte y con un porcentaje alto también se encuentra la prevención y consumo de drogas lo que indica la preocupación de padres por ayudar a sus hijos en que no parezcan dichas problemáticas es evidente , en este orden de ideas le siguen las redes sociales con un 20%, luego se encuentra el proyecto de vida con un 14% y por último la dificultad de aprendizaje con un 12%. Ahora bien el porcentaje designado por padres de familia en cada tema nos demuestras la relevancias que estos tienen para los mismos, es decir va de acuerdo a la preferencia, por tanto, el colegio debería buscar la estrategia que determine tiempo para que se dicten charlas a los estudiantes. Otro factor que es importante para el plantel es conocer por qué los padres decidieron confiar en este para el

crecimiento formativo y educativo de sus hijos, por tanto se tiene que , un 28% lo hizo por posicionamiento y referencia, un 4% por expectativas y desarrollo integral, un 24% por nivel y formación académica, un 32% por experiencia y calidad académica, mientras que el 12% restante desconoce sus motivos, por lo anterior el colegio está en una gran responsabilidad por mantener y mejorar dicha expectativas tanto de padres como de estudiantes.

#### ✓ **Resultado de entrevistas**

La matriz DOFA que se describirá a continuación es el resultado de las entrevistas realizadas a los profesores de la institución. Se recopiló la información más valiosa con el fin de realizar una síntesis que permitiera plantear las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades presentadas en la organización.

**Tabla 6.** Matriz DOFA Real Colegio San Francisco de Asís

		<b>Fortalezas (F)</b>	<b>Debilidades (D)</b>
		<b>MATRIZ DOFA</b>	1. Cuenta con una excelente trayectoria al servicio en la ciudad.
2. Cuenta con personal docente y administrativo idóneo.	2. Actualmente no posee instalaciones adecuadas para brindar un ambiente escolar óptimo		
3. Instalaciones propias.	3. Falta de herramientas para dar cobertura a las necesidades institucionales.		
	4. Posee bajos niveles de liquidez frente a la competencia		
		<b>Oportunidades (O)</b>	<b>Amenazas (A)</b>
	1. Actualmente posee reconocimientos institucionales de talla nacional.	1. La institución es cercana a establecimientos que pueden representar una competencia significativa.	
	2. Tendencia a valorar un nivel de formación más alto.	2. Se encuentra inmerso en una guerra de precios.	
	3. Se encuentra reconocido en preparación de pruebas de estado, generando ingreso a grandes universidades	3. Actualmente se encuentran ubicados en un lugar de difícil acceso para los estudiantes como para el personal que ahí labora.	

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 7.** Cruces variables matriz DOFA

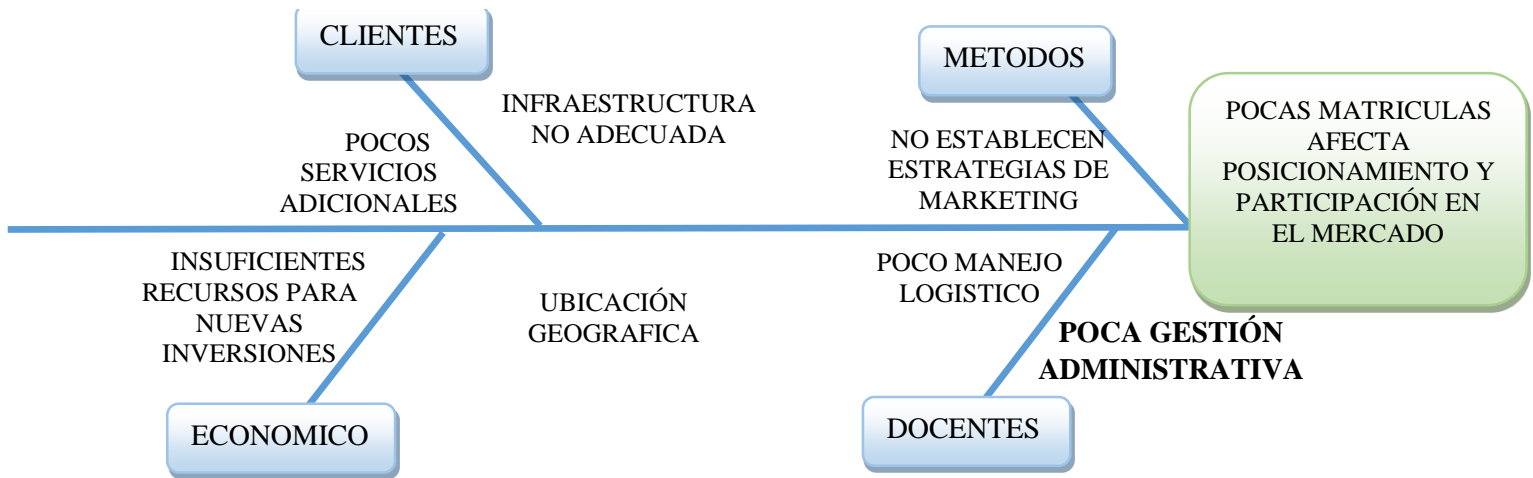
<b><u>MATRIZ DOFA</u></b>	<b>DEBILIDADES (D)</b>
	1. No existe un presupuesto estipulado para gastos publicitarios.
	2. Actualmente no posee instalaciones adecuadas para brindar un ambiente escolar optimo
	3. Falta de herramientas para dar cobertura a las necesidades institucionales.
4. Posee bajos niveles de liquidez frente a la competencia	
<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<b>ESTRATEGIA (DO)</b>
<b>CRUCES</b>	D1- D4 –O1- O3
1. Actualmente posee reconocimientos institucionales de talla nacional.	1. Establecer participación publicitaria constante en las redes sociales mediante actividades educativas o talleres para clases de arte, música y deporte la cual de fortalecerá de reconocimiento y posicionamiento en el mercado.
2. Tendencia cultural a valorar cada vez un nivel de formación más alto.	D2 –D3 –O2
3. Se encuentra reconocido en preparación de pruebas de estado, generando ingreso a grandes universidades	2. Realizar convenios con otras instituciones para campeonatos deportivos y participación de eventos artísticos que beneficien el reconocimiento de la institución
<b>AMENAZAS (A)</b>	<b>ESTRATEGIA (DA)</b>
<b>CRUCES</b>	D2- D3- A1 – A3

<p>1. La institución es cercana a establecimientos que pueden representar una competencia significativa.</p>	<p>1. Realizar Supervisión constante en los procesos pedagógicos para la verificación del cumplimiento y fortalecimiento del conocimiento del servicio y atención al cliente que garantice la calidad del servicio.</p>
<p>2. Se encuentra inmerso en una guerra de precios.</p>	<p>D1 – D4 –A2</p>
<p>3. Actualmente se encuentran ubicados en un lugar de difícil acceso para los estudiantes como para el personal que ahí labora.</p>	<p>3. Crear un fondo de ahorro con actividades abiertas al público para poder cancelar o cumplir con las obligaciones desapercibidas.</p>

**Fuente: Elaboración propia**

### 7.3.1 Diagrama de análisis

**Gráfica 9.** Diagrama de Ishikawa (espina de pescado)



**Fuente:** Elaboración propia



Teniendo en cuenta la información establecida en este diagrama podemos explicar que hay factores internos como externos que afectan a la institución actualmente, con respecto a:

Los clientes: para la institución son la parte más importante ya que ellos son la razón de ser, que generan el desarrollo y crecimiento del colegio, por lo tanto, se hace una gran labor en el servicio de educación que garantice el crecimiento y satisfacción de sus conocimientos y capacidades, de esta manera se espera dar información suficiente del servicio educativo que se brinda en las instalaciones.

Por lo tanto, la forma de dar a conocer la información pertinente para el ingreso a la institución se ha visto afectada debido al traslado de las instalaciones a las afueras de la ciudad; además de la poca inversión que se ha realizado en diferentes medios de comunicación.

- Económico: Para la institución ha sido un paso algo problemático el traslado de las instalaciones a las afueras de la ciudad, ha afectado de forma drástica su rentabilidad; pero a pesar de las dificultades económicas ha aprovechado la oportunidad de tener sus instalaciones propias; que a largo plazo ha sido una gran inversión, además del crecimiento exponencial de la cabecera urbana que generara un mayor número de matrículas, por lo tanto un alta participación en el mercado educativo que generara posicionamiento en el mismo.
- Docentes: El capital humano que ha manejado el colegio considera que es un factor importante para el reconocimiento y crecimiento del mismo desde sus inicios, debido a que gracias los colaborados capacitados han logrado garantizar un servicio de educación de calidad; que se ha visto reflejado en los resultados de las pruebas ICFES. A pesar del poco manejo logístico con respecto al plan de mercadeo de la institución y la gestión administración de forma interna para la constante mejora de las instalaciones que evitaran dificultades pedagógicas, reflejando una mejora estética a sus instalaciones

➤ Métodos: En cuanto al plan de mercadeo que se ha manejado en la institución educativa no ha sido la más optima ya que en la actualidad se evidencia la poca participación que tiene en el mercado educativo, por lo tanto, es importante establecer estrategias de marketing que garanticen el posicionamiento y el reconocimiento de la institución sin importar sus medios, para obtener nuevos clientes sin importar su ubicación geográfica.

### **7.3.2 Tendencias de mercado de instituciones externas**

Con el fin de mejorar los procesos de publicidad de la institución se revisaron a algunas instituciones externas a modo de tomar como referencia algunos modelos utilizados por las mismas para ofertar sus servicios. Las páginas web de las instituciones relacionadas a continuación cuentan con un buen contenido publicitario.

✓ **Análisis de portales web** Páginas web: Real Colegio Real San Francisco de Asís. <http>

Página web: Colegio Sagrado Corazón de Jesús – Salesianas <http://salesianas.edu.co/>

Imagen 4. Portal web

**Vivimos la alegría de la familia Salesiana**

**Circulares** **Horarios** **Calendario de Eventos** **Cronograma de Evaluaciones**

**NOTICIAS Y EVENTOS**

**Contáctenos**

Su nombre:

Su correo electrónico:

Teléfono:

**NOTICIAS Y EVENTOS**

**ATENCION** La imagen de la Virgen milagrosa que da la bienvenida a jóvenes y seminaristas frente al seminario y vecina a nuestra Institución Educativa Sagrado Corazón de Jesús, ha sido decapitada. No sabemos las causas: naturales o producidas por manos irrespetuosas y n...

**UNA HISTORIA PARA CONTAR** Un año nuevo para todos siempre tiene novedad y para nuestra Institución Educativa del Sagrado Corazón, no hay duda que será un año que promete un cúmulo de experiencias positivas ya que nuestra comunidad salesiana Hijas de María Auxiliadora cumple los...

**ATENCION** vea aquí: -ADENDA # 01 DE ENERO 30 DE 2017 AL...


**PERFIL DE LA ESTUDIANTE SALESIANA** 8nbs...

**Aula Virtual** **Inscripciones en Línea**

**Logos:** CETEX, Ministerio de Educación Nacional, LaFamilia.info, COCENCIAS, icfes, COLOMBIA, URNA DE CASTIL, Computadores Educar, INM

INICIO COLEGIO COMUNIDAD ALUMNOS CURSOS FORMACIÓN

**REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS DE POPAYÁN**  
*Establecimiento en formación humana y académica para construir un mejor futuro*



**CONVOCATORIA A LOS EXALUMNOS DEL REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS PARA QUE ELIJAN SU REPRESENTANTE EN LA JUNTA DIRECTIVA DE ESTA FUNDACIÓN**

La Junta Directiva de la Fundación Real Colegio San Francisco de Asís de Popayán convoca a todos los exalumnos del colegio para que elijan su representante en esta autnoma Junta para el periodo que irá del 11 de octubre de 2015 al 10 de octubre de 2019

**INSCRIPCIÓN DE CANDIDATOS**  
 Hasta las 2:00 pm del día viernes 21 de septiembre de 2015.  
 La inscripción se hará en la Secretaría General del RCSFA

**VOTACIÓN DE EXALUMNOS**  
 \* Mediante presentación personal: Jueves 4 de octubre de 2015 de 8:00 am a 2:00 pm; con papeleta depositada una urna ubicada en las instalaciones del colegio (Cra 22 55N-110 Variante norte de Popayán)

\* Por correo electrónico: con un mensaje enviado a la cuenta [votorcfsa@gmail.com](mailto:votorcfsa@gmail.com)

Para consultas y detalles complementarios pueden comunicarse con:  
 Gerardo M. Ortega O. Cel 316 403 27 39 e-mail ort.ger@hotmail.com  
 Martha María Ortega O. Cel 317 273 33 69 e-mail gmaratrcfsa@gmail.com

Taxco de la convocatoria  
 Formato para inscripción de candidatos


---

**REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS**  
*"Servicio y Hermandad"*  
**PROCESO DE INSCRIPCIÓN**  
 Preescolar a grado 11\*

- Adquiera el formulario de inscripción en el colegio o descargarlo de nuestra página web ([www.sanfranciscoescolares.edu.co](http://www.sanfranciscoescolares.edu.co))
- Entregue el formulario completamente diligenciado y anexe la documentación requerida
  - Presencia a la entrevista en psicología y/o Coordinación (Estudiante y Padres de Familia o acudientes)
  - Presente los exámenes diagnósticos en Lengua Castellana y Matemáticas (para estudiantes de grado 2º en adelante)
- De ser admitido solicite el Recibo de Matrícula para el año lectivo correspondiente
  - Realice la matrícula en la fecha indicada

[www.sanfranciscoescolares.edu.co](http://www.sanfranciscoescolares.edu.co)

**¡¡¡CLIC AQUÍ PARA DESCARGAR EL FORMULARIO EN TAMAÑO DE PAPEL OTICIÓN!!!**



¡¡¡Haz parte en este Gran Proyecto Educativo dirigido por el Ilustre Obispo!!!

➤ Colegio Seminario Menor Arquidiocesano <http://seminario.blogspot.com/>



Actualmente las instituciones Sagrado Corazón de Jesús- Salesianas y El Seminario Menor Arquidiocesano en sus portales web principales no han publicado contenido nuevo, sin embargo, están mejor diseñados, más completo y cumplen con los estándares de información del servicio. Cabe resaltar que la página del Real colegio San Francisco De Asís está en un segundo plano ya que su portal es básico.

Con respecto a las redes sociales como lo son FAN PAGE se debe realizar más fortalecimiento en contenidos, del mismo modo aumentar la participación en otro tipo de redes sociales como los son WhatsApp Institucional o por cursos, Instagram para evidencias fotográficas de actividades o eventos que se realicen dentro de la institución; podrían utilizarse y desarrollarse como herramientas para estar en una constante comunicación con los estudiantes y padres de familia.

#### **7.4 Herramientas de marketing que permitan incrementar los ingresos en la organización**

A continuación, se darán a conocer algunas de las estrategias de marketing planteadas con el fin de mejorar los ingresos percibidos por la organización.

#### **7.5 Estrategias de mercadeo Real Colegio San Francisco de Asís**

- ✓ **Estrategia 1.** Realizar encuestas a posibles clientes potenciales en diferentes zonas de la ciudad de Popayán para en épocas de matrículas entregar o publicar a través de redes sociales información sobre requisitos de inscripción y descuentos que se realicen.
- ✓ **Estrategia 2.** Crear folletos informativos sobre los requisitos y fechas exactas de las matrículas, descuentos y precios fijo que tiene la pensión educativa, aparte de los servicios educativos que ofrece la institución
- ✓ **Estrategia 3.** Realizar visitas en hogares infantiles, guarderías y jardines para entregar folletos actualizados sobre los servicios educativos anexando el deporte, arte, y música para conseguir convenios y reconocimiento dentro del mercado educativo.
- ✓ **Estrategia 4:** Plantear actividades deportivas y socioculturales donde sean partícipes diferentes personas de su entono (ubicación geográfica)
- ✓ **Estrategia 5:** Actualizar y modernizar la página web de la institución para que los clientes tengan la posibilidad de ver horarios, eventos, resultados académicos de los estudiantes, y descuentos o promociones que se hagan en fechas de matrículas; además de crear perfiles en diferentes cuentas en redes sociales para mostrar eventos o información importante de la institución de esta forma poder posicionar en el mercado.
- ✓ **Estrategia 6:** Aplicar estrategia de publicidad realizando el diseño de del anuncio publicitario para medios publicitarios visuales y auditivos.

- ✓ **Estrategia 7.** Realizar talleres abiertos para personas que deseen fortalecer su conocimiento en cualquier materia, sin importar que no pertenezca a la institución.

#### **7.5.1 Estrategias de penetración**

- ✓ Considerar hacer ajustes de precios en sus matrículas y pensiones; y así hacer más atractivo para los consumidores en comparación a la competencia, al bajar los precios el Colegio Real Sanfrancisco de Asís, generara aumentar el número de matrículas.

- ✓ Becas por rendimiento académicos, para dar a los clientes una nueva oportunidad para mejorar la percepción de calidad esto garantizara tener un nivel académico más alto.

#### **7.5.2. Estrategia de marketing digital**

- ✓ Permanecer actualizando la página web, haciendo de ella algo llamativa, para que logre vender mejor productos y servicios en Google, Facebook, YouTube.

- ✓ Implementar trabajadores móviles en la empresa, es un sistema de telefonía, llamadas internas gratuitas para los clientes, para que obtengan una mayor facilidad de obtener información.

#### **7.5.3 Estrategias de neuromarketing**

- ✓ Crear vayas publicitarios, donde sea reflejado imágenes humanas que logre transmitir emociones para captar la atención del público femenino, ya que las mujeres tienden a enlazar emociones con hechos antes de tomar una decisión, donde evidencie que les garantice una buena educación a sus hijos.

- ✓ Realizar publicidad Radial y en periódicos, por ser económico y de mayor impacto a, público.

- ✓ Ofrecer nuevos servicios para el desarrollo integral de los niños y niñas en su etapa de primera infancia, tales como: zonas de juegos, arenero, casitas de muñecas, huertas y granjas.
- ✓ Brindar Seminarios de profundización en habilidades del inglés, para los estudiantes que están a culminar el bachiller.

#### **7.5.4 Estrategia para posicionarse en el mercado**

Con el fin de incrementar el número de matrículas en el Real Colegio San Francisco de Asís , se implementaron algunas estrategias, las cuales sugiero tomar en cuenta para fortalecer su posicionamiento en el mercado, siendo hoy en día los sitios WEB ( FACEBOOK, YOUTUBE, GOOGLE, INSTAGRAM, entre otras.) una de las herramientas principales para su constante crecimiento y un factor fundamental a la hora de los padres de familia tomar la decisión de inscribirlo a dicha institución que le garantice una muy buena calidad escolar para su hijo



## 8. Capítulo 3. Estudio Financiero

### 8.1 Plan financiero de las estrategias

#### ✓ Presupuesto primer año de inversiones de las estrategias propuestas<sup>1</sup>

**Tabla 8.** Presupuesto primer año de inversiones de las estrategias propuestas

<b>Actividades</b>	<b>Monto</b>
Publicidad	
Publicidad radial	\$ 12.000.000
Reestructuración y mantenimiento página web	\$ 6.000.000
Publicidad televisión	\$ 12.000.000
Valla publicitaria	\$ 12.000.000
Publicidad wasap	\$ 2.400.000
Redes Sociales (community manager)	\$ 18.000.000
Volantes	\$ 3.000.000
<b>Marketing Directo- Visita comunidad</b>	
Contratista 1	\$ 18.000.000
Contratista 1	\$ 18.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$99.400.000</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

#### Supuestos económicos para el cálculo

- **Estimación de aumento de ingresos**

Se estima que las diferentes estrategias de mercadeo que se plantean permitirán que se produzca un incremento de los ingresos por costes de enseñanza de 7 puntos porcentuales por encima de la inflación esperada. Se planteó como meta para el crecimiento de los ingresos el valor un aumento del 10% del valor de los ingresos del 2017.

<sup>1</sup> Los valores que sirven de fundamento al cálculo del presupuesto corresponden a los valores comerciales de los productos a la fecha de realización del presente trabajo.

- **Estimación gastos de operación y gastos de administración**

Para estimar el aumento de los Costos de enseñanza, los gastos de operación y ventas, se tendrá en cuenta la inflación proyectada por el Ministerio de Hacienda marco fiscal de mediano plazo 2017, la cual asciende al 3,5%.

Teniendo en cuenta, como se describe en el estudio de mercado, que actualmente la capacidad instalada excede el número de estudiantes, el programa de estrategias presupone el aumento de los ingresos por servicios educativos, manteniendo el mismo nivel de personal docente y administrativo.

- **Crecimiento de los gastos de estrategia**

El aumento por los de marketing tendrán un aumento estimado de la inflación proyectada en e proyectada por el Ministerio de Hacienda marco fiscal de mediano plazo 2017, la cual asciende al 3,5%

**Tabla 9.** Estado de Resultados aplicando proyecto de estrategias

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
<b>Ingresos</b>	\$1.124.666 .969	\$1.164.030 .313	\$1.360.847 .032	\$1.496.931 .736	\$1.646.624 .909	\$1.811.287 .400	\$1.992.416 .140	\$2.191.657 .754	\$2.410.823 .530	\$2.651.905 .883	\$2.917.096 .471
<b>Costos de enseñanza</b>	\$540.857.1 85	\$559.787.1 86	\$579.379.7 38	\$599.658.0 29	\$620.646.0 60	\$642.368.6 72	\$664.851.5 75	\$688.121.3 81	\$712.205.6 29	\$737.132.8 26	\$762.932.4 75
<b>Utilidad Bruta</b>	\$583.809.7 84	\$604.243.1 26	\$781.467.2 94	\$897.273.7 07	\$1.025.978 .849	\$1.168.918 .728	\$1.327.564 .565	\$1.503.536 .374	\$1.698.617 .901	\$1.914.773 .057	\$2.154.163 .996

<b>Gastos administrativos</b>	\$454.906.971	\$470.828.715	\$487.307.720	\$504.363.490	\$522.016.212	\$540.286.780	\$559.196.817	\$578.768.706	\$599.025.610	\$619.991.507	\$641.691.209
<b>Depreciación</b>	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999
<b>Plan de Marketing</b>	\$0	\$99.400.000	\$102.879.000	\$106.479.765	\$110.206.557	\$114.063.786	\$118.056.019	\$122.187.979	\$126.464.559	\$130.890.818	\$135.471.997
<b>Utilidad operacional</b>	\$67.763.814	-\$27.124.588	\$130.141.575	\$225.291.453	\$332.617.081	\$453.429.163	\$589.172.730	\$741.440.690	\$911.988.733	\$1.102.751.733	\$1.315.861.791
<b>Gastos financieros</b>	\$52.579.846	\$54.420.141	\$56.324.846	\$58.296.215	\$60.336.583	\$62.448.363	\$64.634.056	\$66.896.248	\$69.237.616	\$71.660.933	\$74.169.066
<b>UAI</b>	\$15.183.968	-\$81.544.728	\$73.816.730	\$166.995.238	\$272.280.499	\$390.980.800	\$524.538.674	\$674.544.442	\$842.751.116	\$1.031.090.800	\$1.241.692.725
<b>Impuestos</b>	\$551.000	\$0	\$14.763.346	\$33.399.048	\$54.456.100	\$78.196.160	\$104.907.735	\$134.908.888	\$168.550.223	\$206.218.160	\$248.338.545
<b>Utilidad Neta</b>	\$14.632.968	-\$81.544.728	\$59.053.384	\$133.596.190	\$217.824.399	\$312.784.640	\$419.630.939	\$539.635.553	\$674.200.893	\$824.872.640	\$993.354.180

**Tabla 10.** Flujo Económico aplicando el proyecto

120.192.382,96	194.735.189,06	278.963.397,94	373.923.639,16	480.769.938,35	600.774.552,49	735.339.892,06	886.011.638,84	1.054.493.179,10
----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	------------------

**Tabla 11.** Estado de Resultados sin aplicar proyecto de estrategias

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Ingresos</b>	\$1.124.666.969	\$1.164.030.313	\$1.204.771.374	\$1.246.938.372	\$1.290.581.215	\$1.335.751.557	\$1.382.502.862	\$1.430.890.462	\$1.480.971.628	\$1.532.805.635	\$1.586.453.833
<b>Costos de enseñanza</b>	\$540.857.185	\$559.787.186	\$579.379.738	\$599.658.029	\$620.646.060	\$642.368.672	\$664.851.575	\$688.121.381	\$712.205.629	\$737.132.826	\$762.932.475

<b>Utilidad Bruta</b>	\$583.809.784	\$604.243.126	\$625.391.636	\$647.280.343	\$669.935.155	\$693.382.886	\$717.651.287	\$742.769.082	\$768.765.999	\$795.672.809	\$823.521.358
<b>Gastos administrativos</b>	\$454.906.971	\$470.828.715	\$487.307.720	\$504.363.490	\$522.016.212	\$540.286.780	\$559.196.817	\$578.768.706	\$599.025.610	\$619.991.507	\$641.691.209
<b>Depreciación</b>	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999	\$61.138.999
<b>Plan de Marketing</b>	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Utilidad operacional</b>	\$67.763.814	\$72.275.412	\$76.944.917	\$81.777.854	\$86.779.944	\$91.957.107	\$97.315.470	\$102.861.377	\$108.601.390	\$114.542.304	\$120.691.149
<b>Gastos financieros</b>	\$52.579.846	\$54.420.141	\$56.324.846	\$58.296.215	\$60.336.583	\$62.448.363	\$64.634.056	\$66.896.248	\$69.237.616	\$71.660.933	\$74.169.066
<b>UAI</b>	\$15.183.968	\$17.855.272	\$20.620.071	\$23.481.639	\$26.443.361	\$29.508.744	\$32.681.415	\$35.965.129	\$39.363.774	\$42.881.371	\$46.522.084
<b>Impuestos</b>	\$551.000	\$0	\$4.124.014	\$4.696.328	\$5.288.672	\$5.901.749	\$6.536.283	\$7.193.026	\$7.872.755	\$8.576.274	\$9.304.417
<b>Utilidad Neta</b>	\$14.632.968	\$17.855.272	\$16.496.057	\$18.785.311	\$21.154.689	\$23.606.995	\$26.145.132	\$28.772.103	\$31.491.019	\$34.305.097	\$37.217.667

**Flujo económico sin Proyecto.**

77.162.860	79.435.587	81.787.860	84.222.462	86.742.275	89.350.282	92.049.569	94.843.330	97.734.874
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

**Tabla 12.** Evaluación financiera

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

<b>Flujo Con proyecto</b>		-\$ 99.400.000	\$ 120.192.383	\$ 194.735.189	\$ 278.963.398	\$ 373.923.639	\$ 480.769.938	\$600.774.552	\$ 735.339.892	\$ 886.011.639	\$ 1.054.493.179
<b>Flujo sin proyecto</b>			\$ 77.162.860	\$ 79.435.587	\$ 81.787.860	\$ 84.222.462	\$ 86.742.275	\$ 89.350.282	\$ 92.049.569	\$ 94.843.330	\$ 97.734.874

<b>Flujo Económico</b>		-\$ 99.400.000	\$ 43.029.523	\$ 115.299.602	\$ 197.175.538	\$ 289.701.177	\$ 394.027.663	\$ 511.424.271	\$ 643.290.324	\$ 791.168.308	\$ 956.758.305
------------------------	--	----------------	---------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

		VAN
<b>Tasa de descuento</b>	19,63%	\$1.171.749.289,60
		TIR
		114%

## Análisis

### VPN

Para el cálculo del valor presente neto (VPN) se tiene en cuenta la tasa de descuento o tasa de interés de oportunidad, la cual es del 19,63%. El valor arrojado de este cálculo es \$1.171.749.289,60, este hecho indica que al aplicar este proyecto se obtiene este valor adicional al invertir los recursos en las estrategias planteadas, es decir es viable implementar el proyecto.

### Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es del 114%, quiere decir que es la rentabilidad que arroja el proyecto promedio anual. Es considerablemente alta debido a que los costos de enseñanza y los gastos de administración se mantienen estables, creciendo a la par con la inflación.

## 8.2 Análisis horizontal y vertical

**Tabla 13.** Estado de la situación financiera Fundación Real Colegio San Francisco de Asís

FUNDACIÓN REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS DE POPAYÁN CARRERA 22 N N°55 N 110 SECTOR EL CHAMIZAL, TELÉFONO 2334221			
			NIT: 881.580.013-6
BALANCE GENERAL CONSOLIDADO			
31 de Diciembre de 2017			
		PERIODO 2017	PERIODO 2016
	ACTIVO		
<b>110</b>		<b>\$</b>	<b>\$</b>
<b>0</b>	DISPONIBLE	<b>37.821.070</b>	<b>27.444.344</b>
<b>110</b>		<b>\$</b>	<b>\$</b>
<b>5</b>	CAJA	4.297.967	853.512
<b>111</b>		<b>\$</b>	<b>\$</b>
<b>0</b>	BANCOS	33.523.103	26.590.832
<b>112</b>			
<b>0</b>	CUENTAS DE AHORRO	1	1

13	DEUDORES		\$	<b>108.464.950</b>		\$	<b>135.750.128</b>
130		\$			\$		
5	CLIENTES	74.081.100			98.712.600		
133		\$			\$		
0	ANTICIPOS Y AVANCES	11.210.000			13.748.178		
135		\$			\$		
5	ANTICIPOS DE IMPUESTOS	2.738.350			3.289.350		
136		\$			\$		
5	CUENTAS POR COBRAR A TRABAJADORES	20.435.500			20.000.000		
	TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$	<b>146.286.020</b>		\$	<b>163.194.472</b>
150		\$			\$		
4	TERRENOS	574.488.000			574.488.000		
151		\$			\$		
6	CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	2.751.254.950			2.751.254.950		
159		-\$			-\$		
2	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	325.117.511			263.978.512		
	TOTAL ACTIVO FIJO		\$	<b>3.000.625.439</b>		\$	<b>3.061.764.438</b>
	TOTAL ACTIVO		\$	<b>3.146.911.459</b>		\$	<b>3.224.958.910</b>
	PASIVO Y PATRIMONIO						
	OBLIGACIONES FINANCIERAS		\$	<b>236.214.866</b>		\$	<b>336.111.109</b>

<b>210</b>		\$		\$	
<b>5</b>	BANCOS NACIONALES	45.534.866		66.511.109	
<b>219</b>		\$		\$	
<b>5</b>	OTRAS OBLIGACIONES	190.680.000		269.600.000	
			\$		\$
	CUENTAS POR PAGAR		<b>135.832.707</b>		<b>127.407.357</b>
<b>233</b>		\$		\$	
<b>5</b>	COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	111.906.869		111.905.897	
<b>236</b>		\$		\$	
<b>5</b>	RETENCIÓN EN LA FUENTE	895.180		402.281	
<b>237</b>		\$		\$	
<b>0</b>	RETENCIONES Y APORTES DE NOMINA	9.802.593		8.799.842	
<b>238</b>		\$		\$	
<b>0</b>	ACREEDORES VARIOS	13.228.065		6.299.337	
			\$		\$
	OBLIGACIONES LABORALES		<b>39.467.053</b>		<b>57.676.276</b>
<b>250</b>		\$		\$	
<b>5</b>	SALARIOS POR PAGAR	-		-	
<b>251</b>		\$		\$	
<b>0</b>	CESANTÍAS CONSOLIDADAS	25.407.808		21.844.636	
<b>251</b>		\$		\$	
<b>5</b>	INTERESES SOBRE CESANTÍAS	2.012.700		1.790.400	
<b>252</b>		\$		\$	
<b>0</b>	PRIMA DE SERVICIOS	-		127.859	
<b>252</b>		\$		\$	
<b>5</b>	VACACIONES CONSOLIDADAS	12.046.545		8.616.990	
<b>253</b>		\$		\$	
<b>2</b>	PENSIONES POR PAGAR	-		25.296.391	
			\$		\$
	OTROS PASIVOS		<b>20.094.897</b>		<b>2.812.800</b>



<b>270</b>	\$		\$	
<b>5</b> INGRESOS RECIBIDOS POR ANTICIPADO	20.094.897		2.812.800	
<b>281</b>	\$		\$	
<b>0</b> ANTICIPOS Y DEPÓSITOS RECIBIDOS	-		-	
		\$		\$
TOTAL PASIVO CORRIENTE		<b>431.609.523</b>		<b>524.007.542</b>
		\$		\$
PASIVOS ESTIMADOS		-		-
	\$		\$	
PARA OBLIGACIONES LABORALES	-		-	
		\$		\$
TOTAL PASIVO		<b>431.609.523</b>		<b>524.007.542</b>
<b>321</b>	\$		\$	
<b>0</b> DONACIONES	4.578.200		4.578.200	
<b>330</b>	\$		\$	
<b>5</b> RESERVAS OBLIGATORIAS	1.362.693.894		1.359.905.459	
<b>350</b> EXCEDENTES O PERDIDAS PRESENTES	\$		\$	
<b>5</b> EJERCICIO	14.632.968		3.070.836	
<b>351</b> EXCEDENTES O PERDIDAS PRESENTES	\$		\$	
<b>0</b> EJERCICIO ANT.	-		-	
<b>360</b>	\$		\$	
<b>5</b> RESULTADOS POR ADOPCIÓN A NIIF	1.333.396.875		1.333.396.875	
		\$		\$
TOTAL PATRIMONIO		<b>2.715.301.937</b>		<b>2.700.951.370</b>
		\$		\$
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		<b>3.146.911.460</b>		<b>3.224.958.912</b>

<hr/> <b>LUIS GUILLERMO SALAZAR SALAZAR</b> Representante Legal c.c 4.610.533 de Popayan	<hr/> <b>JOSE DE JESUS ALARCON ALARCON</b> Contador Mat 26427- T	<hr/> <b>SILVIO MARINO LOPEZ CARRERA</b> Revisor Fiscal Mat 28561- T
---	---	---

**Fuente: Pagina Real colegio San Francisco de Asis.**

**Tabla 14.** Balance General Fundación Real Colegio San Francisco de Asís

<b>. FUNDACIÓN REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS DE POPAYÁN</b> Carrera 22N N°. 55N-110 Sector Chamizal, teléfono 8334221 Nit :891.580.013-6			
<b>ESTADO DE EXCEDENTES O PERDIDAS</b>			
	<b>Enero 1 de 2017- Diciembre 31 de 2017</b>	<b>Enero 1 de 2016- Diciembre 31 de 2016</b>	
	<b>\$</b>	<b>\$</b>	
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>1.112.345.966</b>	<b>1.052.636.806</b>	<b>1.052.636.806</b>
INGRESOS ENSEÑANZA	\$ 1.112.345.966	\$ 1.052.636.806	
<b>COSTO DE PRESTACION SERVICIO EDUCATIVO</b>	<b>\$ 540.857.185</b>	<b>\$ 455.712.437</b>	<b>\$ 455.712.437</b>
COSTO DE ENSEÑANZA	\$ 540.857.185	\$ 455.712.437	
<b>EXCEDENTE BRUTO</b>	<b>\$ 571.488.781</b>	<b>\$ 596.924.369</b>	<b>\$ 596.924.369</b>
<b>GASTOS DE ADMON</b>	<b>\$ 511.472.661</b>	<b>\$ 527.082.136</b>	<b>\$ 527.082.136</b>

GASTOS DE PERSONAL	\$ 226.497.004	\$ 266.238.054
HONORARIOS	\$ 12.080.660	\$ 11.278.000
IMPUESTOS	\$ 19.110.474	\$ 17.271.608
ARRENDAMIENTOS	\$ 8.299.700	\$ 12.482.583
CONTRIBUCIONES Y AFILIACIONES	\$ 368.858	\$ -
SEGUROS	\$ 7.342.340	\$ 6.618.471
SERVICIOS	\$ 91.313.754	\$ 101.327.833
GASTOS LEGALES	\$ 2.213.151	\$ -
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	\$ 25.819.921	\$ 13.726.788
ADECUACION E INSTALACIONES	\$ 334.000	\$ 319.950
GASTOS DEPRECIACION	\$ 61.138.999	\$ 26.882.500
GASTOS DIVERSOS	\$ 56.953.800	\$ 70.936.349
<b>EXCEDENTE O PERDIDA OPERACIONAL</b>	<b>\$ 60.016.120</b>	<b>\$ 69.842.233</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 12.321.003</b>	<b>\$ 8.531.770</b>
FINANCIEROS	\$ 7.561.981	\$ 7.800.220
APROVECHAMIENTOS	\$ 4.759.022	\$ 731.550
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 57.704.155</b>	<b>\$ 75.303.167</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$ 52.579.846	\$ 66.157.501
GASTOS EXTRAORDINARIOS	\$ 4.573.309	\$ 8.512.666
IMPUESTO DE RENTA	\$ 551.000	\$ 633.000
<b>EXCEDENTE O PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 14.632.968</b>	<b>\$ 3.070.836</b>

LUIS GUILLERMO SALAZAR SALAZAR  
Representante Legal c.c 4.610.533 de  
Popayán

JOSE DE JESUS ALARCON  
Contador Mat  
26427- T

SILVIO MARINO LOPEZ CARRERA  
Revisor Fiscal Mat  
28561- T

Fuente: Pagina Real Colegio San Francisco de Asís

### Calculo análisis vertical y horizontal

Tabla 15. Calculo Análisis Vertical y Horizontal

FUNDACION REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASIS DE POPAYAN CARRERA 22 N N°55 N 110 SECTOR EL CHAMIZAL, TELEFONO 2334221				BALANCE GENERAL CONSOLIDADO 31 de Diciembre de 2017		ANALISIS VERTICAL - BALANCE GENERAL		S HORIZONTAL- BALANCE G
		PERIODO 2017		PERIODO 2016		PERIODO 2017	PERIODO 2016	PERIODOS 2016-2017
						ACTIVOS		VARIACION RELATIVA
ACTIVO								
1100 DISPONIBLE	\$	37.821.070		\$	27.444.344	1,20%	0,85%	38%
13 DEUDORES	\$	108.464.950	74%	\$	135.750.128			
1305 CLIENTES						2,35%	3%	-25%
1330 ANTICIPOS Y AVANCES						0,36%	0,4%	-18%
1355 ANTICIPOS DE IMPUESTOS						0,09%	0,1%	-17%
1365 CUENTAS POR COBRAR A TRABAJADORES						0,65%	1%	2%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$	146.286.020		\$	163.194.472	4,65%	5%	10%
TOTAL ACTIVO FIJO	\$	3.000.625.439	95%	\$	3.061.764.438	95,35%	95%	
TOTAL ACTIVO	\$	3.146.911.459		\$	3.224.958.910	100,00%	100,00%	
PASIVO Y PATRIMONIO								
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$	236.214.866		\$	336.111.109			-29,72%
BANCOS NACIONALES						11%	13%	-32%
OTRAS OBLIGACIONES						44%	51%	-29%
CUENTAS POR PAGAR	\$	135.832.707		\$	127.407.357			
OBLIGACIONES LABORALES	\$	39.467.053		\$	57.676.276			
INGRESOS RECIBIDOS POR ANTICIPADO						5%	1%	614%
ANTICIPOS Y DEPOSITOS RECIBIDOS						0%	0%	0%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$	431.609.523		\$	524.007.542	100%	100%	
PASIVOS ESTIMADOS	\$	-		\$	-			
PARA OBLIGACIONES LABORALES						0%	0%	
TOTAL PASIVO	\$	431.609.523	14%	\$	524.007.542	100%	100%	-18%
PATRIMONIO								
DONACIONES							0,2%	0%
RESERVAS OBLIGATORIAS							50,2%	0%
EXCEDENTES O PERDIDAS PRESENTES EJERCICIO							0,5%	377%
EXCEDENTES O PERDIDAS PRESENTES EJERCICIO ANT.							0,0%	0%
RESULTADOS POR ADOPCION A NIIF							49,1%	49,4%
TOTAL PATRIMONIO	\$	2.715.301.937	86%	\$	2.700.951.370	100,0%	100,0%	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$	3.146.911.460		\$	3.224.958.912			
	\$	1						
LUIS GUILLERMO SALAZAR SALAZAR Representante Legal c.c 4.610.533 de Popayan								

**Calculo análisis vertical y horizontal estado de resultados**

**Tabla 16.** calculo análisis vertical y horizontal estado de resultados

<b>FUNDACIÓN REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS DE POPAYÁN</b>					
Carrera 22N N°. 55N-110 Sector Chamizal, teléfono 8334221 Nit :891.580.013-6					
<b>ESTADO DE EXCEDENTES O PERDIDAS</b>			<b>HORIZONTAL</b>		
	<b>Enero 1 de 2017- Diciembre 31 de 2017</b>	<b>Vertical 2017</b>	<b>Vertical 2016</b>	<b>ABSOLU TA</b>	<b>RELATI VA</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>100%</b>		\$ 59.709.16	
				0	6%
INGRESOS ENSEÑANZA				\$ 59.709.16	
				0	6%
COSTO DE PRESTACION SERVICIO EDUCATIVO		<b>48,62%</b>	43,29%	\$ 85.144.74	19%
				8	
COSTO DE ENSEÑANZA		<b>48,62%</b>	0,00%	\$ 85.144.74	19%
				8	
EXCEDENTE BRUTO		<b>51,38%</b>	56,71%	-\$ 25.435.58	-4%
				8	

<b>GASTOS DE ADMON</b>	<b>45,98%</b>	50,07%	-\$ 15.609.47 5	-3%
GASTOS DE PERSONAL	<b>20,36%</b>	25,29%	-\$ 39.741.05 0	-15%
HONORARIOS	<b>1,09%</b>	1,07%	\$ 802.660	7%
IMPUESTOS	<b>1,72%</b>	1,64%	\$ 1.838.866	11%
ARRENDAMIENTOS	<b>0,75%</b>	1,19%	-\$ 4.182.883	-34%
CONTRIBUCIONES Y AFILIACIONES	<b>0,03%</b>	0,00%	\$ 368.858	
SEGUROS	<b>0,66%</b>	0,63%	\$ 723.869	11%
SERVICIOS	<b>8,21%</b>	9,63%	-\$ 10.014.07 9	-10%
GASTOS LEGALES	<b>0,20%</b>	0,00%	\$ 2.213.151	
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	<b>2,32%</b>	1,30%	\$ 12.093.13 3	88%
ADECUACION E INSTALACIONES	<b>0,03%</b>	0,03%	\$ 14.050	4%
GASTOS DEPRECIACION	<b>5,50%</b>	2,55%	\$ 34.256.49 9	127%
GASTOS DIVERSOS	<b>5,12%</b>	6,74%	-\$ 13.982.54 9	-20%

			\$	
			-	
<b>EXCEDENTE O PERDIDA OPERACIONAL</b>	<b>5,40%</b>	6,63%	-\$ 9.826.113	-14%
			\$	
INGRESOS NO OPERACIONALES	<b>1,11%</b>	0,81%	3.789.233	44%
			-\$	
FINANCIEROS	<b>0,68%</b>	0,74%	238.239	-3%
			\$	
APROVECHAMIENTOS	<b>0,43%</b>	0,07%	4.027.472	551%
			-\$	
EGRESOS NO OPERACIONALES	<b>5,19%</b>	7,15%	17.599.01 2	-23%
			-\$	
GASTOS FINANCIEROS	<b>4,73%</b>	6,28%	13.577.65 5	-21%
			-\$	
GASTOS EXTRAORDINARIOS	<b>0,41%</b>	0,81%	3.939.357	-46%
			\$	
IMPUESTO DE RENTA	<b>0,05%</b>	0,06%	82.000	13%
			\$	
<b>EXCEDENTE O PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>1,32%</b>	0,29%	11.562.13 2	377%
			\$	
			<b>14.081.968</b>	
<hr/> LUIS GUILLERMO SALAZAR SALAZAR Representante Legal c.c 4.610.533 de Popayán		<hr/> JOSE DE JESUS ALARCON ALARCON Contador Mat 26427- T		

**Fuente: Pagina Real Colegio San Francisco de Asís.**

## **8.2.1 Análisis del activo**

### *8.2.1.1 Corriente.*

Con respecto al análisis horizontal se tiene que, en el año 2017 se produjo una reducción del activo corriente equivalente a una disminución del 10%, con respecto al año 2016. Esta reducción se debe principalmente al recaudo de Cartera por parte de la institución, la cual tuvo una disminución de \$ 24.631.500 correspondiente a un porcentaje del 25% menos con respecto al año pasado, esto quiere decir, que los deudores han empezado a ponerse al día con sus obligaciones atrasadas. Por su parte el disponible creció en



un 38%, pasando de 27.444.000 a 37.821.000, por lo tanto, se infiere que los valores cancelados por los deudores pasaron a la cuenta de disponible.

Respecto a la participación del total del activo corriente en el total del activo, no se produjo una variación importante, pues dentro de la estructura del activo de representar un 5% en el año 2016 pasó a un 4,65% del total del activo.

Dentro del activo corriente, la cuenta con mayor representatividad es deudores, la cual para el año 2016 representó el 83% del total de los activos corrientes, bajando hasta la proporción del 74% como resultado para el año 2017, disminución acaecida producto del recaudo de cartera.

#### *8.2.1.2 Comportamiento del activo no corriente.*

El activo propiedad, planta y equipo es la cuenta más representativa del total de los activos, tal cuenta agrupa todos aquellos bienes inmuebles indispensables para la prestar el servicio de enseñanza, los cuales poseen una vida útil importante para el aseguramiento futuro de la prestación del servicio. Está representada por el terreno y la infraestructura en que se encuentra la sede de la institución analizada.

Con respecto al crecimiento de los activos fijos entre los años 2016 y 2017, hay que decir que los mismos se mantuvieron similares, es decir, que para el año 2017 no se realizaron inversiones en bienes inmuebles, así el total fijo paso de \$ 3.061.764.438 en el 2016 a \$ 3.000.625.439 en el 2017, variando el valor por la acusación de la depreciación.

En relación a la participación del activo no corriente en el total de activos, se debe mencionar que la misma se mantuvo constante, por cuanto para los años 2016 y 2017 estuvo alrededor del 95%, lo cual es positivo por cuanto no existe riesgo de que el activo se desvalorice; además de que el funcionamiento de la institución, depende en gran medida de las condiciones de la

infraestructura y su buen estado, pues la prestación del servicio de educación se requiere una amplia planta física.

Cabe resaltar que es normal que en las instituciones educativas la estructura del activo esté compuesta mayormente por la cuenta propiedad, planta y equipo; en atención al valor estratégico que tiene para las mismas la infraestructura.

### **8.3.1 Análisis del pasivo**

#### *8.3.1.1 Comportamiento del pasivo.*

Con referencia al pasivo, puede observarse se produjo una reducción importante del mismo, así en el año 2017 el total de pasivo disminuyó en un 18% con respecto al año 2018. Las cuentas que mayormente influyeron en esa disminución fueron: obligaciones financieras, obligaciones laborales y cuentas por cobrar.

Dentro de la cuenta de obligaciones financieras, se tiene que las mismas se corresponden a deudas con la entidad financiera BBVA y a personas naturales. En comportamiento de estas obligaciones entre los años 2016 y 2017 es de una disminución muy significativa, así las obligaciones financieras se redujeron en un 29,72%, pasando de \$ 336.111.109 a \$ 236.214.866.

Por su parte las obligaciones laborales tuvieron una reducción equivalente al 31,57%, producto, principalmente del pago de unas obligaciones pensionales atrasadas. Esta cuenta fue paga en su totalidad.

La cuenta otros pasivos, contrario a las anteriores, tuvo un incremento del 614% pasando de \$2.812.800 a 20.094.897, crecimiento que es resultado de la recepción de ingresos por anticipado de por el alquiler de las canchas de Fútbol de la institución.

En suma, puede observarse que la reducción del 18% de total de pasivos, por parte de la institución analizada; en primer lugar, es síntoma de que se están cumpliendo con las obligaciones a un ritmo adecuado y, por otro lado, se libera cupo de crédito para la realización de nuevos proyectos.

#### *8.3.1.2 Relación pasivo patrimonio neto*

La relación entre capital propio en términos generales se mantuvo constante, para el año 2016, el 86% de financiación correspondía a capital propio un 14% al pasivo externo. Para el año 2017 el patrimonio represento el 83% del total de financiamiento y el pasivo el 17%.

A partir de lo dicho anteriormente se puede inferir que la Institución Educativa presenta una fortaleza financiera, por cuanto los activos son financiados en una proporción considerablemente mayor por los aportes de los socios.

### **8.3.2 Estado de excedentes o pérdidas**

#### *8.3.2.1 Comportamiento ingresos.*

Para el año 2016 la institución obtuvo ingresos operacionales por el valor de 1.152 millones de pesos, los cuales en su totalidad provinieron de la prestación de los servicios de enseñanza. Para el año 2017 tales ingresos ascendieron en un 6%, valor superior a la inflación del año 2017 que se ubicó en 4,09%; quiere decir ello que se produjo un crecimiento real.

Dentro de la estructura del ingreso, los ingresos no operacionales rondan el 1%, en tanto que los ingresos operacionales representan el 99%; por lo tanto, puede inferirse que la institución está haciendo esfuerzos en la consecución de su objetivo principal.

#### *8.3.2.2 Comportamiento de los costos y gastos*

Respecto a la participación de los costos de la prestación del servicio de enseñanza en el total de ingresos, cabe señalar que, los mismos se mantuvieron en niveles por debajo del 50%, específicamente 43,29% para el año 2016 y 48,62 para el 2017.

Cabe resaltar que los Costos de la prestación del servicio de enseñanza aumentaron en un 19%, pasando de \$ 455.712.437 en el año 2016 a \$ 540.857.185 en el 2017. Lo que se reflejó en una disminución del 4% en los excedentes brutos. Así como la reducción del excedente operacional.

Los gastos de administración durante los años 2016 y 2017 sobrepasaron la participación del 50% de los ingresos, equivaliendo para el primer año a un 56,71% y un 51,38% en el 2017. Volumen que se explica por el nivel de planta personal capacitada que demandan las instituciones educativas para funcionar.

## **8.4 Razones o indicadores financieros**

### **8.4.1 Liquidez**

La función de ese tipo de indicadores es medir la capacidad de la empresa para responder por las obligaciones de corto plazo; el resultado de los mismos permite evidenciar la facilidad o dificultad para pagar tales obligaciones.

En el caso de la institución analizada se presenta una razón corriente de 0,33 en el año 2017, indicando que por cada peso debe en el corto plazo, cuenta con \$ 0,33 para responder a esas obligaciones. Por lo tanto, el Colegio se encuentra en una posición difícil de liquidez, ya que no cuenta con la capacidad de cancelar sus obligaciones a corto plazo, ofreciendo poca certeza a los acreedores del cumplimiento de las obligaciones.

<b>*RAZON CORRIENTE</b>	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 146.286.020</b>	<b>\$ =0,3389</b>
	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 431.609.523</b>	

#### 8.4.2 Endeudamiento

El indicador de endeudamiento muestra el porcentaje de total invertido de activos que está financiado por terceros; en este sentido el nivel de endeudamiento de la institución es bajo, para la vigencia 2017 el total pasivo representó solo el 13,71% de los activos.

<b>*ENDEUDAMIENTO</b>	<b>PASIVO TOTAL CON TERCEROS</b>	<b>\$ 431.609.523</b>	<b>=13.71%</b>
	<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>\$ 3.146.911.459</b>	

## 8 Recomendaciones financieras

- ✓ Es de vital importancia para la entidad que la cuenta propiedad, planta y equipo sea visible dentro de balance general, este hecho permite apreciar la cantidad de herramientas con que se cuenta para poner en marcha la entidad.
- ✓ La cuenta de Excedente de años anteriores se encuentra en ceros, hecho que solo es permitido en empresas que se encuentren incursionando en el mercado.
- ✓ Establecer una provisión de cartera que permita anticiparse a aquellas deudas que sean de difícil cobro.
- ✓ Posterior a la creación del área encargada de la gestión del talento humano, se sugiere que se realice una correcta selección del perfil profesional de los docentes, es decir que sus conocimientos en el ámbito educativo estén acorde a el cargo que se va a ocupar.
- ✓ Realizar un cobro de cartera en general para que mejore la cancelación oportuna del servicio por parte de los clientes, y así mismo procurar la recuperación del dinero de los años anteriores.
- ✓ Es necesario implementar indicadores que permitan evaluar el cumplimiento de metas y objetivos planteados por la institución.
- ✓ En toda institución es de vital importancia establecer un personal idóneo para el cumplimiento de las labores a las cuales se dedica, por este hecho se recomienda para el perfeccionamiento de dicho ejercicio no practicar de manera continua la rotación del personal.
- ✓ Establecer un presupuesto definido para aquellos eventos programados por la entidad en pro de generar un ambiente de inclusión a padres de familia.

- ✓ Instaurar un plan de acción que permita definir las metas que debe cumplir cada área planteando objetivos que fortalezcan los procesos a desarrollar. Cabe resaltar que es de vital importancia establecer para su proceso las respectivas actividades, los resultados obtenidos y en esta misma medida estipular un presupuesto en general.
- ✓ Crear un grupo multidisciplinario de docentes que se interesen por generar procesos de mejora para la institución en época de vacaciones.

## 9 Conclusiones

- ✓ En este plan de mercadeo, se evidencio y se dio a conocer de una manera más analítica la situación actual con respecto al área de mercadeo del Real Colegio San Francisco, sus debilidades, amenazas, oportunidades y ante todo sus fortalezas, las cuales pueden ser transformadas para coadyuvar al éxito de la institución, brindándole más participación y posicionamiento en el mercado educativo.
- ✓ Con relación a su parte financiera se puede decir que la institución es estable, ignorando el hecho de la inversión realizada para la adquisición de sus instalaciones a las afueras de la ciudad; ya que esta decisión a largo plazo traerá buenos frutos y uno de ellos es su estabilidad y rentabilidad; además hay que tener en cuenta que la institución cuenta con un servicio educativo de calidad por lo tanto dispone de los recursos necesarios para estar en un nivel de equilibrio financieramente.
- ✓ La competitividad existente en el mercado educativo cada vez mayor, el nivel educativo es muy alto, debido a las exigencias de las políticas gubernamentales que generan que todas las instituciones busquen la excelencia académica, adoptando un valor agregado a su servicio.
- ✓ Mediante el desarrollo de la investigación realizada en el Real Colegio San Francisco de Asís se identificó que la institución necesita estructurar estrategias de descuentos o promoción en fechas de matriculación con el fin de generar un aumento en el número de matrículas y un mejor posicionamiento en el mercado.
- ✓ Se evidencio que la institución tiene una gran ventaja con respecto a la expansión de la ciudad de Popayán por lo tanto tendrá la oportunidad de ampliar su nivel de clientes potenciales para poder ofrecer sus servicios educativos y por lo tanto adquirir mayor número de matrículas a través de su ubicación geográfica actual.



- ✓ En base a la información recolectada en zonas aledañas a la institución se logró comprobar que para los posibles clientes es más importante la calidad escolar que las actividades extracurriculares que se puedan brindar dentro de la organización.
- ✓ A nivel económico la empresa se encuentra en dificultades de liquidez monetaria lo que le impide realizar inversiones de gran cuantía en la planta física y en medios publicitarios, sin embargo, el hecho de implementar las estrategias de mercadeo y financieras realizadas en el presente trabajo permitirán tomar decisiones de inversión que generen un mayor nivel de ingresos a largo plazo mediante las matrículas.
- ✓ La evaluación financiera del proyecto muestra la rentabilidad que puede llegar a obtener el colegio en los diferentes años de aplicación de las estrategias de mercado y financieras comprobando así que las acciones emprendidas podrán generar buenos resultados si se utilizan de la manera correcta.
- ✓ La creación del área de Talento Humano permitirá a la institución realizar un mejor proceso de selección de personal docente que preste servicios en el colegio, cabe resaltar que del nivel de enseñanza que se brinda depende gran parte el aumento de los ingresos que se percibirán.

## 10 Bibliografía

Alcaldía Municipal de Popayán. (2018). Obtenido de <http://www.popayan.gov.co/>

Reales Chacón , L. J., Arce Aguirre, J. A., & Heredia Gómez, A. F. (2008). La organización educativa y su cultura: una visión desde la *Laurus*,  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76111491016>.

Alcaldía Municipal de Popayán. (2018). Obtenido de <http://www.popayan.gov.co/>

Kloter, P., & Armstrong, G. (2007). Fundamentos del Marketing. Mexico.

Real Colegio San Francisco de Asís de Popayán. (2018). Obtenido de  
<http://www.sanfranciscodeasispopayan.edu.co/>

Restrepo, C. T. (2000). *El derecho a la educación*. Santafé de Bogotá, D. C.: Printed in Colombia.

Catalina Turbay Restrepo, El Derecho a la Educación; 2000. Ed. Santafé de Bogotá, D. C, Pag. 9

Lisbeth J. Reales Chacón / Jacinto A. Arce Aguirre / Frank A. Heredia Gómez, (2008). LA Organización educativa y su cultura: una visión desde la postmodernidad; 2008. Ed. Venezuela, Pag. 326

Real Colegio San Francisco de Asís de Popayán. (2018). Obtenido de  
<http://www.sanfranciscodeasispopayan.edu.co>

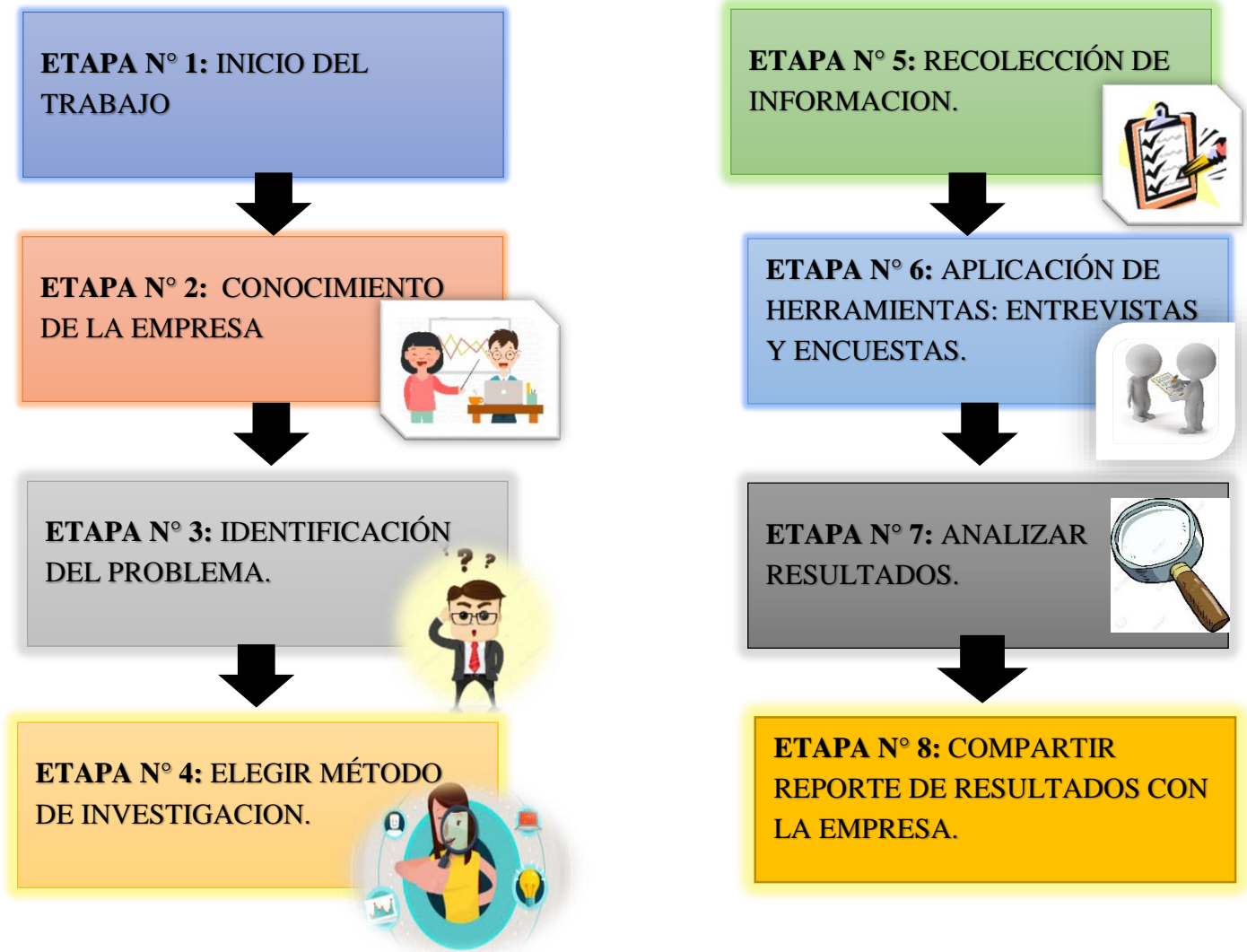
Web gráfica

- ✓ <http://www.dane.gov.co/>
- ✓ <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cauca/popayan.pdf>.
- ✓ <http://www.popayan.gov.co/ciudadanos/popayan/nuestra-geografia>

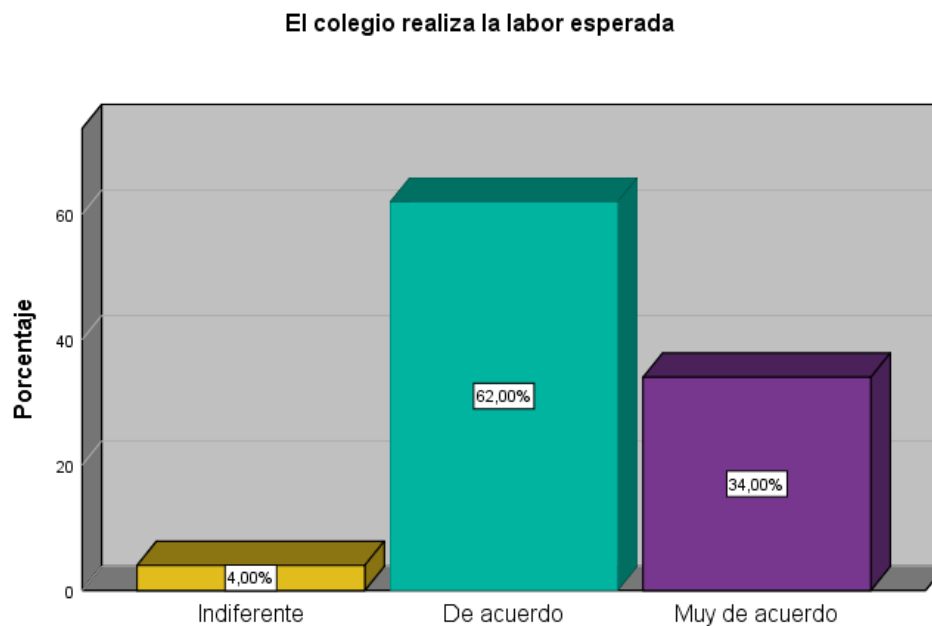
- ✓ <http://www.sanfranciscodeasispopayan.edu.co/>
- ✓ <http://arquidiocesisdepopayan.org/web/dependencias/seminario-menor-arquidiocesano/>
- ✓ <http://salesianas.edu.co/>
- ✓ <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/Publicaciones/publicaciones/loadContenidoPublicacion/id/10098650/reAncha/1/c/00>

## Anexos

## Anexo A. Plan de trabajo establecido

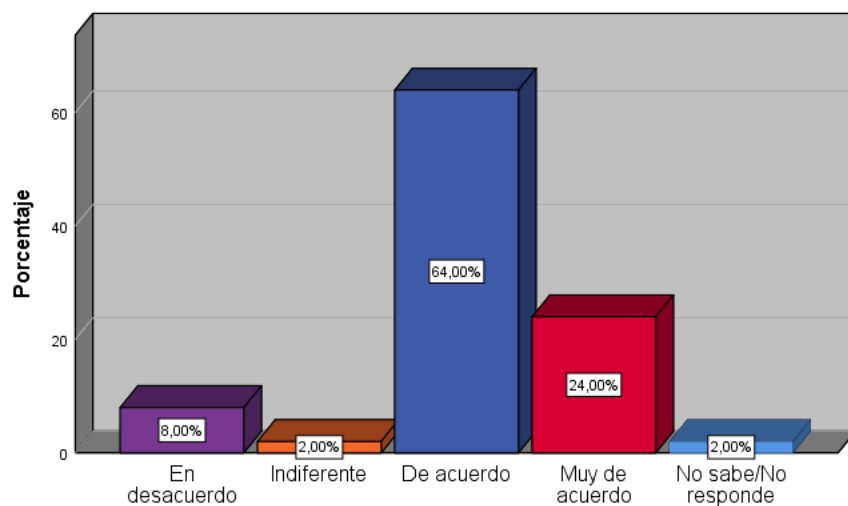


Fuente: Elaboración propia.

**Anexo B.** Encuesta-satisfacción a padres de familia –cuadro

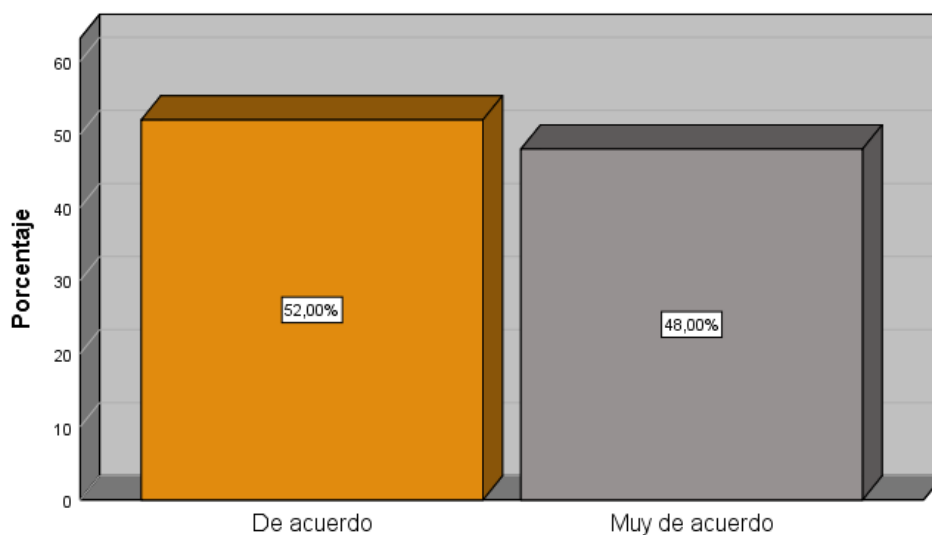
De acuerdo con las respuestas dadas por los padres de familia de la institución, es posible determinar que el colegio se encuentra desarrollando una buena labor académica, ya que esto se refleja con un 62% de personas que están de acuerdo con los resultados que se presentan hasta el momento.

### Las reuniones generales convocadas desde la rectoría han sido de su interes



Con base a las respuestas obtenidas por padres de familia de diferentes salones de clase del colegio, se encuentra que estos manifiestan que las reuniones presentadas en el transcurso del año escolar han sido de su interés, sin embargo, no hay que olvidar ese 2% que le es indiferente, ese 2% que desconoce su respuesta y ese 8% que se encuentra en de acuerdo, que

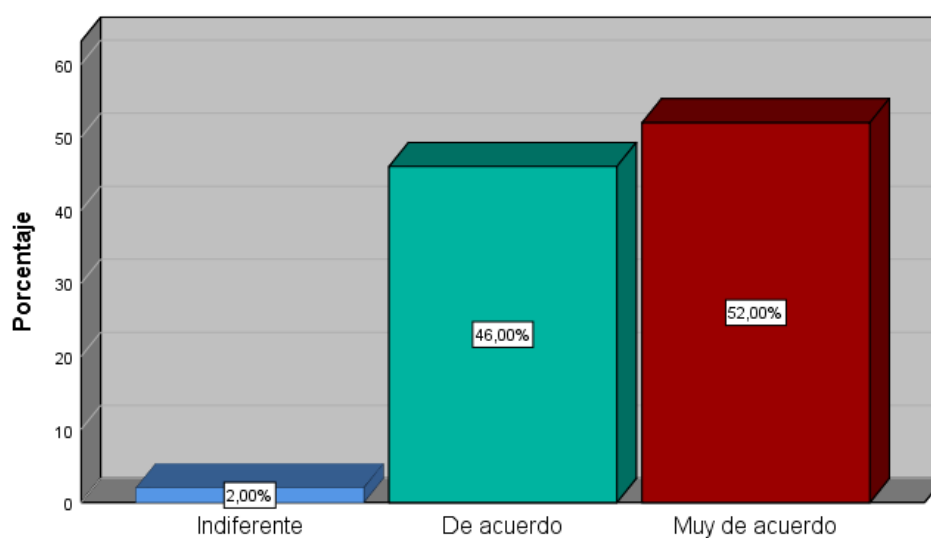
### El personal del colegio se muestra dispuesto a ayudar a los padres de familia



en su totalidad suman un 12%, lo recomendable es buscar e implementar las medidas necesarias para que todos los padres muestren resultados favorables.

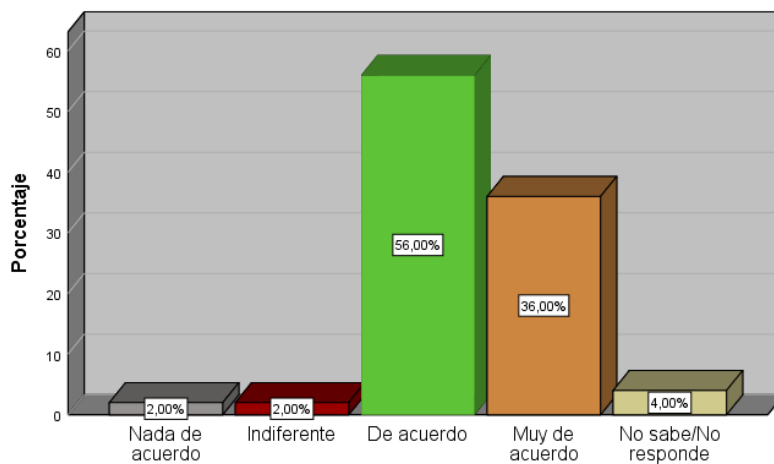
La labor desempeñada por el personal de la institución educativa es muy buena, lo cual nos muestran los resultados de acuerdo con la conformidad de los padres al haber respondido con un 52% que están de Acuerdo y un 48% que se encuentran muy de acuerdo.

**El trato del personal con los padres de familia es considerado y amable**



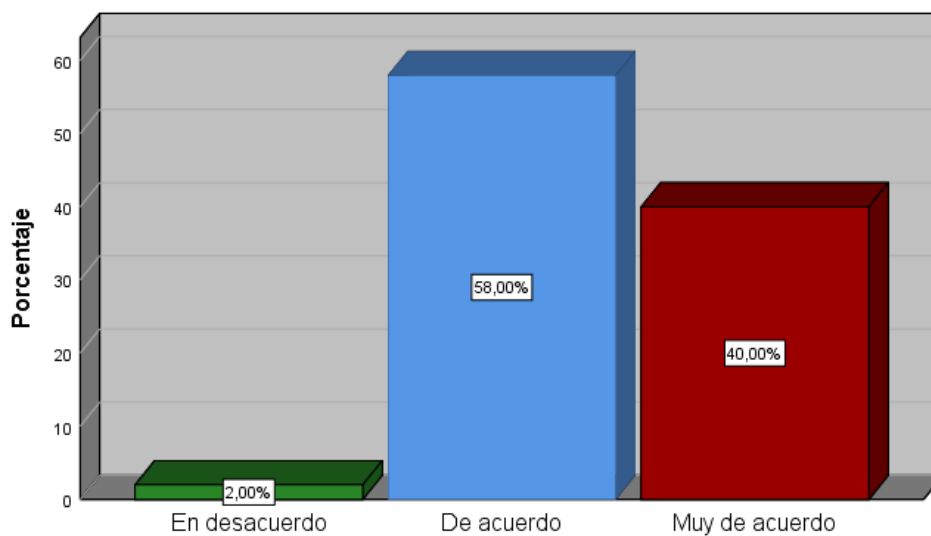
De lo anterior, es posible decir que existe una buena atención y relación entre el personal del colegio y los padres de familia y acudientes de la institución, ya que todos muestran su satisfacción al responder.

**El personal da la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas que tiene que realizar**



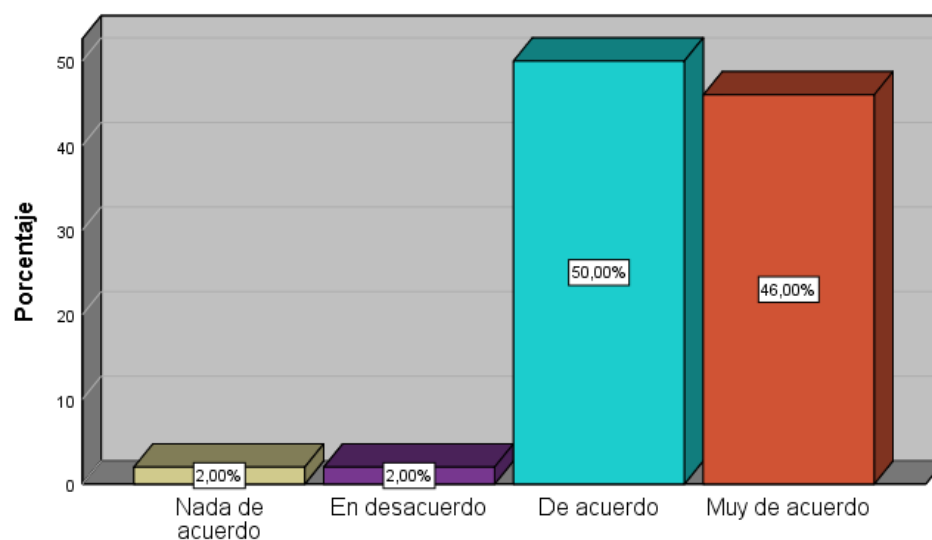
Respecto a las respuestas anteriores, se deduce que la institución cuenta con un personal competente para llevar a cabo sus funciones.



**Cuando acudo al colegio se que encontraré las mejores soluciones**

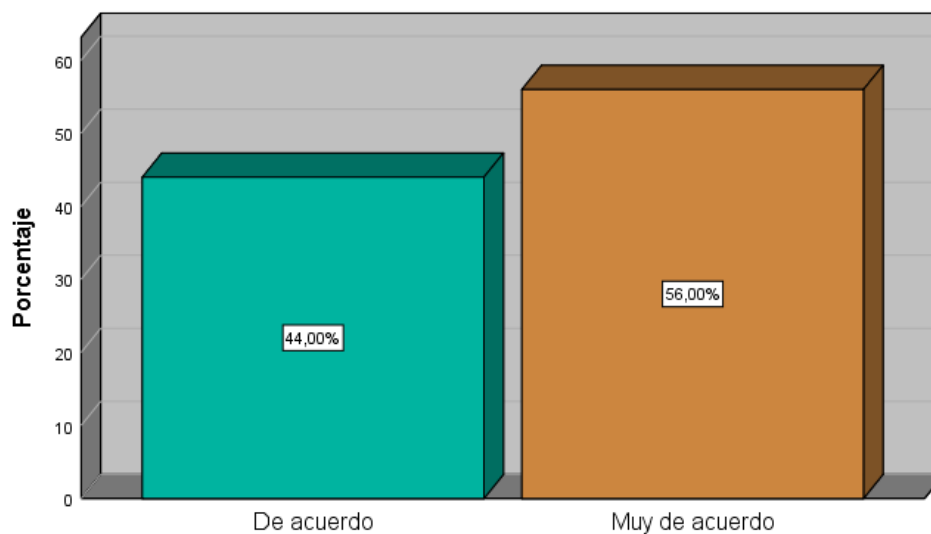
De lo anterior, se evidencia que la institución logra responder de manera satisfactoria a las necesidades o inquietudes que presentan los padres de familia y/o acudientes.

**Cuando acudo al colegio, no tengo problemas en contactar con la persona que puede responder a mis demandas**



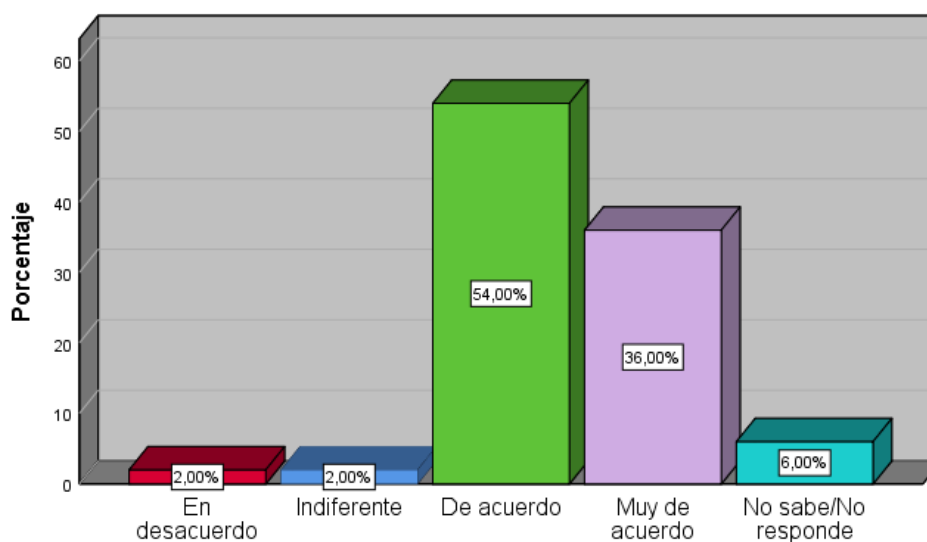
El colegio presenta un gran interés por mantener a sus clientes (Padres de familia y/o acudientes) en satisfacción

**El colegio brinda sus informaciones de forma clara y comprensible a los padres de familia**



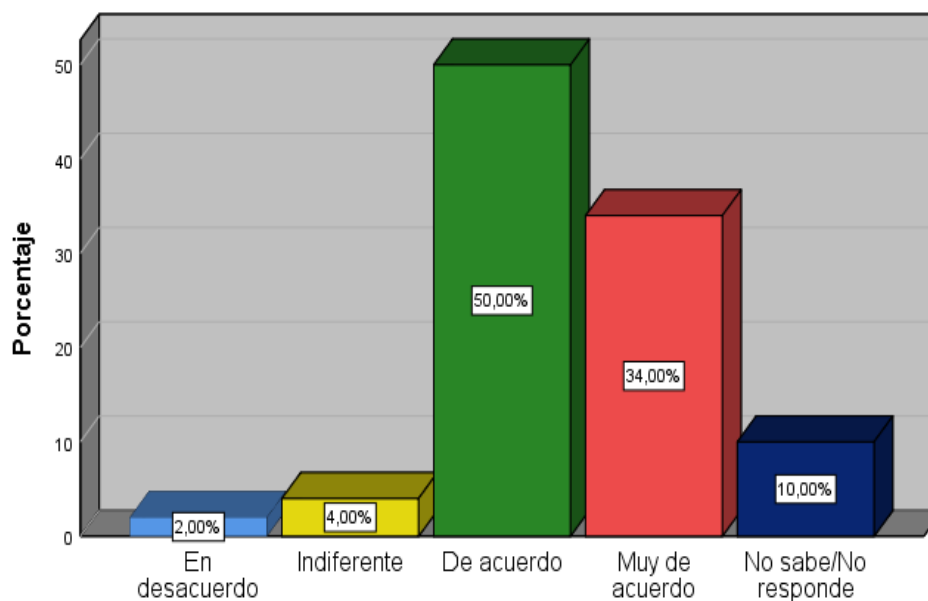
Los padres de familia se encuentran satisfechos, en cuanto a la información transmitida por el colegio. Lo cual está representado en el grafico anterior.

He tenido la oportunidad de comprobar que el colegio cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo



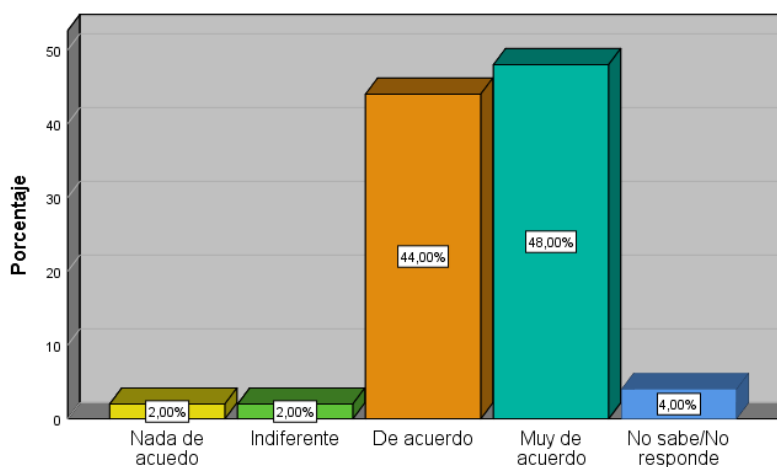
De acuerdo con las respuestas de los padres de familia, el colegio posee los elementos pertinentes para llevar a cabo sus actividades curriculares y extracurriculares, sin embargo no está demás que recurra a más o mejores elementos para encontrar así un equilibrio total de satisfacción en padres y/o acudientes.

He podido comprobar que el colegio dispone de programas y equipos informáticos adecuados para llevar a cabo su trabajo



Los padres de familia, están en acuerdo en cuanto a los programa y equipos informáticos que utiliza el colegio para orientar a los estudiantes.

El colegio da respuesta rapida a las necesidades y problemas de los usuarios

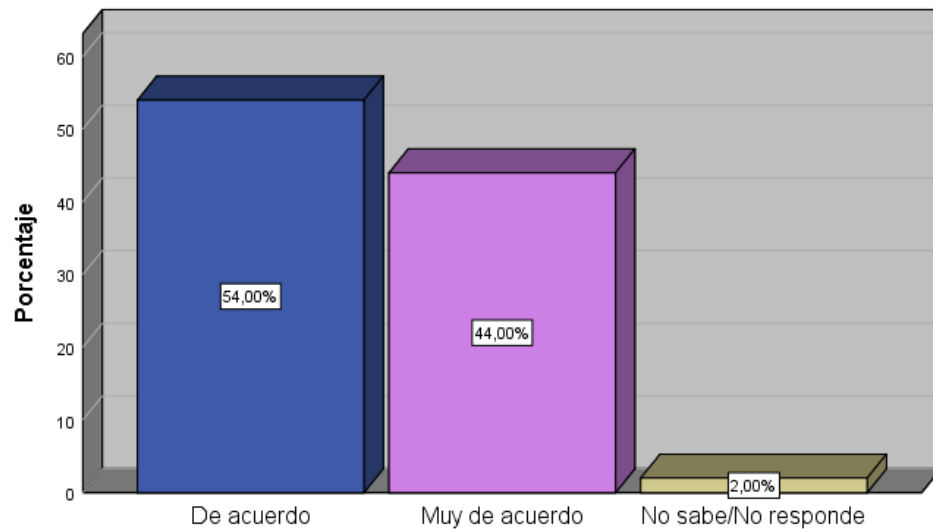


Los

padres de familia expresan la satisfacción en la resolución de sus problemas, quejas e

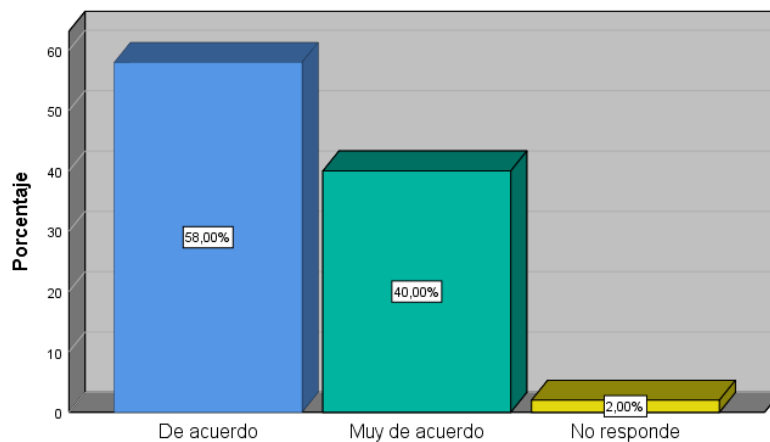
inquietudes presentadas, por lo que puede determinarse una buena administración del colegio Real san Francisco de Asís.

**He observado mejoras en el funcionamiento general del Colegio en mis distintas visitas al mismo**



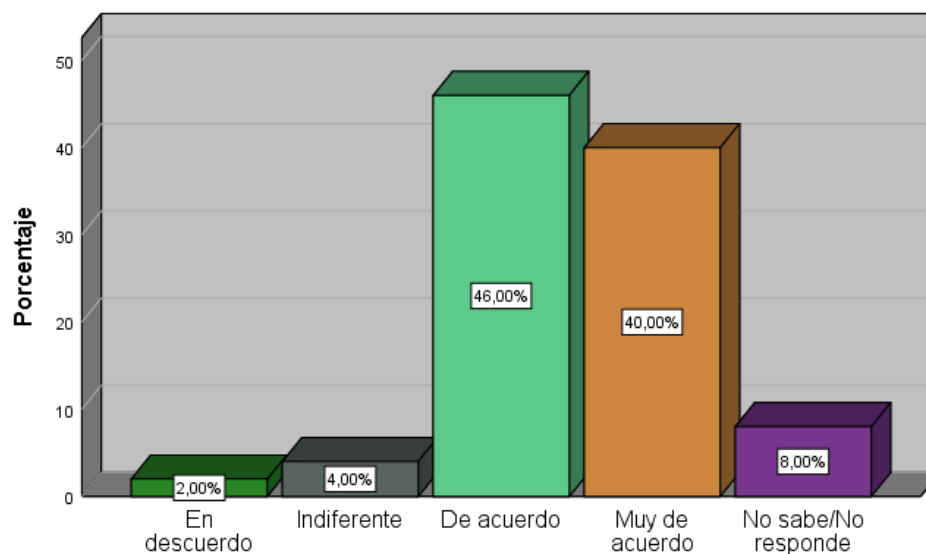
De acuerdo con los resultados expresados por los padres de familia y acudientes del colegio, estos resaltan el avance o mejoramiento del mismo cada que visitan la institución

**El colegio se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario**



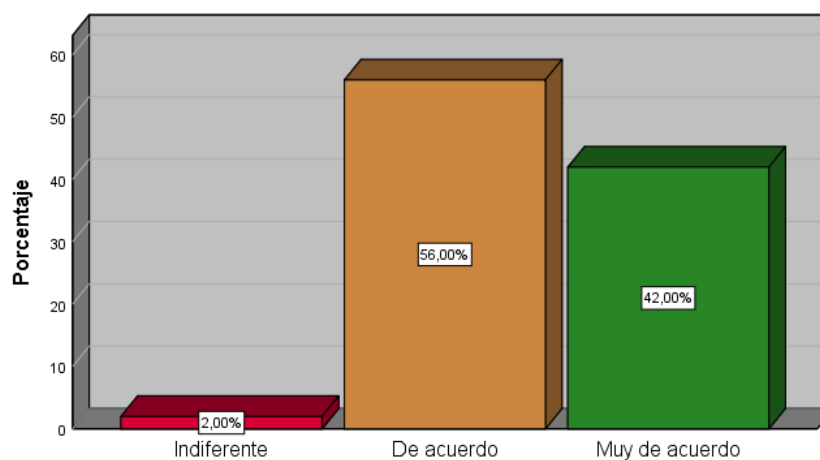
Con base a lo anterior, los padres de familia están satisfechos de tener a sus hijos en la institución, ya que expresan la satisfacción en cuando a la adaptación en la misma.

**El colegio ha solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas**



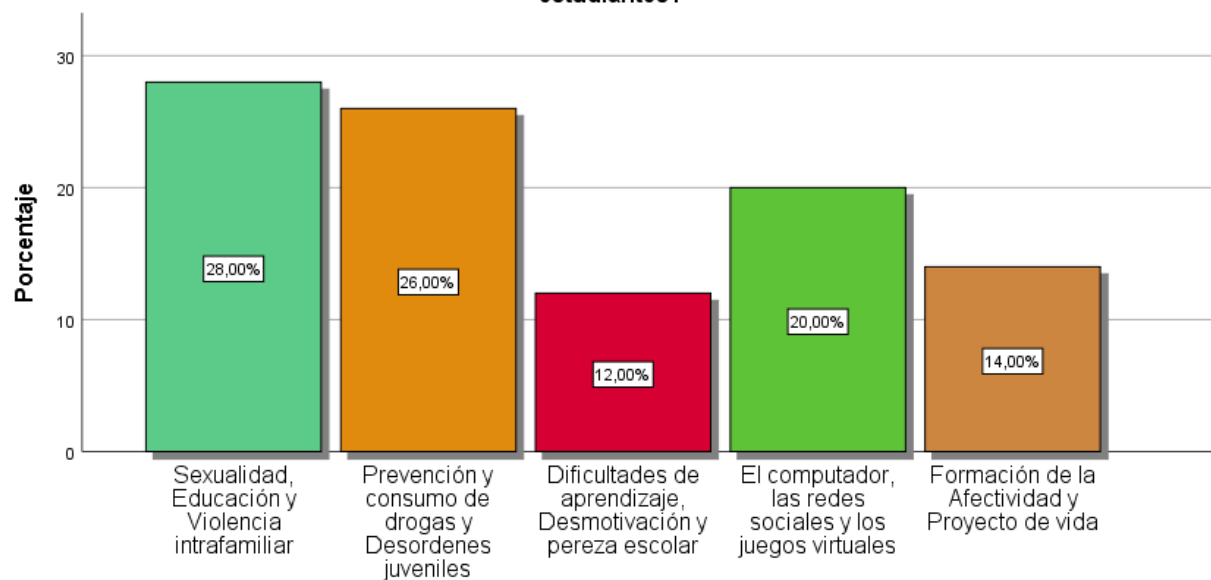
Con base a los resultados anteriores, la institución educativa resuelve o busca mejorar día a día para responder a las demandas de los padres de familia.

**Las actividades realizadas por el colegio han sido de mi interes y se ajustan a las necesidades de la comunidad**

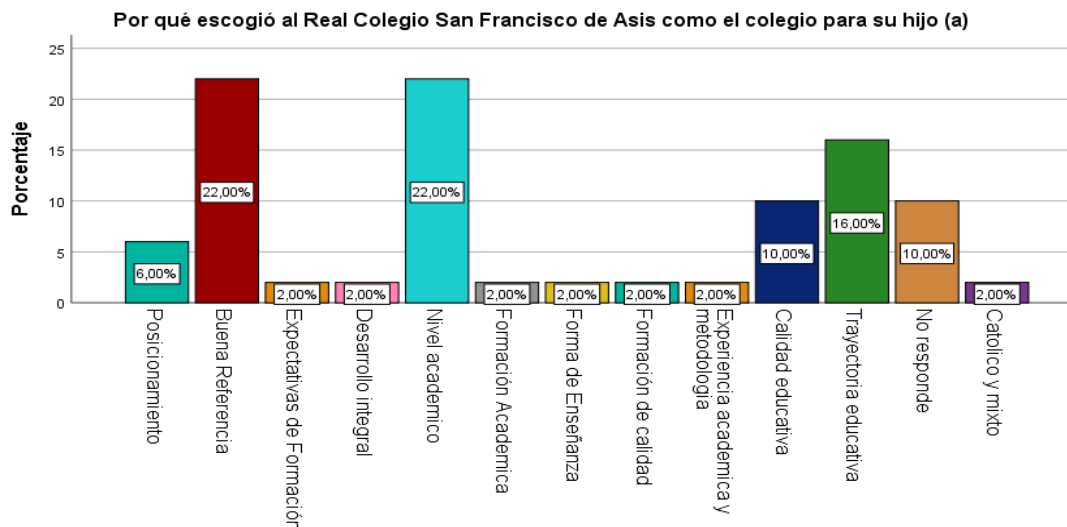


Las actividades programadas por la institución responden a la comunidad interna (Estudiantes y padres de familia) y a la externa los demás a su alrededor.

**Cuáles de los siguientes aspectos está interesado en que el colegio brinde capacitación tanto a padres como a estudiantes?**



Los padres y acudientes de la comunidad estudiantil, expresan la necesidad de que se les capacite junto con sus hijos en temas principalmente de sexualidad, educación y violencia intrafamiliar con un porcentaje de 28, pero también les parece significativo se capacite en la prevención y consumo de drogas junto con los desórdenes juveniles.



Dentro de las preferencias que los padres de familia tuvieron en cuenta para matricular a sus hijos en el Colegio Real San Francisco, encontramos con los porcentajes más significativos a: Nivel académico con un 22%, las Buenas referencias con un 22%, seguido por la trayectoria y calidad educativas con un 16% y 10% respectivamente.

### El colegio realiza la labor esperada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferente	2	4,0	4,0	4,0
De acuerdo	31	62,0	62,0	66,0
Muy de acuerdo	17	34,0	34,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

### Las reuniones generales convocadas desde la rectoría han sido de su interés

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	4	8,0	8,0	8,0
Indiferente	1	2,0	2,0	10,0
De acuerdo	32	64,0	64,0	74,0



Válido	Muy de acuerdo	12	24,0	24,0	98,0
	No sabe/No responde	1	2,0	2,0	100,0
<b>El pe famil</b>	Total	50	100,0	100,0	
Válido					

### El trato del personal con los padres de familia es considerado y amable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferente	1	2,0	2,0	2,0
	De acuerdo	23	46,0	46,0	48,0
	Muy de acuerdo	26	52,0	52,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

### El personal da la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas que tiene que realizar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada de acuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Indiferente	1	2,0	2,0	4,0
	De acuerdo	28	56,0	56,0	60,0
	Muy de acuerdo	18	36,0	36,0	96,0
	No sabe/No responde	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Cuando acudo al colegio sé que encontraré las mejores soluciones**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	De acuerdo	29	58,0	58,0	60,0
	Muy de acuerdo	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Cuando acudo al colegio, no tengo problemas en contactar con la persona que puede responder a mis demandas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada de acuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	En desacuerdo	1	2,0	2,0	4,0
	De acuerdo	25	50,0	50,0	54,0
	Muy de acuerdo	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**El colegio brinda sus informaciones de forma clara y comprensible a los padres de familia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	22	44,0	44,0	44,0
	Muy de acuerdo	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**El colegio brinda sus informaciones de forma clara y comprensible a los padres de familia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	22	44,0	44,0	44,0
	Muy de acuerdo	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**He podido comprobar que el colegio dispone de programas y equipos informáticos adecuados para llevar a cabo su trabajo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Indiferente	2	4,0	4,0	6,0
	De acuerdo	25	50,0	50,0	56,0
	Muy de acuerdo	17	34,0	34,0	90,0
	No sabe/No responde	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**El colegio da respuesta rápida a las necesidades y problemas de los usuarios**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada de acuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Indiferente	1	2,0	2,0	4,0
	De acuerdo	22	44,0	44,0	48,0
	Muy de acuerdo	24	48,0	48,0	96,0
	No sabe/No responde	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**He observado mejoras en el funcionamiento general del Colegio en mis distintas visitas al mismo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	27	54,0	54,0	54,0
	Muy de acuerdo	22	44,0	44,0	98,0
	No sabe/No responde	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

### **El colegio se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	29	58,0	58,0	58,0
	Muy de acuerdo	20	40,0	40,0	98,0
	No responde	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

### **El colegio ha solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
	Indiferente	2	4,0	4,0	6,0
	De acuerdo	23	46,0	46,0	52,0
	Muy de acuerdo	20	40,0	40,0	92,0
	No sabe/No responde	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

### **Las actividades realizadas por el colegio han sido de mi interés y se ajustan a las necesidades de la comunidad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Indiferente	1	2,0	2,0	2,0
	De acuerdo	28	56,0	56,0	58,0
	Muy de acuerdo	21	42,0	42,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**Cuáles de los siguientes aspectos está interesado en que el colegio brinde capacitación tanto a padres como a estudiantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sexualidad, Educación y Violencia intrafamiliar	14	27,5	28,0	28,0
	Prevención y consumo de drogas y Desordenes juveniles	13	25,5	26,0	54,0
	Dificultades de aprendizaje, Desmotivación y pereza escolar	6	11,8	12,0	66,0
	El computador, las redes sociales y los juegos virtuales	10	19,6	20,0	86,0
	Formación de la Afectividad y Proyecto de vida	7	13,7	14,0	100,0
	Total	50	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,0		
Total		51	100,0		

**Por qué escogió al Real Colegio San Francisco de Asís como el colegio para su hijo (a)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Posicionamiento	3	5,9	6,0	6,0

Buena Referencia	11	21,6	22,0	28,0
Expectativas de Formación	1	2,0	2,0	30,0
Desarrollo integral	1	2,0	2,0	32,0
Nivel academico	11	21,6	22,0	54,0
Formación Academica	1	2,0	2,0	56,0
Forma de Enseñanza	1	2,0	2,0	58,0
Formación de calidad	1	2,0	2,0	60,0
Experiencia academica y metodologia	1	2,0	2,0	62,0
Calidad educativa	5	9,8	10,0	72,0
Trayectoria educativa	8	15,7	16,0	88,0
No responde	5	9,8	10,0	98,0
Catolico y mixto	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	98,0	100,0	
Perdidos Sistema	1	2,0		
Total	51	100,0		

### **Anexo C.** Entrevistas a docentes de la institución educativa

• **NOMBRE:** JHO JAIRO LONDOÑO VILLAQUIRAN

1. Tiempo de vinculación en el RCSFA:

R/ Desde el año anterior

2. Grados en los que se desempeña:

R/ noveno, decimo y once.

3. ¿Qué cree que motiva a los padres de familia a matricular año tras año a sus hijos en le RCSFA?

R/ Pues a mí me parece que sigue siendo el nivel académico de los muchachos y el ingreso de los estudiantes del san francisco de asís a la universidad y a las diferentes universidades.

4. ¿Cómo ve posicionado al Real colegio San Francisco de Asís con referencia a las demás instituciones educativas privadas de la ciudad de Popayán?

R/ Eh, pues sigue siendo de los colegios con mejor nivel de Popayán, pues precisamente yo trabajo en otra parte y tengo la posibilidad de mirar a muchachos de muchos colegios y me doy cuenta que sigue estando bien posicionado.

5. ¿Qué opinión le merecen los actuales servicios prestados por el RCSFA a sus clientes (estudiantes y padres de familia) teniendo en cuenta que es un colegio privado y tomando en cuenta la tarifa en matrícula y pensión que actualmente se cobra?

R/ Pues yo considero que por el momento hacen falta cosas debido a la situación de deuda que sabemos que tiene el colegio, pero también soy consciente de que la proyección que tiene y después de que se termine de subsanar esa situación, eh, va a mejorar por que uno se da cuenta que hay cosas que se han ido mejorando a medida que las posibilidades se han ido presentando.

6. ¿Las aulas (acondicionamiento, recursos, equipamiento, iluminación, biblioteca, laboratorio...) son adecuadas para el desarrollo de su labor docente y por qué o que necesidades tienen?

R/ Bueno, en cuanto a la aulas a mí me parece que las aulas si son cómodas y tienen buena iluminación en las que se ha hecho parte de acondicionamiento en cuanto a ventilación y todo eso también se ha logrado y eso también permite un trabajo cómodo, parte del laboratorio inclusive precisamente yo acabe de hacer una campaña para tratar de restaurar un poco más este laboratorio que estaba en deterioro o en abandono más que todo y pues también considero que esto también es parte o iniciativa también de los profesores que podemos tener y en cuanto a los espacios generales del colegio pue tengo entendido que se empiezan a realizar actividades para la adecuación de corredores lo cual generaría una mayor comodidad para los estudiantes y embellecería la institución.

7. Se dice o se escucha a nivel de la ciudadanía que el RCSFA ha decaído en varios aspectos tales como el nivel académico, cobertura de estudiantes. ¿Qué opinión le merece dicho comentario? ¿Qué hacer para cambiar dicha imagen?

R/ Bueno, eh aquí hay varios aspecto, es lógico que la venida del colegio hacia las afueras de la ciudad desde un inicio pues causo gran por así decir alerta en la ciudad y si hubo una retirada grande de estudiantes, el colegio llego a un punto crítico en un momento determinado pero observando el comportamiento que se tiene ahora que volví nuevamente a la institución me doy cuenta que se está llegando a un punto de equilibrio en las cuestiones que tienen que ver con el número de estudiantes, con la cuestión económica y obviamente eso va a permitir mejores contrataciones con lo cual el nivel académico volverá a su punto aunque creo que el haber caído en su parte académica no es tal peor que l ingreso de estudiante a las universidades se ve reflejado que para realmente es la verdadera medida que existe para un colegio como este y lo



otro es que como manejar gente de diferentes colegios me he dado cuenta que realmente no hay tal o si hablamos de una decadencia hablamos en general de una decadencia de los colegios privados donde hay tres o cuatro colegios que repuntan de ahí para abajo uno se da cuenta que hace falta mucho, no solo en el san francisco si no en Popayán.

8. De forma general, ¿Como considera el nivel académico actual del Real colegio San Francisco de Asís y por qué?

R/ En este momento veo un buen nivel académico, creo que ha habido una mejoría bastante grande y creo que ha hecho por así decir un esfuerzo por traer personas que han en momento determinado brindado buenos resultados a la institución y me parece que esa apuesta con la gente que tiene experiencia debe seguir brindando para seguir mejorando ese nivel académico, veo en este momento que vamos por buen camino.

9. ¿El actual desempeño académico o mejor el servicio académico prestado en el RCSFA responde a las exigencias del mundo moderno, a las directivas del MEN en cuanto a estándares de derecho básicos de aprendizaje?

R/ Si claro, obvio, se manejan los lineamientos nacionales, se ofrecen garantías, igual no nos podemos salir de estos estándares.

10. Año tras años se tiene una gran preocupación por el numero de estudiantes matriculados en el RCSFA. ¿Cuál cree usted son las causas para que se esté dando este fenómeno y que hacer para revertir esta situación

R/ Bueno, las causas iniciales no cierto pues como lo dijimos hace un momento viene dadas más hacia la lejanía anuqué realmente en este momento eso ya empieza a dejar de ser un problema pues debido a que la ciudad se está expandiendo a esta zona y yo considero que eso va poco a poco a dejar de ser problema.

11. ¿Considera usted que la solución para que el mejoramiento de la situación económica del RCSFA este dada en el hecho de que se estén generando nuevos proyectos de vivienda alrededor de la institución y por ende mayor población se encontrara ubicada junto a la institución?

R/ Totalmente, esto es una realidad que no se puede negar y adicionalmente el apostarle a lo académico y lo convivencia de un amañera es algo va llamar mucho la atención, yo soy una de las personas que considera que lo bueno donde sea se usa.

12. ¿A nivel del área de la sección en las cuales usted se desempeña, que se viene adelantando para el mejoramiento o por el mantenimiento del RCSFA?

R/ Uy, pues ahí si mira yo llegue y acabo de llegar hace aproximadamente hice la adecuación de los laboratorios de física que era realmente , lo tenían como un salón de archivo y esto que ves en este momento es gestión que realice con una actividad con los muchos y eso ha llamado la atención de los muchos donde ellos respetivamente han empezado s realizar propuestas ya que se dan cuenta que cuando un mete el empeño las cosas pueden salir adelante, les ha gustado la manera como se está adecuando el laboratorio y quieren seguir apoyando esta causa.

13. ¿Cuáles son las principales fortalezas que tiene el RCSFA con referencia a otras instituciones de la ciudad?

A mi me gusta, siempre lo he dicho me gusta de colegió san francisco de asís que yo veo que los muchacho a pesar que se omiten a una gran exigencia académica, y aquí se deja exigir, si me gusta mucho yo siento a los muchachos son libres los siento felices y que pesar de que el colegió quede tan distante la de caución física los muchachos son felices.

14. ¿Cuáles son las principales debilidades que tiene el RCSFA con referencia a otras instituciones de la ciudad?

R/ Debilidad como lo hemos manifestado la lejanía, y debilidad la falta adecuación física en especial de las zonas comunes, osea, más que todo más llevado al embellecimiento ya de pronto una debilidad que yo sé que este colegio en unos años la planta física va quedar pequeña por que yo se que vamos a tener mucha gente acá.

15. A nivel de gestión empresarial. ¿Que considera usted que se tiene que apropiar a nivel directivo para mejorar servicios, nivel académico, imagen, número de estudiantes matriculados en el RCSA?

R/ ..... Pues yo considero que ahí el rector debe ser un persona que se debe encargar mucho mas de es agestión osea para el rector tiene que mostrarse más por fuera y hacer gestión externa para que os coordinadores realicen la gestión interna, considero que un de las principales fallas que existen es que el rector está haciendo mucho trabajo interno que para mí no le corresponde en su roll de rector que tiene más que ser un gestión administrativa, en este momento generar o traer más recursos y más número de estudiante a institución.

• NOMBRE: Luz del Carmen Oaxaca

1. Tiempo de vinculación en el RCSFA:

R/ más o menos entre 14 y 15 años

2. Grados en los que se desempeña actualmente:

R/ en este momento estoy con preescolar El Gran jardín.

3. qué motiva a los padres de familia a matricular a sus hijos año tras año en el Real San Francisco de Asís.

R/ Pues siempre la gran motivación ha sido como el aspecto académico no que siempre se ha destacado en este aspecto y algo más que se le puede sumar es la formación integral que se Aquí porque aparte de formar en lo académico dedicarle a la mayoría en las universidades públicas Pues también se trabaja la parte humana de ellos.

4. ¿Como ve posicionado al Real colegio San Francisco de Asís con referencia a las demás instituciones educativas privadas de la ciudad de Popayán?

R/ afortunadamente siempre el colegio se ha mantenido en los primeros puestos de pronto no en el primer puesto, pero jamás hemos bajado por lo menos de los mejores 8 colegios siempre nos estaba Por encima.

5. ¿Qué opinión le merecen los actuales servicios prestados por el RCSFA a sus clientes (estudiantes y padres de familia) teniendo en cuenta que es un colegio privado y tomando en cuenta la tarifa en matricula y pensión que actualmente se cobra?

R/ Pues yo creo que compensa no el costo que paga cada padre de familia pues un costo elevado pues obviamente no es económico porque es un colegio privado toda digamos la parte la parte financiera depende de ello las pensiones que pagan los papitos, pero creo Es decir si compensa porque aquí se les brinda una buena educación es decir una buena formación.

6. ¿Las aulas (acondicionamiento, recursos, equipamiento, iluminación, biblioteca, laboratorio...) son adecuadas para el desarrollo de su labor docencia y porque o que necesidades tienen?

R/ si son adecuadas pues como en todo hay cosas por mejorar, pero por lo menos las condiciones básicas las tiene todas las aulas que tú acabas de mencionar cositas para mejorar como en todos los días hay que mejorar algo Igual acá hay cositas por mejorar.

7. Se dice o se escucha a nivel de la ciudadanía que el RCSFA ha decaído en varios aspectos tales como el nivel académico, cobertura de estudiantes. ¿Qué opinión le merece dicho comentario? ¿Qué hacer para cambiar dicha imagen?

R/ pues lo que pasa es que no es solamente en el colegio, no, osea a nivel general la educación últimamente ha decaído mucho osea no podríamos de pronto dejar aparte en San Francisco cómo colegio porque no es solamente, a nivel de colegios están bien de

universidades La educación ha decaído mucho hay cosas que también se han perdido y creo que estamos enfrentados a uno a un nuevo público no podemos hablar de los estudiantes de ahora Comparado con los 20 o 30 años atrás y entonces ese es un es un aspecto que no sólo los de los docentes deben mejorar son muchas cosas que ellos no traen ni siquiera desde casa desde los hogares se han perdido muchas cosas Por ende se ve afectada la educación.

8. De forma general, ¿Como considera el nivel académico actual del Real colegio San Francisco de Asís y por qué?

R / Yo lo considero muy bueno precisamente por los aspectos que te mencioné en la primera pregunta estamos enfocados con la parte académica con la parte académica, pero estamos trabajando otras partes como tal antes de ser unos seres pensantes súper inteligentes estamos trabajando en la parte de la personalidad los valores que se han perdido mucho en este tiempo.

9. ¿El actual desempeño académico o mejor el servicio académico prestado en el RCSFA responde a las exigencias del mundo moderno, a las directivas del MEN en cuanto a estándares de derecho básicos de aprendizaje?

R/ pues nosotros en este momento vamos con lo que está estipulado por el Ministerio, cierto? estamos ahí dentro de los parámetros educación para ejercer como buena institución educativa. Eh, que de pronto se hayan quedado por ahí algunas cosas si pero tal vez es porque a nosotros también nos hace falta un poco de capacitación a nosotros en avanzar en lo moderno que tú estás diciendo que pronto se nos vaya quedando algunas cositas pero pues no es del todo que estemos quedados y algunas cosas por mejorar ahí.

10. Año tras años se tiene una gran preocupación por el número de estudiantes matriculados en el RCSFA. ¿Cuál cree usted son las causas para que se esté dando este fenómeno y que hacer para revertir esta situación?

R /Bueno yo pienso que las principales causas, eh, pueden ser de pronto el aspecto económico mantener un estudiante aquí es complicado porque es la pensión qué tienen que Cancelar ellos mensualmente aparte de eso hay que sumarle el transporte la lonchera eso puede ser Otro aspecto es de pronto que estamos un poco retirados de la ciudad o sea apenas nos estamos poblando hace poco que tenemos vecinos pero hace unos dos o tres años no teníamos vecinos estábamos super alejados y creo que ese es un factor por el que los papás lo piensan antes de traer un estudiante acá no por la parte académica porque en eso siempre nos hemos mantenido en alto.

11. ¿Considera usted que la solución para que el mejoramiento de la situación económica del RCSFA este dada en el hecho de que se estén generando nuevos proyectos de vivienda alrededor de la institución y por ende mayor población se encontrara ubicada junto a la institución?

R/ yo digo que puede ser, no es definitivo puede ser, claro, nos han llegado bastantes estudiantes que están por aquí cerca, Pero eso no es lo que lo mantiene porque igual Contamos con estudiantes hasta fuera del sector urbano tenemos estudiantes de Timbío que vienen y siempre los hemos venido eso nos puede ayudar, pero no es del todo apenas nos estamos empezando a poblar entonces creo que es mejor la calidad del colegio Siempre ha sido muy destacada.

12. a nivel del área de la sección en las Cuáles usted se desempeña que se viene adelantando para el mejoramiento o por el mantenimiento del Real colegio San Francisco de Asís?

R/ Bueno nosotros estamos adelantando unos proyectos Qué son de la autoría de una compañera Pero que obviamente está desarrollando en todo el preescolar UMM que más la atención el servicio estamos más pendientes de eso y de mirar cómo las necesidades qué tiene los papitos de hoy en día porque si miramos en este momento eh, todos los papitos trabajan Generalmente papá y mamá trabajan Ciertamente ellos que necesita aparte en dejar a un niño

en el colegio para que les enseñen estoy contento que esté feliz que pasé una mañana amena y eso es lo que hacemos nosotros acá en el preescolar ósea trabajamos la parte Pero no podemos decir la parte lúdica Qué es la que en realidad hace feliz a los niños Tratamos de que se sientan bien de cómo se guarda.

13. Cuáles son las principales fortalezas que tiene el real colegio San Francisco de Asís con referencia a otras instituciones en la ciudad?

R/ Bueno las principales fortalezas se han contestado ya a lo largo de la encuesta bueno la parte académica la cual nos hemos mantenido estables la formación humana de los estudiantes em, algo nuevo en las diferentes áreas Se desarrollan proyectos diferentes por ejemplo voy a hablar de unos dos o tres:

por ejemplo en la parte contable el profesor Norman Qué es el que maneja aparte él trabaja la feria emprendimiento hasta ahora es algo novedoso muchos colegios no han tomado pero creo yo se inició aquí en el colegio eh, acá hacemos el día de la ciencia ese es otro proyecto del área de ciencias naturales donde los estudiantes hacen un proyecto Ponen un proyecto científico donde ellos tengan que hacer la investigación respectiva... mmm, qué más podría ser no y el mantenernos siempre constantes en que el estudiante aprenda se ubiquen en las mejores universidades del país No solamente a nivel local sino nacional.

14. Cuáles son las principales debilidades que tiene el real colegio San Francisco de Asís con referencia a otras instituciones de la ciudad?

R/ las debilidades es lo que yo te mencionaba como estar muy retirado digámoslo así del casco urbano al principio estábamos en una Vereda en este momento ya estamos dejando de estar en una Vereda porque se está poblando todo este sector, Los costos son bastante altos, la pensión que ellos deben Cancelar cada mes a veces pienso que un factor que nos debilita un poco es Pues hay muchos cambios de rectoría de una administración a otra obviamente algo

tiene que pasar porque son personas diferentes vienen con cosas diferentes pues obviamente algo tiene que pasar porque son personas diferentes con cosas diferentes y a veces no hay continuidad con lo que se había planteado.

16. a nivel de gestión empresarial ¿Que considera usted que se tiene que apropiar a nivel directivo para mejorar servicios de, nivel académico, imagen, número de estudiantes matriculados en el Real colegio San Francisco de Asís?

R/ Yo pienso que las 3a aparte de que debe haber una capacitación importante no sólo para el personal docente sino para todas las personas que laboran actualmente en institución.

•DEBREY JULIAN PLAZA.

1. ¿Tiempo de vinculación al Real colegio San Francisco de Asís?

R /Cómo ex alumno soy promoción 90, como docente este mi segundo año.

2. Grados en los que desempeña sus labores?

R/ El grado quinto de primaria grado sexto media y Novenos y décimos y 11.

3. ¿Qué cree que motiva a los padres de familia matricular año tras año a sus hijos en el Real colegio San Francisco de Asís?

R/Considero que el buen nombre que el colegio ha mantenido históricamente es el colegio más antiguo sí, aunque ha cambiado su nombre empresa es el de mayor tradición aquí en Colombia y es el que aportado mayores personas de bien en el sentido de ser líderes para el cauca.

4. ¿Cómo ve usted posicionado al Real colegio San Francisco de Asís con referencia a las demás instituciones educativas privadas en la ciudad de Popayán

R/ Depende si tú me dices un indicador de evaluación nos basamos exclusivamente en algo que sea de tipo académico, en otras palabras las pruebas de estado saber ICFES pues diría que debemos seguir mejorando en ello sí, pero si tú me hablas a nivel a nivel integral para mí es el



mejor colegio de aquí de Popayán Por qué razón Porque no solamente está pendiente de la parte académica sino de integralmente la parte artística la parte cultural la parte deportiva y eso tiene un Good Will que le da al colegio Un Plus de más En referencia a los demás

5. ¿Qué opinión le merece a los actuales servicios prestados por el real de San Francisco de Asís a sus clientes estudiantes y padres de familia teniendo en cuenta que es un colegio privado y tomando en cuenta la tarifa de matrícula y pensión que actualmente se cobra

R/ Me parece que si tomamos el último componente pienso que el colegio para lo queda podría merecer un poco más de tarifa Para matrícula a de más que beneficiaría a los estudiantes pienso que de los colegios privados más económicos y pues tú sabes que un colegio privado Se mantiene de qué del rubro que dan los Padre de familia entonces pienso que no es suficiente para todo lo que se podría realizar.

6. ¿las aulas (acondicionamiento, recursos equipamiento, iluminación, biblioteca laboratorios) son adecuadas para el desarrollo de su labor docencia y por qué o qué necesidades tienen?

R/ Yo pienso que el colegio tiene que dar un Salto y esa es alto tiene que ver con las TIC tiene que estar más de Cara a que la tecnología Haga parte de nosotros Como una herramienta más en él pedagógico del que hacer cotidiano.

7. Se dice o se escucha a nivel de la ciudadanía que el RCSFA ha decaído en varios aspectos tales como el nivel académico, cobertura de estudiantes. ¿Qué opinión le merece dicho comentario? ¿Qué hacer para cambiar dicha imagen?

R/ pienso que el estudiantado es vital el Padre de Familia Lo mismo para un para un mejoramiento y posicionamiento estamos en una ciudad en dónde él lleva y trae es como muy cotidiano y más que todo negativo yo invitaría a las personas que se acerquen a que miren Cuáles

son los procesos que se realizan internamente antes de opinar si como bien lo dije antes son 2 indicadores 1 de ICFES, pero al interior del colegio de vida una cuestión muy diferente.

8. de forma general ¿Cómo considera el nivel académico actual del Real colegio San Francisco de Asís y por qué?

R / pienso que se puede mejorar. ¿Por qué razón? - porque en algunas materias de pronto se están posicionando en reestructuración de áreas Y se debe tener en cuenta mayor capacitación a los docentes es urgente.

9. ¿El actual desempeño académico o mejor el servicio académico prestado en el RCSFA responde a las exigencias del mundo moderno, a las directivas del MEN en cuanto a estándares de derecho básicos de aprendizaje?

R / no al 100% hubo un porcentaje, pero es como te decía urgente seguir en el proceso de reestructuración de dictar las necesidades a la población payanes.

10. Año tras año se tiene una gran preocupación por el número de estudiantes matriculados en el Real colegio San Francisco de Asís ¿Cuál cree usted que son las causas para que se esté dando este fenómeno y que hacer para revertir esta situación?

R/ pues en ese sentido no no podría contestar a tu pregunta porque como lo dije anteriormente Este es mi segundo año entonces antes por lo contrario veo que es positivo estamos en una zona donde se está dando construcciones aledañas y unos extractos que económicamente creo que fortaleciendo en futuro al colegio veo que el colegio está creciendo o sea no entendería la pregunta teniendo en cuenta años anteriores porque lo desconozco pero tú me preguntas del año pasado para empezar entramos con 30 estudiantes tema y últimamente ha crecido más yo creo qué más o menos 60 Osea que eso constituyen dos salones de hecho hubo una necesidad de crear un curso y vemos que tú para mí para calidad de educación Yo veo que va creciendo.

11. ¿considera usted que la solución para el mejoramiento de la situación económica del Real colegio San Francisco Asís está el hecho de que está generando unos proyectos de vivienda alrededor de la institución y Por ende mayor población se encontrará ubicada junto a la institución?

R/ dos cosas, evidentemente el hecho de que se empiecen poblar los sectores alrededor en unos años va a beneficiar al colegio Obviamente con la calidad de Educación que se ve y se dé a conocer pero hay que tener en cuenta que se puede el colegio es un pasivo las instalaciones es un pasivo muerto ahí había unas ideas en torno a que la cancha de fútbol sintética se ofreciera la comunidad payanesa Y hay otras cuestiones por ejemplo en la parte de los proyectos de paz y demás.

12. ¿A nivel del área y de la sección en las cuales usted se desempeña, que se viene adelantando para el mejoramiento o por el mantenimiento del Real colegio San Francisco de Asís?

R/ El año pasado que me invitaron a una yo hice el área mejor Castellano y literatura encontré un plan de área algo anacrónico y lo que se ha hecho es reestructurar y empezar a capacitar a los docentes y crear conciencia de porque la importancia de los muchachos que le haya 1 y 2 libros Y pues la idea mía ver como mínimo 20 pero me encontré que ni siquiera había hábitos de estudio ni de lectura Entonces ha tocado empezar de Cero en ese sentido

13. ¿Cuáles son las principales fortalezas que tiene el real colegio San Francisco de Asís por la referencia o tradiciones de la ciudad?

R/ Indudablemente la calidad humana servicio y hermandad es nuestro lema y tú hablas con un muchacho y cuando estás en la universidad los muchachos de San Francisco se destacan por

ser parte humanitaria por la sencillez por la caballerosidad por tener clase no es tener dinero tener clase de ser buena persona.

14. Cuáles son las principales debilidades que tienen real colegio San Francisco de Asís con referencias de instituciones de la ciudad.

R/mmm no empezar procesos que le permitan estar acordes tecnológicamente Como le decía los falta mayor capacitación para algunas áreas en este momento te podré decirte esas dos.

15. a nivel de gestión empresarial que considera usted que se tiene que copiar dirección para mejorar servicios académicos número de matriculados en el colegio San Francisco de Asís.

R/ Sería bueno que mirará más allá de las paredes de Popayán es una fundación y puede realizar convenios con ONG que hagan parte de la Unión Europea dónde se presentan proyectos y se puede recibir algo económico que mejore las instalaciones del laboratorio dotación para el colegio.

• NOMBRE: ELCY HOYOS

1. tiempo de vinculación el real colegio San Francisco de Asís.

R/ Desde el 95 hasta el 2018, 23 años.

2. Grados en los que desempeña sus labores actualmente?

R/ Pues en primaria primero segundo tercero

3. ¿qué cree que motiva a los padres de familia matricular año tras año sus hijos en el Real colegio San Francisco de Asís?

R/ Por la formación integral que se les da la formación en valores y lo académico también.

4. ¿Cómo ve usted posicionado al Real colegio San Francisco de Asís con referencia a las demás instituciones educativas privadas de la ciudad de Popayán?

R/ Bueno, estamos en un en un nivel superior, pero tenemos que tener en cuenta que queremos estar en un nivel muy superior pero más arriba que otras instituciones.

5. ¿Qué opinión le merecen los actuales servicios prestados por el real colegio San Francisco de Asís a siguientes estudiantes y padres de familia teniendo en cuenta que es un colegio privado y tomando en cuenta la matrícula y pensión que actualmente se cobra?

R/ pienso que realmente la tarifa es cara servicio que se está cobrando por qué hay elementos que ya están en mal estado los juegos están mal uno hace una recomendación y no la tienen en cuenta nos está dando la danza como tal hay muchos aspectos que han se han desmejorado y que creo que y no hay una sala de sistema bien dotada pienso que no que nos está dando como como el servicio en cuanto a esos elementos.

6. ¿Las aulas (acondicionamiento, recursos, equipamiento, iluminación, biblioteca laboratorios...) son adecuadas para el desarrollo de su labor docencia y por qué o qué necesidades tiene.?

R/ no están bien acondicionada en los salones por ejemplo de mi salón específicamente en el salón brilla mucho el tablero los niños no ven las aulas son calurosas no hay ventilación en todos los lugares hace mucho calor.

7. Se dice o se escucha a nivel de la ciudadanía que el RCSFA ha decaído en varios aspectos tales como el nivel académico, cobertura de estudiantes. ¿Qué opinión le merece dicho comentario? ¿Qué hacer para cambiar dicha imagen?

R/ Pues debe haber una exigencia en la convivencia y ha bajado o ha deteriorado la convivencia es necesario que se vuelva a tomar esa autoridad con respecto a los estudiantes y a los padres de familia.

8. De forma general ¿Cómo considera el nivel académico actual del Real colegio San Francisco de Asís y por qué??

R/ Bueno me han perdido hábitos de estudio los padres de familia Ya no son exigente hay profesores que No exigen también como Cómo Hay unos que sí como en toda parte hay.

9. ¿En actual desempeño académico o mejor de servicio académico prestada en el Real colegio San Francisco de Asís responde a las exigencias del mundo moderno a las directrices del MEN en cuanto los estándares y derechos básicos de aprendizaje?

R / si en nosotros entregamos nuestros planes están acomodados a los conceptos básicos de cada grado y eso sí Tratamos de hacerlo.

10. Año tras año se tiene una gran preocupación por el número de estudiantes matriculados en el Real colegio San Francisco de Asís ¿Cuál cree usted que son las causas para que se esté dando este fenómeno y que hacer para revertir esta situación?

R/ De pronto la situación económica de pronto el lugar donde está ubicado el colegio Pues cuál sería la situación hacer un estudio de una misión más allá ir más adelante de los otros colegios en muchos aspectos para que ellos puedan escoger el colegio nuestro.

11. ¿Considera usted que la solución para el mejoramiento de la situación económica del Real colegio San Francisco Asís está en el hecho de que se está generando nuevos proyectos de vivienda alrededor de la institución y Por ende mayor población encontrará ubicada junto a la institución?

R/ Es lógico que si hay más población el colegio se va a buscar con más con más estudiantes, Pero si se llega a una mejor calidad en cuanto a lo académico y convivencia porque si no vendrían acá.

12. ¿A nivel del área y de la sección que se viene a del para o por el mantenimiento del Real colegio San Francisco de Asís?

R/ Desde aquí estamos tratando de trabajar en la lectura comprensión de lectura el cálculo mental trabajamos mucho conectado cálculo mental y formando valores, tratando de que los

estudiantes se formen en valores aprendan a convivir con sus compañeros mucho diálogo con sus padres de familia tratando de ser como pendiente con ellos para que las cosas vayan mejorando.

13. Cuáles son las principales fortalezas que tiene al Real colegio San Francisco de Asís con Referencia a otras instituciones de la ciudad.

R/ Aquí hay una buena relación de docentes estudiantes la formación en valores tanto a nivel académico se trata de superar dificultades de ayudar a los muchachos que vean a los docentes como como sus amigos, pero también con exigencia.



14. ¿Cuáles son las principales debilidades que tiene el real colegio San Francisco de Asís con referencia a instituciones de la ciudad?

R/ La convivencia puede ser que sea tanto en la autoridad ósea y mucha perseverancia de parte del coordinador de los padres de familia están como queriendo mandar el proceso que se lleva una institución celosa da mucha flexibilidad a los padres de familia ser un poco más de exigencia con él.

15. A nivel gestión empresarial ¿Que considera usted que se tiene que apropiar el nivel directivo para mejorar servicios, nivel académico, imagen, número de estudiantes matriculados en el colegio San Francisco de Asís?

R/ Bueno desde la parte directiva ya le hemos dicho al rector que debe que debe gestionar con entidades alimentando la planta física para ir adquiriendo muchas cosas que necesitamos, él debe ser esa gestión es función del rector y dejar que el coordinador haga su labor como coordinador.

## Anexo D. Encuestas externas

	<b>ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A CLIENTES</b>	
	<b>REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASIS</b>	
<b>Nombre:</b> _____		
<b>Edad:</b> _____ <b>Fecha:</b> A _____ M _____ D _____ <b>Genero:</b> F _____ M _____		
<p>- Marque con una X las siguientes respuestas, o encierre en un círculo si considera necesario.</p>		

<b>PREGUNTAS</b>
------------------

<b>Encuesta externa</b>
-------------------------

1. Tienes hijos o familiares que se encuentren actualmente estudiando en alguna institución educativa de la ciudad.

Si

no

2. En que institución educativa estudian en la actualidad.

\_\_\_\_\_

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pensión escolar?

- a. 100.000 a 200.000
- b. 200.001 a 400.000
- c. 400.001 a 600.000
- d. De 600.000 en adelante



4. ¿Qué factores considera determinantes al escoger una institución educativa?

- a. Calidad escolar
- b. Infraestructura
- c. Ubicación
- d. Costo de matrícula y pensiones
- e. Actividades Extracurriculares
- f. Otro. \_\_\_\_\_

• Si su respuesta fue actividades extracurriculares, responda la siguiente pregunta.

4.1. ¿Qué actividades extracurriculares le gustaría que ofertara el colegio?

- a. Servicios culturales.
- b. Deportes.
- c. Actividades Sociales.
- d. Actividades Socioculturales

5. A nivel escolar prefiere:

- a. Educación privada
- b. Educación pública

6. ¿Qué percepción tiene de la educación privada a nivel de Popayán?

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Regular
- d. Mala
- e. Pésima

7. ¿Por qué medio prefiere recibir noticias institucionales?

- a. Televisión
  - b. Redes Sociales
  - c. Voz a voz
  - d. Periódico estudiantil.
  - e. Radio
  - f. Otro.
- \_\_\_\_\_

8. ¿Conoces o has escuchado del colegio Real San Francisco de Asís?

No

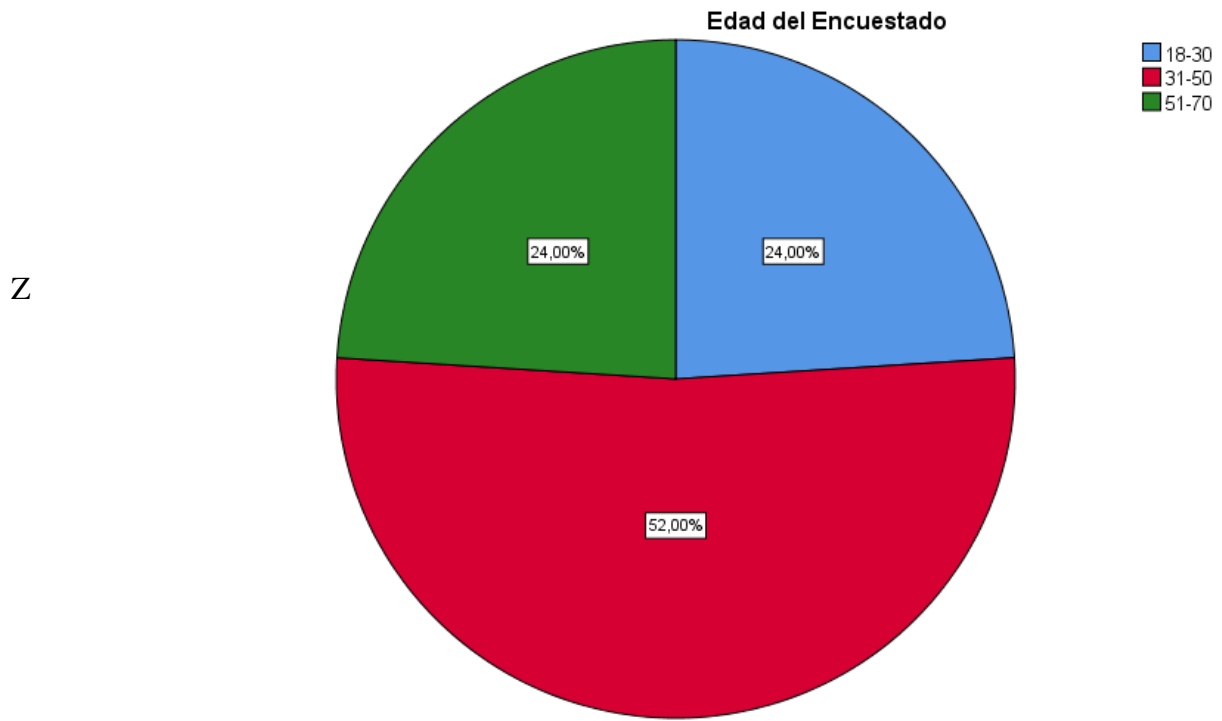
(Si su respuesta es sí, vaya a la pregunta 9. Si su respuesta es no vaya a la pregunta 10)

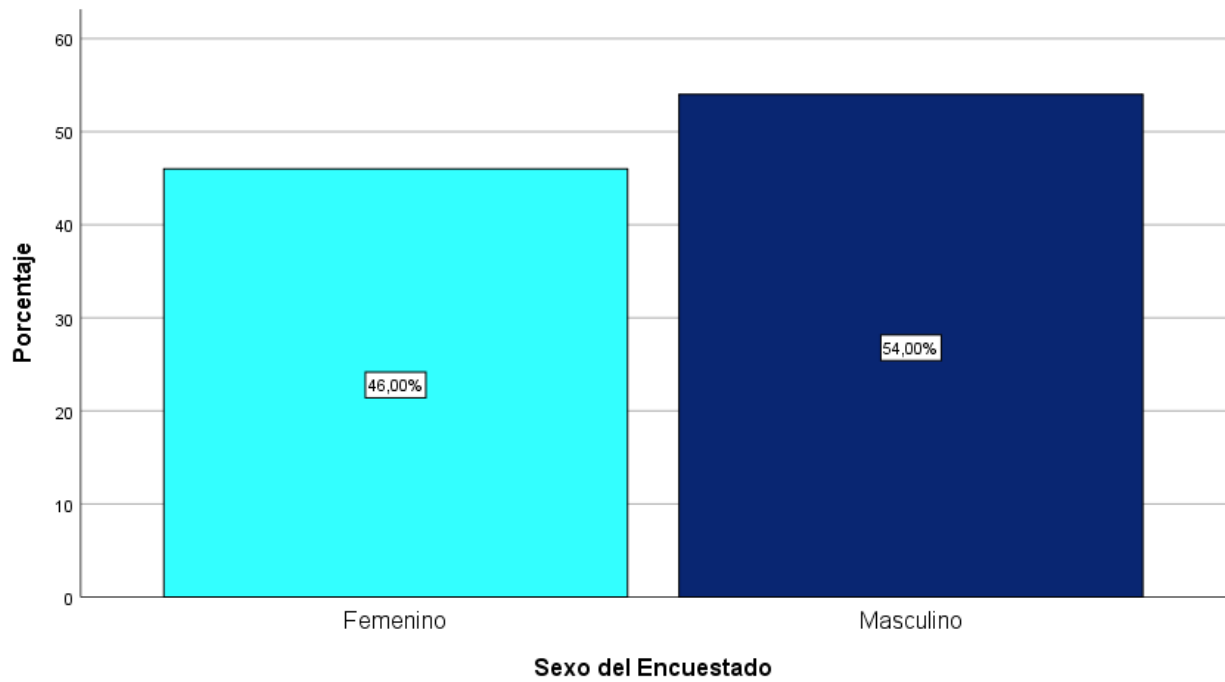
9. ¿Qué referencia tiene de la institución a nivel académico?

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Regular
- d. Mala
- e. Pésima

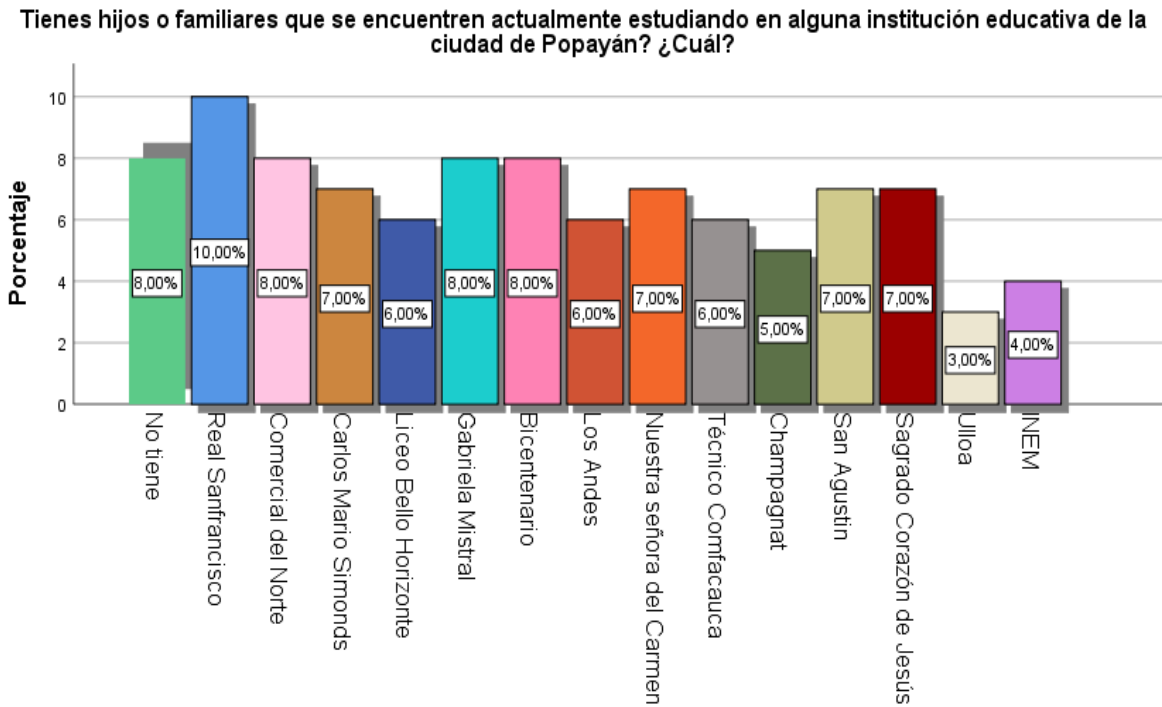
10. ¿Sabías que actualmente la institución Educativa Real Colegio San Francisco de Asís, cuenta con emisora propia?

Anexo E. Análisis de encuestas y gráficos





1 Tienes hijos o familiares que se encuentren actualmente estudiando en alguna institución educativa de la ciudad de Popayán? ¿Cuál?



El gráfico resume la cantidad de colegios como opciones y respuestas de las (100) cien personas entrevistadas. Puede identificarse que la mayor parte de estos con un 10% corresponden al Colegio Real San Francisco, puesto que es nuestro objetivo tener sus opiniones como fin determinante del estudio de mercadeo.

Con 8 y 7 % encontramos a, el Bicentenario, Gabriela Mistral, comercial del Norte, San Agustín, Champagnat, y el sagrado corazón de Jesús, como otro porcentaje representativo, responde que no tienen hijos o familiares en alguna institución educativa a lo cual puede ser porque las personas que dieron esta respuesta se encuentran en edades entre los 18 y 30 años.

Los resultados inferiores a los porcentajes mencionados responden a instituciones públicas y privadas de Popayán y se encuentran entre 3 y 6%.

RESULTADO: cabe resaltar que el 10% obtenido para EL REAL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASIS no es una muestra representativa teniendo en cuenta que los encuestados en encuentran ubicados en zonas muy cercanas a la institución.

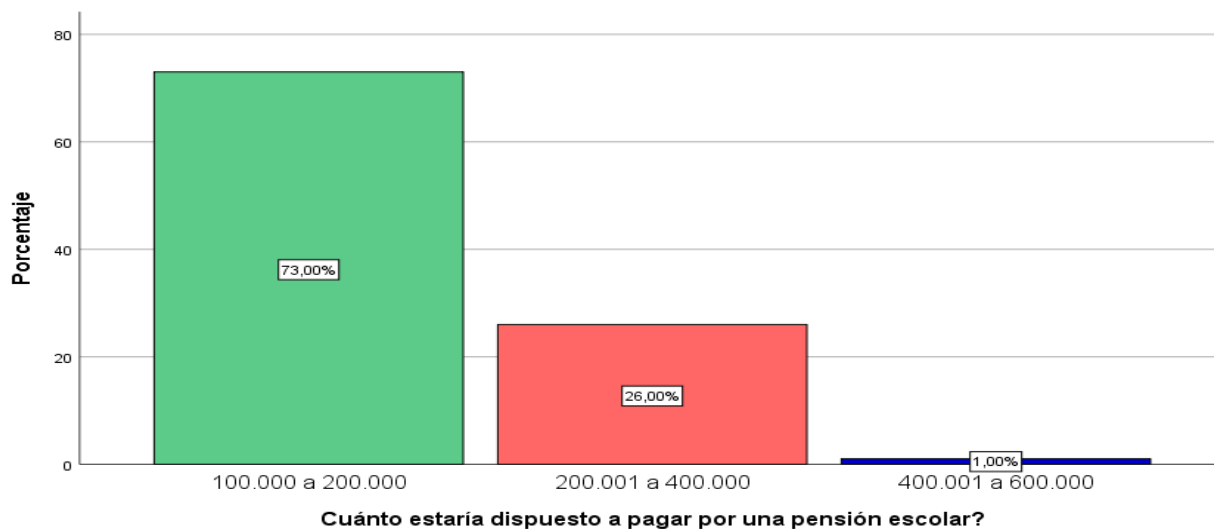
## 2. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pensión escolar?

### ANALISIS:

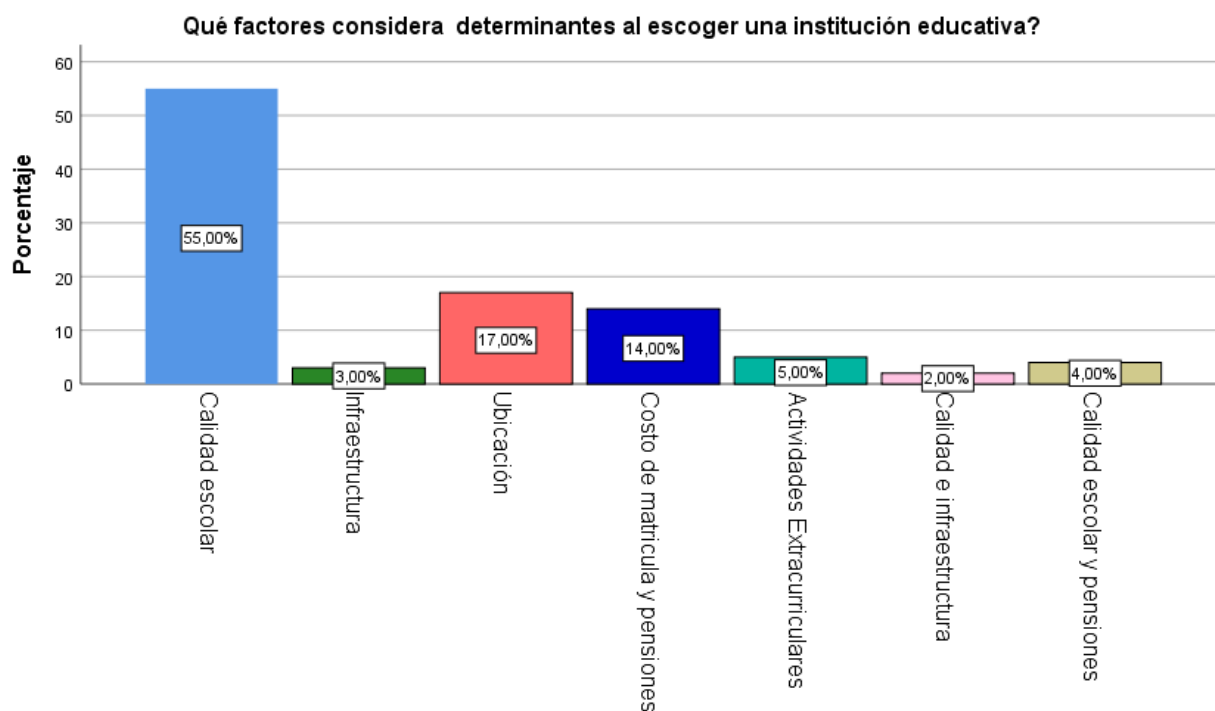
Es posible evidenciar que en la mayoría (73%) los costos bajos de la pensión escolar inciden de manera significativa en las personas, lo cual puede darse por diversos casos entre ellos el costo de vida de cada una de las familias encuestadas.

El 26% de los encuestados opta por que sus ingresos permiten pagar una pensión escolar hasta de \$400.000 y como última opción tenemos que el 1% de los encuestados no estaría dispuesto a pagar un valor mayor \$400.000. A partir de este tipo de preguntas se busca constatar que tan importante es el valor monetario en el momento de elegir una institución escolar.

RESULTADO: Como resultado se obtiene que de la población encuestada el costo de pensiones y matriculas es muy representativo ya que la opción que más varia está en el menor rango.

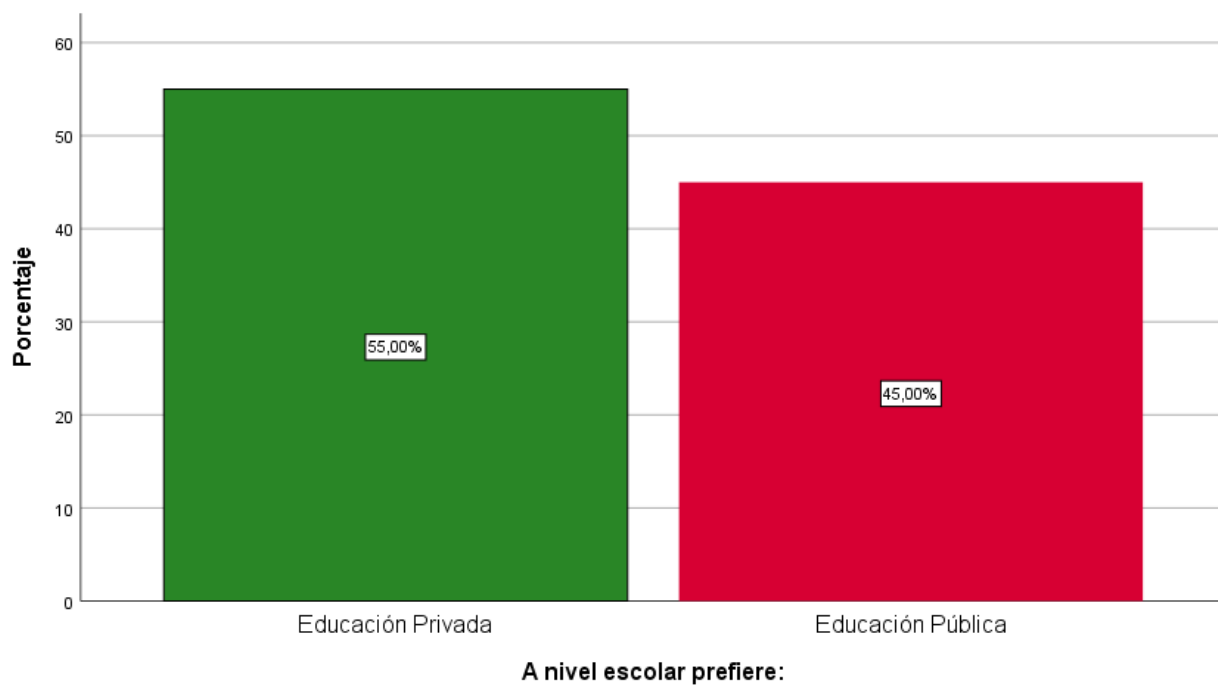


### 3. Qué factores considera determinantes al escoger una institución educativa?



El factor con más incidencia al momento de escoger una institución educativa para un hijo o familiar es la calidad escolar con un 55% porque de esta dependerá los resultados futuros de los estudiantes, la ubicación y los costos con un 17% y un 14% respectivamente inciden de manera no tan significativa, mientras que la infraestructura y actividades extracurriculares son de menor relevancias para los encuestado, lo cual puede evidenciarse en el grafico anterior.

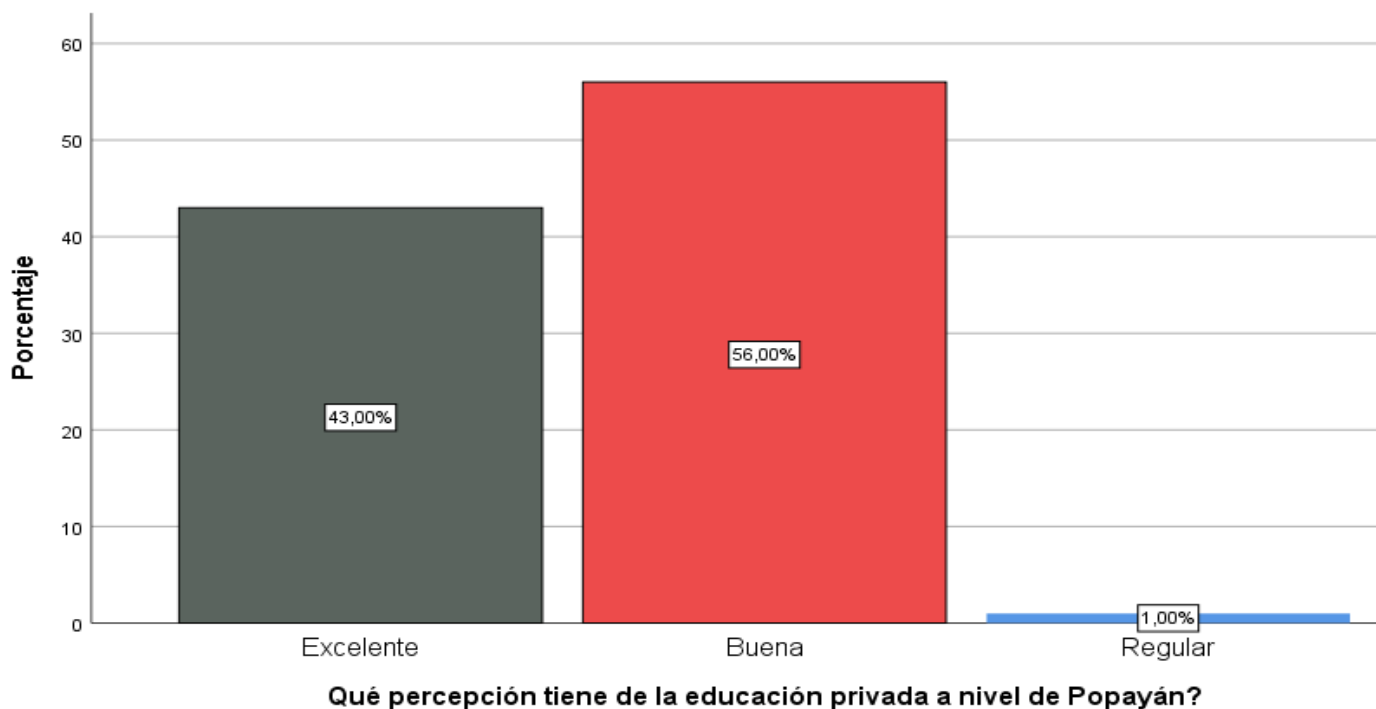
#### 4. A nivel escolar prefiere:



La educación privada es más pretendida en la ciudad de Popayán, dado que la gran mayoría de encuestados respondió a que, en las instituciones de este sector, se lleva a cabo una mejor enseñanza en cuanto a actividades curriculares y extracurriculares, así mismo su infraestructura y exigencia educativa se consideran de más preferencia

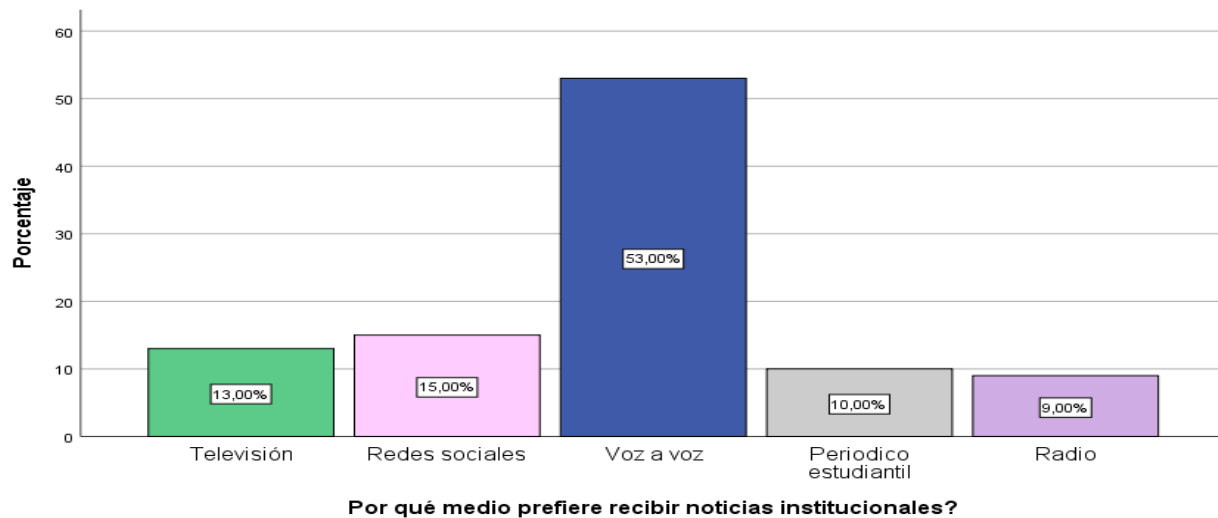
5. Qué percepción tiene de la educación privada a nivel de Popayán?





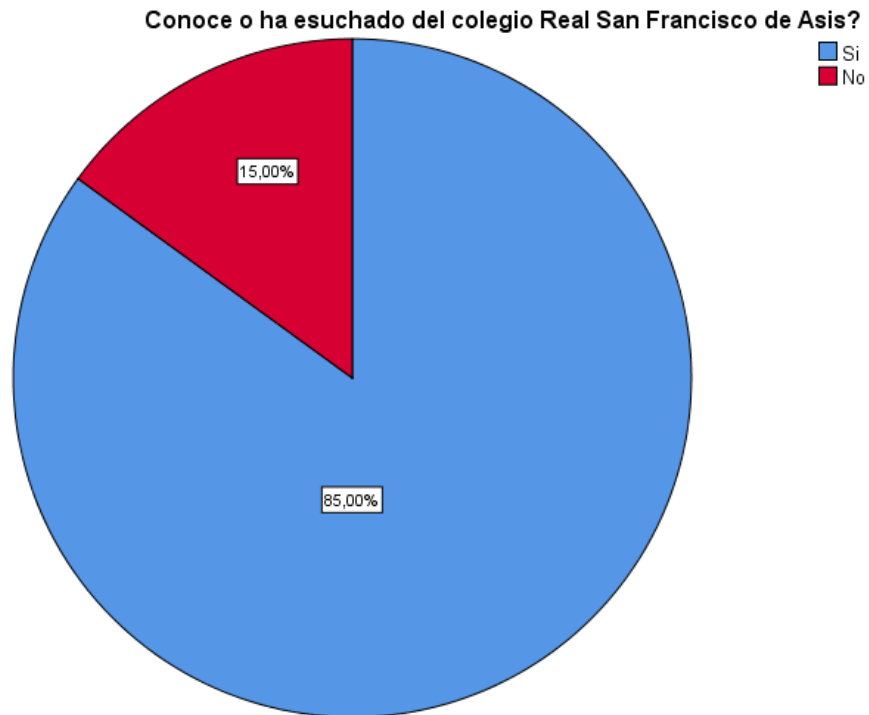
Los resultados están proporcionalmente relacionados con el gráfico de la pregunta anterior, puesto que se demuestra la concepción que tienen los encuestados con base a la educación privada en la ciudad, en donde de un 100% el 43% responde que esta es excelente y un 56% (más significativo) argumenta que es buena.

6. Por qué medio prefiere recibir noticias institucionales?



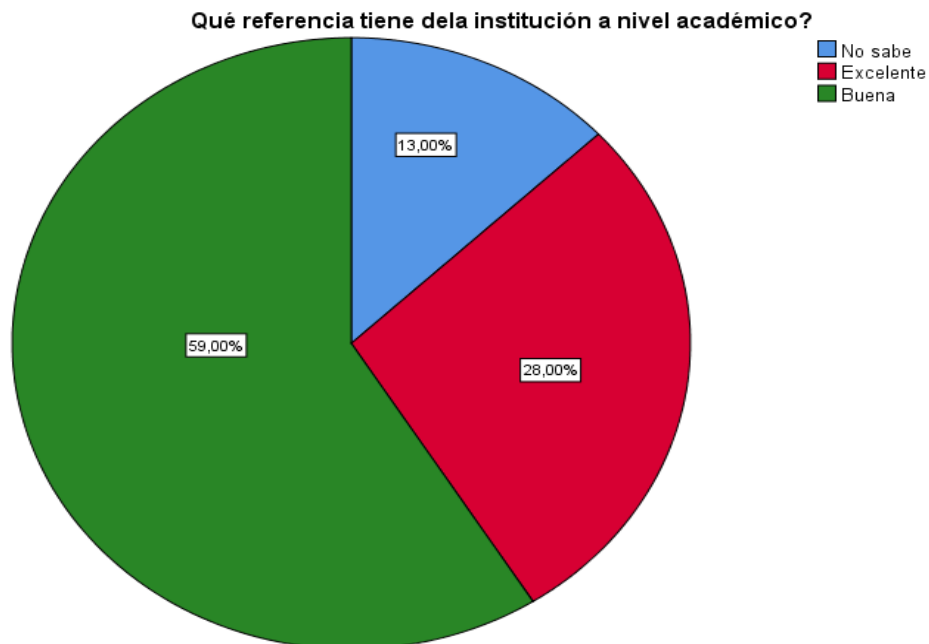
El medio receptor de noticias preferido por los encuestados es la voz a voz con un resultado porcentual del 53% quizás por su rapidez y eficacia, de lo que puede deducirse que las personas no se limitan a estar mucho tiempo en la televisión, radio, red social o periódico estudiantil (además algunas instituciones no cuentan con este medio).

7. Conoce o ha escuchado del colegio Real San Francisco de Asís?



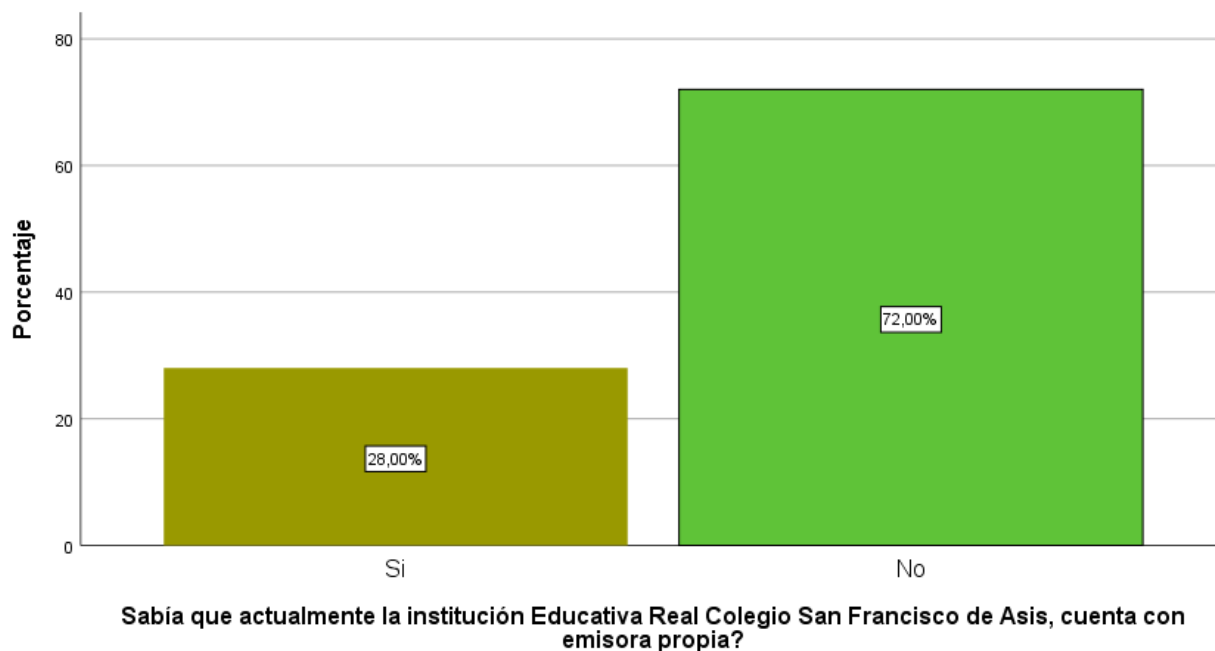
Debido a su trayectoria en el Mercado escolar, se determina el gran reconocimiento del colegio Real San Francisco en la ciudad de Popayán con un porcentaje del 85%.

8. Qué referencia tiene de la institución a nivel académico?



En cuanto a referencia, se evidencia que la población payanes en su mayoría (59%) sabe de la existencia del Colegio Real San Francisco y argumenta que la educación suministrada por la institución es buena, la experiencia debe ser uno de los factores para determinar esta respuesta. Por otra parte, el 28% dice que es excelente y un 13% no tiene referencia alguna del Colegio.

9. ¿Sabía que actualmente la institución Educativa Real Colegio San Francisco de Asís, cuenta con emisora propia?



En cuanto a la emisora, se refleja de manera significativa que un 72% de los encuestado no conoce de la existencia de la misma y que un 28% si sabe de esta, lo cual comparando con el grafico de la pregunta número 1 se determina que los que tiene conocimiento de esta son en su mayoría las mismas personas que tienen hijos o familiares en la institución, Por tanto, se recomienda mejorar en cuanto a aspectos publicitarios.

#### Edad del Encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-30	24	24,0	24,0	24,0
	31-50	52	52,0	52,0	76,0
	51-70	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Sexo del Encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	46	46,0	46,0	46,0
	Masculino	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

1. ¿Tienes hijos o familiares que se encuentren actualmente estudiando en alguna institución educativa de la ciudad de Popayán? Cuál?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No tiene	10	10,0	10,0	10,0
	Real San Francisco de Asís	25	25,0	25,0	35,0
	Comercial del Norte	8	8,0	8,0	43,0
	Carlos Mario Simmonds	6	6,0	6,0	49,0
	Liceo Bello Horizonte	5	5,0	5,0	54,0
	Gabriela Mistral	6	6,0	6,0	60,0
	Bicentenario	6	6,0	6,0	66,0
	Los Andes	6	6,0	6,0	72,0
	Nuestra señora del Carmen	3	3,0	3,0	75,0
	Técnico comfacauca	6	6,0	6,0	81,0
	Champagnat	3	3,0	3,0	84,0
	San Agustín	5	5,0	5,0	89,0
	Sagrado Corazón de Jesús	4	4,0	4,0	93,0
	Ulloa	1	1,0	1,0	94,0
	Normal Superior	1	1,0	1,0	95,0
	INEM	5	5,0	5,0	100,0

Total	100	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

## 2. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pensión escolar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	100.000 a 200.000	73	73,0	73,0	73,0
	200.001 a 400.000	26	26,0	26,0	99,0
	400.001 a 600.000	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## 3. Qué factores considera determinantes al escoger una institución educativa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Calidad escolar	55	55,0	55,0	55,0
	Infraestructura	3	3,0	3,0	58,0
	Ubicación	17	17,0	17,0	75,0
	Costo de matrícula y pensiones	14	14,0	14,0	89,0
	Actividades Extracurriculares	5	5,0	5,0	94,0
	Calidad e infraestructura	2	2,0	2,0	96,0
	Calidad escolar y pensiones	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## 4. A nivel escolar prefiere:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Educación Privada	55	55,0	55,0	55,0

Educación Pública	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

5. Qué percepción tiene de la educación privada a nivel de Popayán?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	43	43,0	43,0	43,0
	Buena	56	56,0	56,0	99,0
	Regular	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

6. Por qué medio prefiere recibir noticias institucionales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Televisión	13	13,0	13,0	13,0
	Redes sociales	15	15,0	15,0	28,0
	Voz a voz	53	53,0	53,0	81,0
	Periodico estudiantil	10	10,0	10,0	91,0
	Radio	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

7. Conoce o ha escuchado del colegio Real San Francisco de Asís?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	85	85,0	85,0	85,0
	No	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

8. Qué referencia tiene de la institución a nivel académico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------



Válido	No sabe	13	13,0	13,0	13,0
	Excelente	28	28,0	28,0	41,0
	Buena	59	59,0	59,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	