



Módulo de Emprendimiento Gerencial III

Plan de Marketing para el Liceo Nuestra Señora de la Paz

Profesor: Galo Herrera Baquedano

Integrantes: Daniel Cáceres Palacios
Denis Medina Espinoza
Arturo Serey Evensen

Tabla de contenido

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Introducción..... | 4 |
| 2 | Metodología..... | 6 |
| 3 | Presentación del problema..... | 7 |
| 4 | Análisis de la situación..... | 8 |
| 4.1 | Análisis interno..... | 8 |
| 4.1.1 | El Colegio..... | 8 |
| 4.1.2 | Carácter Propio..... | 8 |
| 4.1.3 | Formación Académica..... | 9 |
| 4.1.4 | Etapas educativas..... | 10 |
| 4.1.5 | Valores..... | 11 |
| 4.1.6 | Servicios..... | 11 |
| 4.1.7. | Actividades..... | 12 |
| 4.1.8 | Calidad..... | 12 |
| 4.2 | Análisis de Fortalezas y Debilidades..... | 13 |
| 4.2.1 | Fortalezas..... | 13 |
| 4.2.2 | Debilidades..... | 14 |
| 5 | Análisis externo..... | 15 |
| 5.1 | Análisis de mercado..... | 15 |
| 5.2 | Análisis del entorno..... | 16 |
| 5.2.1 | Análisis de Entorno Demográfico..... | 17 |
| 5.2.2 | Análisis de Entorno Competitivo y de la Competencia..... | 17 |
| 5.2.2.1 | Colegio Rubén Castro..... | 18 |
| 5.2.2.2 | Kingstown School..... | 20 |
| 5.2.2.3 | Hispano Americano..... | 21 |
| 5.2.2.4 | Colegio Claudio Matte..... | 23 |
| 5.2.2.5 | Liceo Parroquial San Antonio..... | 25 |
| 5.2.2.6 | Colegio Capellán Pascal..... | 27 |
| 5.2.2.7 | Escuela Lord Cochrane..... | 28 |
| 5.2.2.8 | Colegio Saint Benedict..... | 30 |

| | | |
|-----------|---|----|
| 5.2.2.9 | Colegio Juanita Fernández | 31 |
| 5.2.3 | Análisis del Aspecto Legal | 33 |
| 5.2.3.1 | Procedimiento de Admisión y mecanismos de asignación..... | 33 |
| 5.2.3.2 | Análisis Nueva Reforma Educacional | 34 |
| 5.2.3.3 | Situación financiera de la educación pública..... | 35 |
| 5.2.3.3.1 | Ingresos y gastos | 35 |
| 5.2.3.4 | Nuevo Sistema..... | 36 |
| 5.2.3.5 | Los nuevos servicios locales de educación pública..... | 37 |
| 5.2.4.6 | El rol de la escuela en la nueva educación pública..... | 37 |
| 5.2.4.7 | Sistema de financiamiento de la nueva educación pública | 38 |
| 5.2.3.8 | Cambiar el sistema de financiamiento de la educación pública..... | 39 |
| 5.2.3.9 | Línea de Financiamiento de Servicios Locales de Educación (SLE) | 40 |
| 5.2.3.9.1 | Áreas financiables. | 40 |
| 5.2.4 | Análisis de Entorno Económico | 41 |
| 5.2.5 | Análisis del Entorno Político | 43 |
| 5.2.6 | Análisis de Entorno Tecnológico..... | 43 |
| 5.2.7 | Análisis de Entorno Sociocultural | 44 |
| 5.3 | Análisis de las Oportunidades y Amenazas..... | 44 |
| 5.3.1 | Oportunidades..... | 44 |
| 5.3.2 | Amenazas..... | 45 |
| 5.4 | <i>FUERZAS DE PORTER</i> | 46 |
| 5.4.1 | Intensidad Amenaza ante nuevos competidores | 46 |
| 5.4.2 | Intensidad Poder de negociación con los clientes..... | 46 |
| 5.4.3 | Intensidad Poder de Negociación con los Proveedores | 47 |
| 5.4.4 | Intensidad de Amenaza de Sustitución..... | 47 |
| 6 | Definición de Objetivos | 48 |
| 6.1 | Objetivo Principal | 48 |
| 6.2 | Objetivos específicos..... | 48 |
| 7 | Estrategia de Marketing..... | 49 |
| 7.1.1 | Antigüedad..... | 49 |
| 7.1.2 | Resultados Académicos..... | 49 |
| 7.1.3 | Educación Valórica..... | 50 |
| 7.1.4 | Nuevas Tecnologías | 51 |
| 7.2 | Servicios..... | 53 |

con los objetivos de mejorar la imagen del establecimiento. Kotler y Armstrong nos entregan el siguiente mensaje “Como mercadólogo, usted necesitará un buen plan de marketing que proporcione dirección y enfoque a su marca, producto, o compañía. Con un plan detallado, cualquier compañía estará mejor preparada para lanzar un nuevo producto o desarrollar las ventas de productos existentes. Las organizaciones sin fines de lucro también utilizan planes de marketing para guiar sus labores de recaudación de fondos y vínculos con la comunidad.” (Kotler, 2008, pág. 29)

Cuando se menciona el marketing, el concepto se asocia con el sector empresarial, debido a una concepción errónea la cual se sustenta en que el marketing solo sirve para vender un producto. Esta misma concepción se ha mal utilizado en el sector educativo, al pensar que la educación es solo vender un intangible. Esta no es la forma correcta de enfocar el marketing educativo, ya que su propósito es lograr una diferenciación con respecto a otros centros educativos, para de esta manera retener, captar y fidelizar a los padres y alumnos.

El Marketing es una disciplina que, fundamentalmente, se origina en la diferenciación de productos, calidades, precios y canales, lo que origina libertad de elección y selección por parte de las personas que participan del proceso. Cuando se dice que el Marketing cumple una labor diferenciadora de los productos y servicios que se adquieren o usan, está estableciendo y guiando las percepciones hacia los atributos destacados de todo aquello que conforma y satisface las necesidades y deseo de las personas. (Bustos, 2009)

Hoy en día la sociedad está sujeta a cambios en sus paradigmas más profundos, como la cultura y la educación, la tecnología se ha posicionado como un factor fundamental en estas transformaciones. La tecnología ha acercado el conocimiento y la comunicación, globalizando la sociedad, derribando prejuicios y alimentando el cambio, entregando herramientas a las instituciones educativas y a la sociedad en sí misma. Si los centros educativos no se adaptan a la era del conocimiento y la tecnología, si no ofrecen un mejor servicio, pueden sucumbir ante la creciente competencia, por tanto no solo es importante sino que necesario que se amolden a los nuevos tiempos.

El Liceo Nuestra Señora de la Paz, en la última década ha implementado proyectos que se condicen con los nuevos tiempos, los cuales han dado muy buenos resultados,

posicionándose como un establecimiento que entrega una educación de calidad. Pero no es suficiente, es necesario hacer algo más, las oportunidades de mejora están presentes, es por tal motivo que es menester diseñar un plan de marketing para obtener un mayor reconocimiento y que el Liceo no se vea afectado por el nuevo sistema de matrícula escolar, por lo tanto es necesario atraer a familias que sean concordantes con el proyecto educativo.

Por los motivos antes mencionados, es necesario dar un vuelco a la situación actual, empezando por hacer un análisis interno del Liceo Nuestra Señora de la Paz, para posteriormente analizar su entorno, el mercado, la competencia y otros factores externos que se vinculan con el establecimiento. A través de estos análisis podremos identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del Liceo. Estos resultados posibilitaran hacer un diagnóstico de la situación actual y advertir que es lo que sucederá si no se toman cartas en el asunto. Utilizando la información recabada y los análisis efectuados, sentaran las bases para definir los objetivos del plan de marketing, la estrategia a utilizar, la ejecución y el control de este.

Debemos tener en cuenta que el “Marketing Educativo no es solamente una campaña publicitaria donde se realizan piezas sustentadas en una propuesta de medios y una alta inversión. Poner avisos, carteles o crear eslóganes alabando al futuro cliente/usuario ya no es suficiente. El mercado está saturado de ese tipo información, sobretudo en determinadas épocas de matrículas. Hay que cumplir el gran objetivo que significa retener a los alumnos y captar a los prospectos y potenciales postulantes, lo que requiere de la elaboración e implementación de estrategias correctas y eficientes”. (Bustos, 2009)

2 Metodología.

La metodología utilizada para llevar a cabo este trabajo, se fundamenta en la búsqueda, recopilación y análisis de información conseguida a través de fuentes secundarias. Las fuentes secundarias utilizadas en el presente trabajo fueron; páginas web, bases de datos del INE y Mineduc, libros de texto, el estudio completo de organizaciones semejantes, tales como, colegios municipales, particulares, corporaciones y fundaciones, además todos los conocimientos que adquirimos en las diferentes asignaturas impartidas en el grado de Ingeniería Comercial de la Universidad de Valparaíso.

Con la ayuda de todos estos recursos y el empleo de varias herramientas útiles para poder realizar el análisis externo e interno del Liceo Nuestra Señora de la Paz (análisis PEST, Matriz FODA y 5 fuerzas de Porter), los cuales sirven para definir la situación actual de la empresa objeto de estudio de una manera exhaustiva.

3 Presentación del problema

El colegio no cuenta con un plan de marketing que promocióne a la unidad educativa. Las matrículas se realizan como todos los años se indica en la fecha y hora de atención en reunión de apoderados por lo que capta sólo al público interno. La actitud que prima es conformista puesto, que a pesar de tener conocimiento de una capacidad ociosa no se han elaborado estrategias que apunten a revertir esta situación y tampoco se ha difundido el colegio haciendo uso de las fortalezas con las que cuenta a fin de cautivar y atraer al cliente externo. El colegio no cuenta con herramientas confiables que le permitan determinar el grado de satisfacción de los estudiantes, padres y apoderados ya que solo se dispone de la cantidad de deserción y una encuesta sobre los docentes, por nivel educativo.

Estos datos no se encuentran con la información necesaria para establecer las causas y motivos por los cuales los alumnos deciden desertar. No se sabe si es por falta de recursos. dificultad de movilización, baja calidad académica entregada. La oportunidad de mejora está al alcance de las manos, al momento de desarrollar estrategias adecuadas para mejorar la matrícula para el año 2019 y 2020.

4 Análisis de la situación.

El análisis de la situación o investigación formativas es la fase inicial para llevar a cabo el plan de marketing. Se deben evaluar todas las necesidades, circunstancias, recolección de información y datos necesarios para la correcta planificación de la estrategia. Se llevaran a cabo análisis de la situación interna como también externa que afectan al Liceo Nuestra Señora de la Paz.

4.1 Análisis interno

4.1.1 El Colegio

El Establecimiento fue fundado el 3 de noviembre de 1838 en Valparaíso, donde funcionó hasta el año 1974; el año 1975 se trasladó a su actual ubicación, donde funcionaba la Escuela Particular N° 151 “Madre Cleonisse Cormier”, también dependiente de la Congregación de los Sagrados Corazones. En ese entonces contaba con cursos de Educación Básica (1º a 8º año). En el año 1981 se creó el kínder y el 1º año de Educación Media, como una forma de potenciar el alumnado, pues empezaba a retirarse antes de llegar a 8º para asegurar matrícula en un Establecimiento de continuidad. A contar del año 2.000, el Liceo se incorporó a la Jornada Escolar Completa.

Durante muchos años, el Liceo Nuestra Señora de la Paz impartió educación solamente para mujeres, pero considerando los signos de los tiempos, a partir del año 2010 se incorporaron los varones en forma gradual. Actualmente, nuestro Liceo es Mixto hasta 8º año básico.

4.1.2 Carácter Propio

Los principios educativos del Liceo Nuestra Señora de la Paz son los siguientes.

- 1.- Propicia una educación al estilo Sagrados Corazones, centrada en el amor de Dios y en la inclusión de todos los integrantes de la Comunidad Educativa.
- 2.- Promueve en nuestra Comunidad Educativa vivir el Espíritu de Familia, a la luz de la

espiritualidad de los Sagrados Corazones, atendiendo a la persona en todas sus dimensiones.

3.- Promueve el compromiso de la familia en el proceso educativo de los estudiantes, como principal formador de sus hijos e hijas.

4.- Fomentan la perseverancia y responsabilidad académica, para que los estudiantes asuman un rol protagónico y desarrollen al máximo sus competencias intelectuales, sociales y afectivas, que le permitan ser agentes transformadores de la sociedad.

5.- Propician un equipo de docentes y asistentes de la educación que potencien en los estudiantes habilidades cognitivas y sociales, basadas en el respeto, fraternidad y la solidaridad, comprometidos con el sello de la Espiritualidad de los Sagrados Corazones de Jesús y de María.

6.- Educan en la responsabilidad ecológica, cuidando la Creación de Dios como un bien de todos; impulsando el desarrollo de actitudes que permitan el buen uso de los recursos, el cuidado y la conservación del Medio Ambiente.

7.- Potencian en los estudiantes la participación responsable, tolerante y democrática en su comunidad, tomando conciencia de sus deberes y derechos ciudadanos, en coherencia con los valores del Evangelio; construyendo así una vida social más humana.

4.1.3 Formación Académica

El proyecto educativo de Nuestra Señora de la Paz se adapta a las necesidades y capacidades de los estudiantes, enfocándose en los siguientes pilares:

Formación Valórica: Se expresa en la vivencia de los valores declarados en el Proyecto Educativo Institucional, para formar personas siguiendo la orientación de la Espiritualidad de los Sagrados Corazones de Jesús y de María, para que contribuyan como agentes transformadores de la Sociedad.

Formación Académica Integral: Propende el desarrollo de competencias y habilidades para la comprensión, estrategias para la resolución de problemas, construcción del conocimiento y elaboración de ideas, que le permitan desempeñarse en una sociedad en vías de desarrollo económico, aportando con sus conocimientos desde sus diferentes áreas de desempeño.

Vivir en armonía con el prójimo: Se expresa en la capacidad de relacionarse con el prójimo con cordialidad y empatía, con un sólido compromiso social que le permita generar las transformaciones que posibiliten una mejor sociedad.

Preservar el medio ambiente: Impulsa el reconocimiento del valor propio de cada ser vivo como una manifestación de Dios, respetando todas las formas de vida, fomentando el uso ordenado de los recursos disponibles y potenciando la conciencia ecológica.

4.1.4 Etapas educativas

El Colegio Nuestra Señora de la Paz abarca todas las etapas educativas; Educación Parvularia, Educación Básica y Educación Media. Cada una de ellas con unos objetivos claros definidos:

Educación Parvularia: “Su principio fundamental es asistir en el desarrollo motriz, emocional, social y cognitivo de los alumnos. También el establecer los cimientos para poder cumplir con el correcto desarrollo de las competencias para el nivel educativo. En el Liceo Nuestra Señora de la Paz se imparte los cursos de pre kínder y kínder los cuales van desde los tres a los cinco años. Los alumnos desarrollan sus capacidades en un ambiente de afecto y con innovadores metodologías.”

Educación Básica: El fin principal es entregar una educación de calidad que les entregue las herramientas suficientes para el desarrollo personal, la expresión y comprensión oral, el cálculo, la escritura y la lectura, es también menester la preocupación de entregar herramientas para el desarrollo psicosocial, hábitos, espíritu artístico y la afectividad.

Educación Media: La última etapa del alumnado busca que el estudiante adquiera los principios fundamentales de la cultura, en sus corrientes humanistas y científicas. Para lograr estos objetivos, el establecimiento entregara herramientas tales como los hábitos de estudio, preparar a los alumnos para la incorporación a la educación universitaria y entregarle los principios morales, derechos y deberes que tienen que cumplir ante la sociedad civil.

4.1.5 Valores

Los valores impartidos por el Liceo Nuestra Señora de la Paz son los siguientes:

- Respeto.
- Solidaridad.
- Responsabilidad.
- Libertad.
- Perseverancia.
- Sencillez
- Espíritu de Familia.
- Fraternidad.
- Servicio.
- Conciencia Ecológica

4.1.6 Servicios

El Liceo Nuestra Señora de la Paz desde sus inicios ha buscado la excelencia y la especial atención en la orientación psicopedagógica, centrando su atención en la flexibilidad educativa siendo el alumno el eje principal del proyecto educativo.

Es por tal motivo, por el cual el Liceo posee dentro de sus dependencias, profesionales que trabajan directamente con la orientación del estudiantado. Este departamento de Orientación es fundamental, debido a que su finalidad es guiar a los alumnos en el proceso formativo y asistirlos en la temprana detección de eventuales problemas que puedan afectar el proceso de aprendizaje. También es menester destacar las siguientes funciones; coordinar las tareas de soporte y las adecuaciones curriculares para el correcto desarrollo de los alumnos con necesidades especiales. Entregar consejos, información y guía al alumnado, sea de manera individual y/o colectiva. Realizar actividades que tienen como foco principal la realización de estrategias y esquemas de orientación educativa, tanto como niveles personales y profesionales. Ejecutar evaluaciones psicopedagógicas al alumnado, esto se efectúa a través de diferentes test y pruebas correspondientes a cada nivel académico que se imparte en el Liceo. Cooperar con los diferentes

departamentos del Liceo, promoviendo las tutorías impartidas por alumnos de buen rendimiento, entregándoles referencias para su futuro laboral o educativo. Por último promover la interacción fluida entre los padres y el establecimiento.

4.1.7. Actividades

Las actividades extracurriculares que imparte el Liceo son las siguientes:

Taller de Literatura

Taller de Música

Taller Ciencias

Taller de Biodanza

Taller de Banda

Taller de Batucada

Fútbol

Vóleibol

Básquetbol

Gimnasia artística-rítmica

4.1.8 Calidad

Desde el momento de su fundación el Liceo Nuestra Señora de la Paz ha decidido apostar por una educación de calidad y buscar la innovación a través del proyecto educativo. El Liceo fue pionero en llevar a cabo procesos estandarizados de calidad en la comunidad viñamarina, como también en su entorno religioso. El Liceo Nuestra Señora de la Paz siendo asesorados a través del Mineduc, el año 2002 comenzó a llevar a cabo un nuevo Plan de Calidad, dando pie a la creación del departamento de calidad y gestión educativa. Gracias a la innovación y la búsqueda de la calidad a través sus planes educativos es como el Liceo se ha posicionado por sobre la media en las pruebas Simce y Psu, destacándose alumnos del Liceo con altos puntajes y un gran porcentaje de ingreso a la educación superior.

El Departamento de Gestión y Calidad del Liceo, cumple también funciones analíticas en

la búsqueda de la eficacia de la organización para de esta manera ofrecer un servicio de alta calidad y acorde a los niveles de satisfacción, ejecución y desarrollo que buscan los padres, alumnos y la comunidad educativa.

4.2 Análisis de Fortalezas y Debilidades

4.2.1 Fortalezas

- Reflexión cristiana diaria al comienzo de la jornada de clases.

Los valores cristianos que entrega la institución son de gran ayuda a la hora de crear buenos estudiantes y ciudadanos.

- Buenos resultados académicos (PSU y SIMCE)

Los últimos resultados en las pruebas de medición más importantes del país, el colegio ha demostrado liderazgo en comparación a otros establecimientos del mismo sistema educativo gratuito.

- Amplia infraestructura.

El establecimiento cuenta con múltiples áreas para que los alumnos se desarrollen: 3 canchas multipropósito, 1 cancha techada, amplio comedor y biblioteca.

- Calidad docente.

Sus buenos resultados en lo académico hacen resaltar la calidad docente que se preocupa constantemente de entregar los conocimientos a todos los alumnos y reforzar aquellos que no comprendan con la misma rapidez que los demás.

- Altos índices de entrada a la educación superior.

Los buenos resultados en la prueba PSU hacen que muchos alumnos opten por la educación superior para seguir sus estudios.

- Formación valórica e integral.

El principal objetivo de la institución es integrar los valores de la educación católica a la vida cotidiana.

- Clima organizacional armónico.

La buena relación entre todos los trabajadores de la institución se basa en dar las instancias para la convivencia y armonía entre todas las personas que se desempeñan en el Liceo, además de crear un Reglamento de Convivencia para dar las directrices del clima organizacional al cual se quiere llegar.

- Reglamento de Evaluación.

Un buen control de gestión es promover la evaluación tanto de los trabajadores de la institución como de los padres que tienen a sus hijos en el Liceo.

4.2.2 Debilidades

- Falta de incentivos o motivación por parte del Liceo para con sus docentes.

Es necesario crear instancias de premiación y motivación para los profesores que consigan mayores resultados y sean mejor evaluados.

- Aumento de familia monoparentales.

EL promedio de hijos que las mujeres han tenido a lo largo de su vida fértil (15 a 49 años) se ha reducido en el tiempo. En el Censo 2017 la paridez media fue 1,3, mientras que en el Censo 2002 se situó en 1,6 Hijos por mujer.

- Deficiente distribución de los recursos.
- Estrategias rígidas en los departamentos de RR.HH y Marketing.

Al no contar con estrategias para el área operativa se refleja en una mala administración que no se preocupa por el bienestar de su personal y la promoción de su establecimiento.

- Alumnos con poco conocimiento del manual de convivencia.

Es Liceo cuenta con un manual de convivencia para los alumnos que no se imparte de manera eficiente y amigable para que los alumnos puedan respetarlo.

Una vez habiendo contextualizado el Liceo Nuestra Señora de la Paz, revisando su historia, principios, valores y la búsqueda la calidad y eficiencia educativa, el paso siguiente a ejecutar es el análisis de la situación externa. Gracias a estos análisis

podremos obtener datos e información a través de las cuales se extraerán conclusiones que servirán para encaminar la posición de partida. En segundo lugar, se eligen las pautas de la estrategia que servirá en la toma de decisiones a utilizar en el marketing operativo. Por último se establecerá el presupuesto con el cual se llevaran a cabo el plan de marketing, el control y seguimiento del plan a ejecutar.

5 Análisis externo.

En este apartado se detallan las diversas características del mercado objeto de estudio.

5.1 Análisis de mercado.

La ciudad de Viña del Mar posee una cantidad de 334.248 el cual equivale al 18,4% de la población total de la quinta región. Esta ciudad se divide gráficamente por sectores de los cuales corresponden a: Nueva Aurora, Recreo, Forestal, Chorrillos, Viña Oriente, Miraflores, Santa Inés, Plan, Achupallas, Gómez Carreño, Reñaca, Reñaca Alto y rezagados. En base a estos sectores se pueden demostrar los siguientes datos por sector relevantes para el análisis.

De acuerdo a los datos demostrados es posible observar que los sectores más relevantes para el mercado del liceo Nuestra Señora de la Paz representan la siguiente cantidad de habitantes:

Miraflores: 31.560

Santa Inés: 15.772

Plan: 48.368

Achupallas: 40.837

Gómez Carreño: 22.720

Reñaca Alto: 29.111

| Sectores | Miraflores | Santa Ines | Plan | Achupallas | Gomez Carreño | Reñaca Alto | 2018 |
|------------------|------------|------------|-------|------------|---------------|-------------|---------|
| Total Habitantes | 31560 | 15772 | 48368 | 40837 | 22720 | 29111 | 334.248 |
| Hombres | 14797 | 7583 | 22092 | 19807 | 10711 | 14277 | 158.669 |
| Mujeres | 16763 | 8188 | 26277 | 21029 | 12010 | 14833 | 175.579 |

Esto representa el 56,4% del total de la población de Viña del Mar con 188.368 habitantes. Basándonos en los datos que nos entrega el Instituto Nacional de Estadísticas, el 23.9 % de la población tiene entre 0 y 18 años lo que equivale a 41.152

personas que podrían acceder al servicio educativo. También hay un público objetivo que son las personas que tienen entre 20 y 39 años, los cuales pueden transformarse en futuros padres y en consecuencia en futuros posibles clientes. El porcentaje de personas entre ese rango de edad es de 31.6% el cual equivale a 59.524 personas. Lo que es de suma importancia destacar son los estratos socioeconómicos a los que se busca incidir en la percepción, imagen y captación de clientes para de esta manera mantener y mejorar el prestigio que tiene el Liceo Nuestra Señora de la Paz.

De acuerdo a la nueva estructura de segmentación económica, nuestro público objetivo se encuentra en los estratos socioeconómicos C3, C2, C1B, que corresponden al 56.2% de la población de Viña del Mar, al no poder obtener los datos de la estratificación económica por sector geográfico, se realizara un cálculo estimativo que nos da un resultado de 54.180 personas. Esta cantidad de personas es nuestro público objetivo, de los cuales 7322 se encuentran matriculados en los colegios que son competencia directa de nuestro establecimiento.

| Colegio | Cantidad de alumnos |
|--------------------------|---------------------|
| hispano americano | 1150 |
| Juanita Fernández | 1,039 |
| Claudio matte | 912 |
| lord Cochrane | 149 |
| nuestra señora de la paz | 968 |
| Kingstown school | 984 |
| San Antonio | 1784 |
| Saint Benedict | 324 |
| Capellán Pascal | 1120 |
| Rubén castro | 898 |

Sustrayendo la cantidad de alumnos matriculados en los colegios de la competencia nos queda la cantidad de 46.858 sujetos a los cuales hay que dirigir nuestro plan de marketing.

5.2 Análisis del entorno.

A través del análisis del entorno, se analizaran los factores que afectan de manera externa a la organización, los cuales por tal motivo no pueden ser controlados por la institución. Con la finalidad de lograr un estudio más integro, se realizara un análisis Pest, Amenazas y Oportunidades, y un análisis de las 5 fuerzas de Porter

5.2.1 Análisis de Entorno Demográfico

El Colegio Nuestra Señora de la Paz se encuentra ubicado Calle Veinticuatro Norte 1341 en la ciudad de Viña del Mar. Viña del Mar, se ubica en la costa central de la V Región de Chile, a 120 km. de la capital, Santiago. Dada su geografía y carácter residencial, ha mantenido históricamente la condición de ciudad balneario, gracias al adecuado aprovechamiento de sus potencialidades paisajísticas y a la ejecución de diversos proyectos que han consolidado a Viña del Mar, a través del tiempo, como la “Capital Turística de Chile”, denominación que trasciende nuestras fronteras.

Hoy, Viña, con 334.248 habitantes de los cuales son 158.669 son hombres y 175.579 mujeres, según el último Censo Poblacional (2017), está siendo protagonista de un importante proceso de desarrollo y modernización urbana que no se presentaba cerca de 80 años.

Respecto a los índices de educación, tiene un 96% de asistencia en educación escolar y un 70% en educación media además que este sector presenta un 13% en la ocupación de empleo de la región.

Dado la alianza con la armada de Chile, la institución educativa fue construida en terrenos de la armada entregados por bienes nacionales en un comodato a 50 años renovables. Dicho sector es totalmente residencial que bajas tasas de actos delictuales, ya que en su gran mayoría los proyectos inmobiliarios de la zona son atribuidos a la armada y a la construcción de casas fiscales.

5.2.2 Análisis de Entorno Competitivo y de la Competencia

Los 9 colegios que absorben mayoritariamente la demanda del servicio, y que además se encuentran cercanos geográficamente, envuelven a la institución. Poseen en su estructura de formación características homogéneas. Tales son; Desarrollo integral, Excelencia académica (dado los estándares Mineduc), Valórico religioso, Educación científica humanística en su totalidad.

En mérito del análisis de la formación de dichos establecimientos. Unos de los factores fundamentales al cual hay que hacer hincapié, es la formación valórica, ya que la mayoría de los colegios son de formación católica. En donde podemos dar cuenta que estas instituciones se centralizan en los valores católicos para potenciar la integración de educación y evangelización, como expresión del sentido trascendente de la vida. Debido a esto los niños que son educados en un ambiente con valores como el respeto, responsabilidad y honradez, crecen con una obligación para formarse en ser ciudadanos con capacidad de servicio y deberes morales donde los resultados de esta educación de calidad basada en la fe son visibles en nuestra sociedad al ver los profesionales que generan para nuestro país.

En una primera mirada nadie dudaría que la crisis que hoy en día vive su institucionalidad calara hondo en el servicio entregado por nuestra Señora de la Paz y los competidores directos en estudio. Pese a cualquier creencia razonable del daño profundo que podría quedar en la confianza a cualquiera que quiera enseñar enunciando el nombre de dios, las matrículas no se han visto afectadas y más aún se sigue creyendo en el modelo valórico católico, lo único destruido fue la confianza en la institucionalidad y no en un modelo educacional. A partir de lo anteriormente descrito es necesario realizar un análisis de los colegios que son nuestra competencia directa por cercanía geográfica.

5.2.2.1 Colegio Rubén Castro

Descripción

El colegio Rubén Castro es un establecimiento educacional de varones, dependiente de la autoridad eclesial de la iglesia católica que, siguiendo las orientaciones de su magisterio ofrece servicios educacionales en los niveles de enseñanza básica y medio científico humanista en régimen de jornada escolar extendida, de dependencia particular subvencionado de financiamiento compartido, que tiene a la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso como institución sostenedora. Se sitúa en la comuna de Viña del Mar, en avenida El Bosque N° 1388, Santa Inés, anexo a las dependencias del campus universitario “Teresa Brown de Ariztía”.

Misión

El colegio postula como finalidad esencial de su gestión educativa la formación, integrada, armónica y gradual del niño y el adolescente en todas sus dimensiones: bio-psicológica, social y trascendente en el contexto de su realidad socio cultural y en una acción concertada de familia y de colegio.

El carácter integrado y equilibrado de todos los ámbitos de la gestión educativa con un énfasis en la interdisciplinariedad, le otorga a esta, un fuerte sello humanista.

Visión

El término principal que recoge el sentido esencial del espíritu fundacional como inspirador de la gestión educativa, abierta por su gratuidad a quienes difícilmente pueden acceder a ella, es la búsqueda de la permanente excelencia humana como un correlato natural de la excelencia académica.

A lo largo de la historia institucional, este sello indeleble de su espíritu, obliga por igual a los alumnos, a sus familias y a sus maestros a concurrir con un esfuerzo sostenido y dando todo lo mejor de sí, en procura de una formación integral y armónica de la persona en el contexto de la visión cristiana la existencia que tiene como meta el logro de la excelencia humana, plasmando así, una gestión educacional esencialmente humanista.

| Fortalezas | Debilidades |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">● Extensión de línea de la PUCV● Gran número de egresados estudiando en universidades del consejo de rectores.● La ayuda a la formación total de cada persona dentro de la comunidad humana● Dimensión religiosa que impregna toda la educación. | <ul style="list-style-type: none">● Localización● Página poco atractiva para sus clientes● Educación solo para varones |

5.2.2.2 Kingstown School

Descripción

La Sociedad Educativa Bosques de Santa Julia S.A, sostenedora del establecimiento educacional "The Kingstown School" , asume el desafío de la Jornada Escolar Completa Diurna ofreciendo a la Comunidad de Viña del Mar un Proyecto Educativo fundado sobre la base de la exigencia académica, el rigor disciplinario , la solidez valórica, el desarrollo cultural y deportivo y el idioma Inglés.

Misión

The Kingstown School entrega un proceso educativo inclusivo e integrador proporcionando a sus estudiantes un ambiente armonioso que les permita aprender a conocer-hacer, incorporando innovaciones metodológicas a través del perfeccionamiento continuo de sus docentes; para formar personas con un desarrollo integral, capaces de comprometerse consigo mismo y con los demás.

Visión

La comunidad educativa de The Kingstown School busca ser reconocida a nivel comunal y regional en aspectos disciplinarios, valóricos, artístico culturales, deportivos y académicos, generando un espacio armónico para formar personas que sean agentes de cambio con compromiso social y sólidos valores, capaces de comunicarse en el idioma inglés.

| Fortalezas | Debilidades |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">● Excelencia académica.● Enseñanza con enfoque bilingüe● Dimensión religiosa que impregna toda la educación.● Insiste en el cuidado e interés individual por cada persona. | <ul style="list-style-type: none">● Localización.● Laico.● Página poco atractiva para sus clientes. |

5.2.2.3 Hispano Americano

Descripción

El Colegio Hispano Americano, es un establecimiento educacional dependiente de la Fundación Colegio Hispano Americano, y ubicado en el sector de Reñaca Alto, ciudad de Viña del Mar. Ofrece a las familias la oportunidad y facilidad para educar a sus hijos desde el nivel de 7° básico hasta 4° Medio, en la modalidad de Educación Técnico Profesional y Científico Humanista y dentro de un proyecto centrado en los valores del evangelio de acuerdo a las enseñanzas de la Iglesia Católica; en un ambiente de respeto, de trabajo y de metodologías actualizadas que faciliten el proceso de enseñanza y de aprendizaje, a la vez que la búsqueda permanente de la calidad de la educación que se entrega ahí alumno. De acuerdo a las diversas ideologías y concepciones del hombre y de la vida, se originan diferentes propuestas educativas. Dentro de la legislación vigente que regula los derechos y la libertad de enseñanza y de educación, nuestro Colegio ofrece a las familias la presente propuesta educativa. También, mediante convenio firmado con el Ministerio de Educación de España, el Colegio Hispano Americano, es un centro de titularidad española y sus alumnos, sin perder la titularidad chilena, son alumnos del Reino de España.

Misión

El Colegio Hispano Americano nace con una misión eminentemente evangelizadora y de promoción humana, a través de la Educación Católica. Es un colegio que tiene como objetivo formar profesionales eficientes, de mando medio y ciudadanos profunda y vitalmente cristianos. El colegio hispano americano será fiel en sus enseñanzas y orientaciones a la doctrina y enseñanzas de la Santa Iglesia Católica Apostólica y Romana. El Colegio Hispano Americano tendrá sus puertas abiertas a los niños y jóvenes que deseen estudiar y aceptar la propuesta educativa y reglamentos del colegio hispano americano, teniendo una preferencia especial por los alumnos más desposeídos social y económicamente.

Visión

Que los niños y jóvenes que asisten a sus aulas, tengan una educación de máxima calidad, que encuentren los medios de apoyo humano, profesional, pedagógico y tecnológico para desarrollar sus capacidades y potencias, que tengan una delicada

atención a sus necesidades individuales en el aspecto personal, afectivo y espiritual de acuerdo a la gran dignidad que tienen por ser hijos de Dios.

Que la formación cristiana de los niños y jóvenes, de acuerdo al Evangelio y a las enseñanzas de Iglesia Católica, sea una preocupación esmerada, respetando la libertad de conciencia de cada uno, a la vez que la base y fortaleza de su educación y formación de su personalidad; de manera que no solo sean verdades conocidas, sino también una libre opción por vivir de acuerdo a las enseñanzas de Jesús. Los profesores y personal en general, estemos en un constante perfeccionamiento y actualización desde el punto de vista humano, espiritual, profesional y administrativo, buscando la excelencia en todos los procesos, tanto pedagógicos como de gestión, liderazgo y de administración para así entregar una educación, atención y servicio de máxima calidad, eficiente y eficaz teniendo siempre a la persona como centro. Nuestro profesionalismo, forma y coherencia de vida será la base de nuestra autoridad.

Ser una comunidad en la que se sienta un ambiente acogedor, de confianza, de trabajo, de respeto, de libertad responsable, de participación activa de los alumnos en su aprendizaje, de solidaridad con los más necesitados y de compromiso en la consecución de la Misión y Visión del Colegio Hispano Americano. Las buenas relaciones humanas serán fundamentales en nuestra convivencia diaria, creando un clima acogedor, de exigencia y trabajo responsable, a la vez que de comprensión y respeto mutuo.

| | |
|------------|-------------|
| Fortalezas | Debilidades |
|------------|-------------|

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Promover el diálogo entre la fe y la cultura. ● Gran infraestructura. ● Integrante de la Red Iberoamericana de Colegios Españoles R.I.C.E. ● Importante Red de contacto con empresas y particulares de la zona. | <ul style="list-style-type: none"> ● No existe un presupuesto para gastos publicitarios. ● Los trabajadores sienten que no se comparte el éxito del Colegio con ellos. ● No existe un registro digital o escrito con todas las actividades que realiza el colegio. ● No existe un canal de comunicación interno efectivo |
|--|--|

5.2.2.4 Colegio Claudio Matte

Descripción

El Colegio Claudio Matte, establecimiento educacional sostenido por la Sociedad Pro Educación y Cultura S.A, de dependencia Particular Subvencionada, que atiende niveles desde el primer nivel de Transición hasta el 4o Año de Enseñanza Media, Obtuvo el reconocimiento oficial el 04 de Noviembre de 1985, bajo la resolución exenta No 2494, de la Secretaria Ministerial de Educación de Valparaíso. El Colegio Claudio Matte es una institución que entrega servicios educacionales a la población escolar del sector de Santa Julia y sus alrededores, para atender las necesidades de las familias que han optado por este sector de Viña del Mar para radicarse, desarrollarse y contribuir al mejoramiento de su calidad de vida. El sector donde se ubica el Colegio Claudio Matte, está en constante progreso y crecimiento, tiene necesidades e intereses que deben ser conocidos y satisfechos para lograr un sentido de pertenencia e identidad con el sector.

En la matrícula del establecimiento, se puede apreciar la vulnerabilidad del sector, donde el Índice de Vulnerabilidad Escolar supera el 55%, según fuentes de la Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas El Colegio Claudio Matte, cuenta con una infraestructura sólida, que permite el buen desarrollo de este proyecto educativo, estampando firmemente uno de los sellos educativos como los es propiciar un ambiente efectivo para el aseguramiento de los aprendizajes de los alumnos, donde en tres locales escolares se pueden distribuir los diversos niveles de enseñanza, según las propias

necesidades de los alumnos, logrando así una buena convivencia escolar, basada en el debido proceso. Actualmente el Establecimiento, cuenta con 31 cursos y una matrícula cercana a los 900 alumnos, atendidos por el personal idóneo para cada cargo dentro de la comunidad educativa, los cuales se distribuyen entre Directivos, Docentes, Administrativos y Auxiliares, llegando a ser 71 trabajadores los que día a día velan por el cumplimiento de este Proyecto Educativo.

Misión

Después de más de cuatro décadas, pretendemos seguir consolidándonos como una comunidad educativa inclusiva, cimentada en un ambiente de sana convivencia escolar, fundada en los valores de respeto y responsabilidad, que enseñe integralmente y entregue igualdad de oportunidades a nuestros estudiantes. A su vez, preparándolos para que alcancen su realización personal como ciudadanos activos que desarrollen sus capacidades emocionales, sociales, físicas y cognitivas, siendo un aporte a la comunidad y logrando el profesionalismo a través del ingreso a la Educación Superior.

Visión

El colegio, como institución laica de orientación católica formadora de niños y jóvenes, incentiva un ambiente que propicia el aseguramiento de los aprendizajes, fomenta el debido proceso como factor que faculta obtener un clima de buena convivencia escolar y la gestión de la inclusión de la comunidad educativa. El establecimiento, despliega un trabajo que permite a través de la educación entregar igualdad de oportunidades de desarrollo emocional, cognitivo, físico y social a nuestros estudiantes.

| Fortalezas | Debilidades |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Amplio programa de orientación. ● Convivencia escolar y prevención de drogas y alcohol. ● Educación de la sexualidad. ● Programas de actividades de acción social y pastorales. | <ul style="list-style-type: none"> ● No existe un canal de comunicación interno efectivo. ● Rendimiento académico regular. ● Escaso compromiso de Padres. |

5.2.2.5 Liceo Parroquial San Antonio

Descripción

En 1956 nace nuestro Liceo en calle 11 Norte, con el nombre de Escuela Parroquial San Antonio. El Párroco de entonces, Don Félix Ruiz de Escudero es el artífice. La obra se realizó gracias a la benefactora Doña María Teresa Brown de Ariztía, quien murió el 21 de abril de 1951, dejando al Párroco Don Félix la administración de sus bienes en beneficio de los pobres y necesitados.

En 1958 dos clérigos de San Viator, los religiosos Saturnino San Martín y César Elorrieta se hacen cargo de la escuela, y en 1961 el Ministerio de Educación autoriza la creación de la Enseñanza Media y reconoce a nuestro establecimiento con el nombre de "Liceo Parroquial San Antonio".

En el transcurso de los años '70 va creciendo la matrícula y se tienen 2 cursos por nivel haciendo necesaria ampliaciones en la planta física de 11 Norte. El prestigio del Liceo por sus logros académicos, deportivos y artísticos aumenta y la demanda por matrícula hace necesaria la expansión del Liceo, esto se concreta en 1993 Cuando Monseñor Jorge Medina, Obispo de Valparaíso, inaugura la nueva sede en el primer sector de Gómez Carreño donde funcionarán 24 cursos de 1o básico a 8o año básico.

El Liceo buscando generar más y mejores oportunidades para los alumnos y respondiendo a las nuevas exigencias comienza a implementar en el año 1999 la Jornada escolar Completa diurna en la Educación Media y luego entre 2003 y 2004 completa esta acción en la Educación básica

El Liceo a partir del año 1996 ha obtenido ininterrumpidamente la calificación de excelencia académica entregada por el Ministerio de Educación. El año 2005, el Liceo preocupado por entregar una educación de calidad se somete a la exigente evaluación de la Fundación Chile quien le otorga la certificación y sello de calidad en gestión educativa por los años 2006 al 2008 En el año 2007, atendiendo a la necesidad de muchas familias de nuestro Liceo se da inicio a la Educación inicial o pre básica incluyendo los niveles de transición pre kínder y kínder, atendiendo a 225 alumnos. El año 2008, buscando dar igualdad a oportunidades de aprendizaje a nuestros estudiantes, especialmente a los más vulnerables el sostenedor suscribe con el Ministerio de educación el convenio de la Ley SEP. En el año 2014 se reúne todo el Liceo en Gómez Carreño dando cobertura educativa desde pre kínder a 4º año medio a 1800 estudiantes aproximadamente.

Misión

Es un centro educativo católico dirigido por los clérigos del San Viator, con una tradición educativa en la ciudad de Viña del Mar, destacado por su excelencia académica, formación valórica y actividades pastorales. Queremos que nuestros niños, niñas y jóvenes sean constructores de una sociedad más solidaria, justa y fraterna, formándolos integralmente al máximo de sus capacidades desde la evangelización, los modelos pedagógicos de calidad y la tradición Viatoriana, en colaboración y participación de toda la comunidad educativa (colegio y familia).

Visión

Un colegio integrador, que acoge a sus estudiantes de las diversas realidades y que los asume desde prekínder a 4° año medio. Un colegio integral, que desarrolla en sus estudiantes los ámbitos propios del Proyecto Educativo, a saber: ámbito evangelizador, ámbito valórico convivencia y ámbito académico. Un colegio donde todos los miembros de la comunidad educativa hacen suyo el proyecto. Un colegio con excelencia académica para todos sus estudiantes. Un colegio en alianza con las familias, quienes asumen su rol como principales responsables de la educación de sus hijos. Un colegio donde los estudiantes se sensibilizan ante la desigualdad, por lo que reflexionan y emiten un juicio crítico, a la luz del evangelio.

| | |
|------------|-------------|
| Fortalezas | Debilidades |
|------------|-------------|

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Una pastoral activa en la comunidad educativa. • Los docentes están en formación permanente. • El trabajo académico es disciplinado y exigente. • Tiene una buena infraestructura. • Se establece una alianza permanente familia- colegio. | <ul style="list-style-type: none"> • Página web muy básica. • Altos índices de vulnerabilidad psicosocial. • Inglés muy básico. • No existe un presupuesto para gastos publicitarios. |
|--|---|

5.2.2.6 Colegio Capellán Pascal

Descripción

El colegio Capellán Pascal, es un establecimiento educacional particular pagado, mixto, confesional católica, que ofrece una educación científico humanista que abarca los ciclos de enseñanza Pre Básica, Básica y Media. El colegio es uno de los colegios dependientes de bienestar de la armada, cuyo propósito fundacional fue ofrecer apoyo de vida educacional para los hijos de familias navales, mediante una alternativa asequible, de calidad y flexible para absorber los traslados que exige la profesión.

El Colegio Capellan Pascal busca ser un referente regional de excelencia académica y valórica, con buen nivel de inglés y amplia actividad deportiva, permitiendo a sus egresados completar sus estudios superiores y constituirse en líderes de bien para una sociedad globalizada.

La comunidad educativa del CCP goza de un espíritu integrador definido por el directorio de los colegios navales. Es un colegio confesional católico, que favorece la integración de estudiantes de otros credos o creencias, en un marco de respeto y el amor por el prójimo. Acogemos así a familias que se adhieren a los valores institucionales y que aportan a una visión diversa, lo que enriquece a la comunidad escolar, además de contribuir a la estabilidad de los grupos curso.

Misión

Ser una comunidad educativa asequible e integradora al servicio de los hijos del personal de la Armada de Chile, donde la excelencia académica – científico humanista – y la formación en los valores de la responsabilidad, honestidad y respeto sean el medio por el cual nuestros estudiantes desarrollen su vocación de vida, procurando ser personas de bien en lo social, profesional y personal, fundamentando todo lo anterior en la espiritualidad cristiano católica.

Visión

Ser una comunidad educadora consolidada, dependiente de la Armada de Chile, que busca entregar a los hijos de servidores navales una reconocida excelencia académica y una formación valórica fundamentada en la triada Dios, Patria y Familia.

| Fortalezas | Debilidades |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Una pastoral activa en la comunidad educativa.• Los docentes están en formación permanente.• El trabajo académico es disciplinado y exigente.• Tiene una buena infraestructura y pagina web óptima. | <ul style="list-style-type: none">• Se cierra mucho en su alianza con la Escuela Naval.• Baja participación de Padres.• Pocos beneficios a los trabajadores de la institución. |

5.2.2.7 Escuela Lord Cochrane

Descripción:

El Establecimiento cuenta con una matrícula de 130 estudiantes, y con un plan de mejoramiento educativo financiado por la ley Sep. Cuenta además con el Proyecto de

Integración escolar (PIE) que brinda apoyo a estudiantes con necesidades educativas especiales. Imparte educación desde el nivel preescolar (prekinder-kinder) hasta 8º año básico, incorporando el idioma inglés desde los más pequeños en adelante.

Las características socio-culturales de los alumnos corresponden a un nivel socioeconómico medio y medio-bajo. En un alto porcentaje de las familias, las madres asumen el rol de jefe de hogar, o abuelas, siendo esto un inconveniente para el apoyo de sus hijos en los deberes escolares. Siendo esta situación poco favorable para el desarrollo pleno del niño, la Unidad Educativa orienta el proceso pedagógico, emocional y actitudinal hacia el logro del desarrollo intelectual, de competencias y habilidades para la proyección de sus futuros estudios, apoyados por una red de profesionales como educadoras diferenciales, psicólogas, terapeuta ocupacional y fonoaudiólogas.

Misión

Lord Cochrane es una escuela inclusiva que propicia una cultura educativa de altas expectativas. Con un cuerpo docente comprometido y actualizado, preocupado de una formación académica, deportiva, artístico-musical y con sólidos valores de respeto, tolerancia, empatía y responsabilidad que promuevan una convivencia de formación ciudadana de calidad.

Visión

La escuela Lord Cochrane será reconocida por promover sólidos conocimientos disciplinarios a través del desarrollo de habilidades cognitivas superiores, con énfasis en lo deportivo, artístico-musical y medio ambiental, que propicien la participación activa de todos sus integrantes en el plano valórico, y de este modo formar persona integra.

| | |
|------------|-------------|
| Fortalezas | Debilidades |
|------------|-------------|

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dotación docente-directiva capacitada. • Ley SEP: Educación diferenciada. • Programa de Integración Educativa para estudiantes con Necesidades Educativas Especiales (NEE). • Desarrollo de competencias comunicativas. | <ul style="list-style-type: none"> • Altos índices de vulnerabilidad psicosocial. • Escaso compromiso de los padres con la escuela. • Inglés Básico. • Sin educación media. |
|--|---|

5.2.2.8 Colegio Saint Benedict

Descripción:

El colegio Saint Benedict, como unidad educativa ha desarrollado su quehacer en la ciudad de Viña del Mar, acogiendo a niños y niñas de los sectores de Santa Inés, Achupallas, Santa Julia, Gómez Carreño y Reñaca Alto que se caracteriza por ser un sector urbano preferentemente. La institución establece su proyección y para ello implementa por medio de nuevas modalidades curriculares, definidas en metodologías sectorizada por áreas de trabajo tendiente a la materialización de proyectos tales como P.M.E (Plan de Mejoramiento Educativo).

El establecimiento pone énfasis en proyecto educativo basado en: Desarrollo Integral, Excelencia académica y conciencia ecológica. Su orientación religiosa es Laica y su educación especial se centra en trastornos de comunicación y relación con el medio.

Misión

Nuestra misión es formar niños y adolescentes, capaces de insertarse a la sociedad cambiante y globalizada en la que estamos, procurando ser entes con responsabilidad social, tolerantes y respetuosos de sí mismo y de los demás, respetando también nuestro medio ambiente. En pocas palabras buenas personas.

Visión

Nuestro colegio aspira a ser una institución integradora y formadora, que privilegia el cuidado del medio ambiente, dando énfasis a la excelencia académica de todos y cada uno de los estudiantes.

| Fortalezas | Debilidades |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Cuidado del medio ambiente y el respeto por la vida. ● Énfasis en la vida saludable. ● Amplia y cómoda infraestructura. ● Variedad de actividades extraprogramáticas. ● Sitio Web amigable y activo. | <ul style="list-style-type: none"> ● Falta preocupación por la educación especial. ● Seguimiento personalizado del alumno. ● Uso de nuevas tecnologías |

5.2.2.9 Colegio Juanita Fernández

Descripción

El Colegio Juanita Fernández es un establecimiento educacional particular subvencionado, cuyo propósito es brindar formación integral a los alumnos y alumnas en base a los valores católicos. Como tal cobra un rol fundamental la acción pastoral, eje en el que se apoyan todas las otras actividades de la institución y que le da su identidad y característica principal. El Colegio atiende actualmente una matrícula de 971 alumnos, distribuidos en los niveles de Pre Kínder a 4º Medio, de la comuna de Viña del Mar. En este emplazamiento, orienta sus acciones para dar respuesta a las necesidades educacionales de las poblaciones inmediatamente adyacentes, manteniendo presente el deseo de servir en la educación a los alumnos más vulnerables. Durante los últimos años el Colegio ha mantenido un crecimiento permanente en su matrícula, así como en su infraestructura y personal necesario para atender las múltiples necesidades que impone el compromiso de dar una educación de calidad. Actualmente trabajan en la institución: 40 Docentes en aula, 11 Asistentes de aula, 8 Ed. Diferenciales, 5 Psicólogos, 3

Fonoaudiólogos, 1 Asistente Social, 13 Profesionales de Talleres extracurriculares, 4 Inspectores de patio, 11 Administrativos y 7 Auxiliares de aseo.

Misión

Colegio católico cuyo propósito es formar niños y jóvenes en la fe, el conocimiento, la responsabilidad ciudadana, el respeto por el otro y el amor. La comunidad educativa trabaja en conjunto para fortalecer los aprendizajes y habilidades de nuestros estudiantes, en coordinación con las redes sociales y públicas. Contamos con equipo interdisciplinario que brinda a los alumnos apoyo individualizado en el ámbito emocional y pedagógico. La labor docente se orienta según los planes y programas del Mineduc, realizando proyectos internos de apoyo escolar consolidado con foco en la inclusión escolar. Asumimos el desafío de comprometer a las familias con el aprendizaje de sus hijos, reconociendo la presencia de alumnos esforzados y con disposición al aprendizaje.

Visión

Formar jóvenes de manera integral, comprometidos con su entorno social, con sólidas capacidades y herramientas para alcanzar sus metas, desenvolverse en la vida laboral, fortaleciendo sus aptitudes y habilidades personales. Que sean personas con actitud crítica, responsables y tolerantes con su entorno social y natural, con una formación valórica arraigada a los principios católicos. Ser un colegio inclusivo que reconoce, respeta y brinda apoyo a la diversidad, con la finalidad de que nuestros alumnos se sientan personas realizadas y felices.

| | |
|------------|-------------|
| Fortalezas | Debilidades |
|------------|-------------|

- Una educación católica activa en la comunidad educativa.
- Los docentes están en formación permanente.
- Programas de Integración Escolar.
- Cultura inclusiva.

- Seguimiento personalizado del alumno.
- Muchos alumnos por sala de clase.
- Uso de nuevas tecnologías
- Poca integración de los padres.

Competencia demográfica



5.2.3 Análisis del Aspecto Legal

5.2.3.1 Procedimiento de Admisión y mecanismos de asignación

El 9 de agosto de 2016 entra en vigencia en nuestro país el nuevo Reglamento del proceso de admisión de los establecimientos educacionales que reciben subvención a la educación gratuita o aportes del estado. En la ley N° 20.845, de Inclusión Escolar que regula la admisión de los y las estudiantes, elimina el financiamiento compartido y prohíbe

el lucro en establecimientos educacionales que reciben aportes del Estado. De esta manera definiremos las etapas más relevantes en este nuevo proceso:

1.- Todos los estudiantes que postulen a un establecimiento deberán ser admitidos en caso de que las vacantes sean suficientes en relación al número de postulantes. (Art. 32)

2.- No se podrá matricular a más estudiantes en el establecimiento que los *cupos totales reportados

*Cupos totales: Total de plazas por curso que un establecimiento dispone para el año escolar siguiente, los que serán reportados una vez al año por el sostenedor, o por quien él designe, al Ministerio.

3.- Los apoderados podrán postular a todos los establecimientos de su interés, con un mínimo de dos, manifestando el orden de sus preferencias en orden descendente, registrando como su primera opción el establecimiento de mayor preferencia y así en lo sucesivo. (Art. 22)

4.- Finalizada la etapa de postulación, el Ministerio remitirá a los establecimientos las listas con sus respectivos postulantes, indicando si cumplen con uno o más de los criterios de prioridad establecidos en el artículo 27 del reglamento.

5.- En los casos de que las vacantes sean menores al número de postulantes, los establecimientos deberán aplicar un procedimiento de admisión aleatoria, transparente y objetivo definido voluntariamente por éstos, de entre los mecanismos que ponga a su disposición el Ministerio. (Art. 34)

6.- El Ministerio informará a los establecimientos los resultados que se obtengan de la aplicación del mecanismo principal de asignación. Posteriormente los establecimientos deberán comunicar los resultados de las asignaciones de los postulantes.

7.- El Ministerio comunicará a cada uno de los establecimientos la lista de sus estudiantes admitidos, información que deberá ser publicada. Sin perjuicio de lo anterior, los apoderados podrán revisar el estado de su postulación en la plataforma de registro. (Art. 48)

5.2.3.2 Análisis Nueva Reforma Educacional

La educación chilena se encuentra en un proceso de reestructuración institucional de enorme trascendencia, el más relevante desde la “municipalización” ocurrida en la década de 1980. Con la promulgación de la Ley N° 21.040 en noviembre de 2017, se pone fin al

arreglo basado en la administración municipal de jardines, escuelas y liceos públicos, y se crea un nuevo Sistema Nacional de Educación Pública. Esencialmente, el nuevo sistema crea una red de 70 Servicios Locales de Educación Pública, los cuales asumirán en plenitud la administración de los establecimientos educacionales públicos en todo el territorio nacional. Adicionalmente, se crea a nivel central una Dirección de Educación Pública encargada de conducir nacionalmente el nuevo sistema. El proceso de transición para instalar la Nueva Educación Pública, de enorme complejidad como puede anticiparse, está previsto hasta el año 2025. Será una de las más grandes reformas institucionales jamás realizadas en el sector. Coloquialmente, la “desmunicipalización” de la educación.

La reforma que crea la Nueva Educación Pública crea una nueva visión, al reconocer explícitamente lo que ha sido un consenso histórico ampliamente extendido en Chile y el mundo: que la educación pública tiene un valor social superior, que justifica una especial atención y deber de parte de la comunidad.

La creación de la Nueva Educación Pública forma parte de una reforma educacional mayor, uno de cuyos componentes es la Ley de Inclusión Escolar, que termina con el financiamiento estatal a escuelas privadas con fines de lucro, con los cobros a las familias en escuelas que reciben recursos públicos, y con algunas prácticas extendidas de discriminación en la admisión escolar. Se intenta pasar de un mercado pobremente regulado a un sistema mixto más parecido a las prácticas internacionales establecidas en la materia: que prioriza la educación pública y provee apoyo estatal más exigente y regulado a la educación privada.

5.2.3.3 Situación financiera de la educación pública.

Para completar esta caracterización general, a continuación, se presenta una serie de indicadores financieros de la educación municipal, con el objetivo de analizar la sustentabilidad económica del sector.

5.2.3.3.1 Ingresos y gastos

La educación municipal cuenta con diversas fuentes de financiamiento que provienen de tres ingresos principales:

- Subvenciones escolares: se entregan según la asistencia y la matrícula de los establecimientos y son provistas por el Ministerio de Educación.
- Fondo de Apoyo a la Educación Pública (FAEP): es provisto por el Ministerio de Educación a través de la Dirección de Educación Pública.
- Aportes municipales: recursos que entregan los propios municipios. La siguiente tabla 1 permite observar que el 83 % de los ingresos de la educación pública proviene de las subvenciones, mientras que el FAEP y los aportes municipales representan el 9 % y 7,7 %, respectivamente.

5.2.3.4 Nuevo Sistema

El sistema inicialmente propuesto contemplaba la creación de sesenta y siete servicios locales de educación (SLE), los cuales asumirían, en un plazo de seis años, la totalidad del servicio educativo público a lo largo de Chile, lo que suponía además un traspaso íntegro de los bienes al fisco. Además, el sistema era coordinado por una Dirección de Educación Pública a nivel central, un servicio centralizado, alojado en el Ministerio de Educación, que tendría la función de planificar e implementar una política nacional de fortalecimiento de la educación pública. A nivel local, cada SLE sería dirigido por un director ejecutivo, elegido por el Sistema de Alta Dirección Pública (ADP), aunque con cláusulas especiales de remoción del cargo, quien sería además asesorado por un consejo local de educación, conformado por representantes de la comunidad educativa, alcaldes y del gobierno regional, y del mundo de la educación superior.

Financiamiento de la nueva educación pública

El informe financiero del proyecto originalmente proponía —además de los montos comprometidos para la instalación y la transición— \$201.730 millones de pesos (año 2016) que serían asignados vía Ley de Presupuestos para la operación y funcionamiento de los nuevos servicios locales de educación, inaugurando de esta manera un financiamiento basal directo para la NEP. Esto permitiría, además, liberar recursos de las subvenciones escolares dirigidas a la educación pública que estaban siendo utilizados en la administración central municipal.

Durante la tramitación en la Cámara de Diputados, el Gobierno propuso la extensión del Fondo de Apoyo a la Educación Pública (FAEP)⁴⁷ hasta el año 2022, con una disminución progresiva a contar del año 2020, la cual fue aprobada. Luego, en el Senado, se introdujo un nuevo fondo, denominado Programa de Fortalecimiento de Educación Pública, que estableció por ley la provisión anual de al menos 130 mil millones de pesos especialmente destinados al mejoramiento de la NEP, los cuales serán asignados por la Dirección de Educación Pública a los servicios locales de manera directa o a través de otros organismos públicos, sobre la base de la Estrategia Nacional de Educación Pública y de principios de equidad y pertinencia. Así, la nueva educación pública contaría con recursos adicionales y nuevas líneas de financiamiento para su fase de instalación, aunque sin modificar el sistema general de financiamiento de la educación escolar.

5.2.3.5 Los nuevos servicios locales de educación pública

La ley de nueva educación pública mandata un cambio en la dependencia de los jardines, escuelas y los liceos públicos, que implica que la responsabilidad directa de administrar los establecimientos educacionales debe ser asumida por una red de nuevas instituciones: los servicios locales de educación pública (SLE). Estos servicios, por lo tanto, son ahora los responsables últimos de la gestión de la educación pública en el territorio. Los SLE son organismos públicos especializados en la gestión educacional, descentralizados funcional y territorialmente, con una planta propia de personal altamente profesionalizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio. El servicio local tiene como función principal proveer educación pública en todos sus ciclos, con niveles de calidad y equidad crecientes.

5.2.4.6 El rol de la escuela en la nueva educación pública.

Si bien el principal cambio de la nueva educación pública es la creación de un «nivel intermedio» en el sistema escolar, la reforma también pone a la escuela en el centro, a

través de los principios que guían el sistema y algunos cambios importantes en el propio «nivel escuela». Esto es consistente con la experiencia y la literatura sobre eficacia y mejora escolar, que reconoce que, si bien las políticas y apoyos externos (como el que despliegan los nuevos servicios locales de educación) pueden transformarse en condiciones centrales para producir un mejoramiento de los procesos y resultados escolares, la mejora sustentable de la calidad solo es posible en la medida que las escuelas logran liderar el cambio educativo a través de sus propias capacidades y prácticas. (Raczynski, 2013)

5.2.4.7 Sistema de financiamiento de la nueva educación pública

La ley de NEP posee implicancias financieras importantes. Primero, la normativa establece la inyección de nuevos recursos a través de la Ley de Presupuestos para la operación y el funcionamiento de su institucionalidad. Dichos recursos son asignados de manera directa y no sujetos a la asistencia de los estudiantes. Adicionalmente, el agrupamiento de comunas en los SLE genera eficiencia por economías de escala y de ámbito de la que el sistema municipal carecía.

Lo anterior se traduce en una «liberación» de subvenciones que los municipios antes utilizaban para financiar la administración de las DAEM, que permiten paliar los déficits verificados a nivel de sostenedores municipales. Esto es reforzado por los recursos frescos que aportan las leyes 20903/2016, que crea el Sistema de Desarrollo Profesional Docente, y 20845/2015, de Inclusión Escolar.

Además, los nuevos recursos inyectados directamente, tanto para el Programa de Fortalecimiento de la Educación Pública como para el funcionamiento y operación de los SLE, disminuyen el peso relativo del «mecanismo voucher» en los ingresos. Cálculos realizados por el Ministerio de Educación muestran que el peso de los recursos destinados de forma directa o «a la oferta» crecerán desde un 5 % del total en 2014 a un 27 % en 2022. Esto permite disminuir en cierta medida los efectos perjudiciales del actual sistema de subvención escolar vía asistencia media, a través de las siguientes medidas:

- Establecer una lógica local-territorial de colaboración entre los establecimientos educacionales públicos que supere la competencia por captar alumnos de una comuna a otra, tal como ocurre hoy.

- Atenuar la fuerte variabilidad de ingresos que experimentan hoy los municipios situados en zonas rurales, de difícil acceso o de tamaño reducido, para disminuir el impacto de la asistencia media sobre el conjunto del financiamiento per cápita que recibe la educación pública.
- Facilitar que, con una mejor sostenibilidad financiera, los equipos directivos pongan mayor foco en lo pedagógico, lo curricular, la convivencia y las condiciones de la vida escolar.

Todo lo anterior ocurre en un escenario donde las principales atribuciones respecto a la gestión y definición del destino de los recursos financieros está en el nivel local. En este sentido, la nueva educación pública busca, desde su origen, equilibrar los principios financieros de mayor eficiencia y economías de escala con los de descentralización y gestión local de los recursos.

5.2.3.8 Cambiar el sistema de financiamiento de la educación pública.

De todos los aspectos macro de la política educacional que es necesario modificar, el más relevante es el financiamiento de las escuelas y los liceos. La gran mayoría de los actores entrevistados insiste en que se debe discutir y cambiar el sistema de financiamiento de la educación pública, y algunos, de la educación en general.

La nueva realidad creada por la Ley de Inclusión (i.e. ausencia de motivación de lucro para los proveedores y control de la discriminación de las familias y los estudiantes) permite plantearse un cambio general del sistema de subvenciones, al volver a concebir la educación privada como un sector que colabora con la educación pública. No obstante, para concretarlo todavía se requieren otras modificaciones, especialmente, mejorar el control y la regulación del tamaño de la oferta educativa en los territorios.

Ante este escenario, los actores ensayan distintas propuestas. De mantenerse el subsidio a la demanda, coinciden los entrevistados, este debiera basarse en la matrícula y no en la asistencia. Además, los SLE pueden ser vistos como una oportunidad para que los recursos, aun persistiendo el subsidio basado en la matrícula, sean administrados con una lógica solidaria, subsidiando a los establecimientos con más dificultades.

El mejoramiento y la innovación educacional requieren fondos especializados. En el marco de la Estrategia Nacional de Educación Pública, los SLE construirán sus planes de desarrollo, que serán el ambiente en el cual florecerán los proyectos educativos y de

mejoramiento escolar de sus comunidades. Nuevos objetivos más complejos y desafiantes, y la necesidad de recuperar el tiempo perdido y revertir el deterioro acumulado, reclaman recursos adicionales significativos para la nueva educación pública. Por cierto, estos recursos han de estar disponibles inmediatamente para los SLE ya instalados y ser accesibles para los que se vayan creando, lo cual debiera ser considerado además como un incentivo para acelerar el traspaso a la NEP.

5.2.3.9 Línea de Financiamiento de Servicios Locales de Educación (SLE)

Los recursos considerados en la asignación presupuestaria tienen por finalidad colaborar en el funcionamiento del servicio educacional que entregan los servicios locales de educación, incluyendo aquel que se presta en establecimientos de educación parvularia, para ser utilizado exclusivamente en el financiamiento de aquellas acciones propias de la entrega de dicho servicio y su mejoramiento, y en la revitalización de los establecimientos educacionales.

5.2.3.9.1 Áreas financiables.

1. Mejoramiento de habilidades y capacidades de gestión para la Educación: rediseño de procesos, adquisición de software u otras herramientas de gestión; elaboración de manuales de funciones, capacitación del personal docente, asistentes de la educación y equipo administrador del servicio de educación, u otros análogos.

2. Inversión de recursos pedagógicos, innovaciones pedagógicas y de apoyo a los estudiantes: Adquisición de material didáctico; de equipamiento informático, equipamiento deportivo y artístico, u otros análogos.

3. Administración y normalización de los establecimientos:

a) Administración de los establecimientos: Gastos de funcionamiento y remuneraciones del personal de los establecimientos educacionales y establecimientos de educación parvularia.

b) Normalización de los establecimientos: Financiamiento de indemnizaciones legales, al personal docente y asistente de la educación de los establecimientos educacionales del SLE.

4. Mantenimiento, conservación, mejoramiento y regularización de inmuebles e infraestructura: Gastos relacionados con reparaciones de los establecimientos educacionales y de educación parvularia en su modalidad Vía Transferencia de Fondos (VTF), cuyo costo total no supere el 30% del valor de reposición del establecimiento, especialmente aquellas intervenciones dirigidas a reducir los costos de operación de los establecimientos, tales como envolvente térmica, reparaciones de instalaciones eléctricas, de gas, u otras análogas, para cumplir con las exigencias y estándares de la normativa vigente.

5. Mejoramiento actualización y renovación de equipamiento y mobiliario:

a) Gastos relacionados con reparaciones menores en espacios físicos de los establecimientos educacionales que permitan su habilitación y hermosamiento, u otras análogas.

b) Adquisición de mobiliario escolar y de oficinas.

6. Transporte escolar y servicios de apoyo:

Se permite contratar el servicio de traslado de los estudiantes a sus establecimientos y de regreso a sus hogares. También está permitido el financiamiento de gastos de operación y mantención del servicio de transporte escolar del SLE, sólo para aquellos establecimientos educacionales calificados como rurales por el Ministerio de Educación, a excepción del pago de remuneraciones de los conductores o auxiliares.

7. Participación de la comunidad educativa:

Acciones e iniciativas que complementen los instrumentos de gestión educativa, dirigidas a la animación y activación de los consejos escolares, centros de padres, madres y apoderados; centros de alumnos, consejos de profesores y asistentes de la educación y directivos, como también de los distintos actores que componen la comunidad educativa de los establecimientos.

5.2.4 Análisis de Entorno Económico

Por medio del Ministerio de Educación se determina parte del presupuesto por asignación de recursos para educación, y la secretaría de educación por medio de asignación de recursos propios. El Ministerio, a través de la Unidad de Control Financiero y Administrativo General, fijará los procedimientos y formatos para efectuar las rendiciones de cuentas.

La asignación de presupuesto está ligado porcentaje de la matrícula y la implantación de proyecto de inversión que plante la institución. Por tanto, mientras el colegio mantenga una matrícula estable con su cobertura total, se le asigna el presupuesto, pero si la matrícula baja esto conlleva desventajas, la matrícula tiene variantes que se salen de las manos de la institución, pero se ha mantenido estabilidad lo que ha permitido una inversión de proyectos y herramientas educativos. Según el último CENSO la distribución socioeconómica de Viña del Mar se distribuye de la siguiente manera:

| | |
|------------|--------------|
| AB | 2.13% |
| C1A | 3.55% |
| C1B | 8.52% |
| C2 | 22,7% |
| C3 | 25,4% |
| D | 30% |
| E | 7,7% |

5.2.5 Análisis del Entorno Político

La Institución se rige por las políticas públicas de la Secretaría de Educación y el Ministerio de Educación. El establecimiento educativo está orientado en el direccionamiento estratégico, la cultura institucional, el clima y el gobierno escolar, además en las relaciones con el entorno. De esta forma es posible que el rector y su equipo de gestión organicen, desarrollen y evalúen el funcionamiento general de la institución.

El actual gobierno ha realizado propuestas apuntando a "facilitar la transformación de los Liceos TP a la Formación Dual, articulada con la industria y con la educación superior técnica" y la "creación de red de Liceos Tecnológicos de Excelencia". Además, busca flexibilizar el sistema para que estudiantes de 3° y 4° medio puedan realizar su especialización técnica en un CFT o IP acreditado.

5.2.6 Análisis de Entorno Tecnológico

La ciudad de Viña del Mar cuenta con un Departamento de Desarrollo Tecnológico e Informático que se desarrolla principalmente la investigación, desarrollo, incorporación, y soporte de tecnologías que vayan en apoyo directo a la gestión de calidad de las distintas áreas que conforman la corporación Municipal Viña del Mar para el desarrollo social, asegurando estándares de calidad que, junto con transformarse en potenciales herramientas de trabajo, permitan generar sustentabilidad técnico-económica y crecimiento sostenido. La corporación Municipal cuenta además con el plan de equipamiento de establecimiento de Enseñanza Media Técnico Profesional 3.0 con el propósito de fortalecer la formación técnico profesional con equipo moderno y tecnología de alto nivel para formar estudiantes con competencias adecuadas para llegar a la educación superior. En el último tiempo el uso de la web, redes sociales y aplicaciones por parte de la ciudadanía es que la gran mayoría ha utilizado por lo menos alguna de ellas en los últimos tres meses.

5.2.7 Análisis de Entorno Sociocultural

El colegio se encuentra ubicado en la ciudad de Viña del mar, la cual se conoce principalmente por ser turística costera con jardines y extensas playas. Esta ciudad también se caracteriza por una intensa vida cultural y artística. Sus temporadas de conciertos y certámenes musicales tienen una larga tradición y un reconocido prestigio, El entorno específico donde se encuentra ubicado el liceo presenta una zona de alta vulnerabilidad con diversas problemáticas de desarrollo social el cual no presenta una prioridad en el plan de desarrollo municipal.

5.3 Análisis de las Oportunidades y Amenazas

5.3.1 Oportunidades

- Crecimiento demográfico en la zona de Norponiente de Viña del Mar.

“La falta de red vial, se verifica también la inexistencia de redes que permitan conectar el camino del alto con el camino internacional, que son las vías que han conducido el crecimiento Norte del Gran Valparaíso. Por esta razón, el barrio de Jardín del Mar en conjunto con Gómez Carreño, se ha transformado en el único corredor que conecta el borde costero con los barrios del Nor - Oriente. Esto incrementará la demanda de localización, saturando el sector, a la vez que se modifican las "cabeceras" de las quebradas, transformando las condiciones ambientales de la cuenca del estero de Reñaca.” *Decreto 14520 – Consejo Municipal de Viña del Mar - Promulga proyecto de modificación al plan regulador comunal de viña del mar "Actualización Zona v11-a Fundo Naval Las Salinas" - 27-nov-2015.

- Programas de reforzamiento educativo.

Estos programas se basan en ayudar y apoyar a aprender contenidos específicos de distintas materias de Enseñanza básica y media. Al reforzar sus contenidos se generará una ventaja competitiva en relación a estudiantes de otros establecimientos.

- Infraestructura apta para el uso externo (arrendar espacios).

Si bien el Liceo cuenta con una gran infraestructura, esta no se está aprovechando con los múltiples propósitos que se le podrían dar como por ejemplo arrendar espacios los fines de semana para actividades externas.

- Vinculación con los SS.CC y las FF.AA.

Si bien la institución pertenece a la congregación de los Sagrados Corazones, esta no es destacada ni publicitada en el Liceo. Además se puede generar una vinculación con las FF. AA, específicamente con la Escuela Naval para generar convenios de participación educativa.

- Practicantes del área de Educación y otras profesiones, de las diversas universidades de la región.

Generar vínculos estratégicos con Universidades de la zona es otra oportunidad para complementar el plan de reforzamiento educativo y además dar una visión más amplia de las alternativas donde pueden estudiar.

- Programas de perfeccionamiento docente impartidas por otras instituciones.

Actualmente existen varias instituciones que imparten perfeccionamiento docente las cuales puede acceder el establecimiento (Educrea, Mineduc y varias Universidades).

- Apoyo del Gobierno a través del Mineduc

El Mineduc ofrece diversas iniciativas para los establecimientos educacionales donde se podrían implementar y mejorar diversas áreas como: Prevención de Acoso y Ciber Bullying, programación y pensamiento computacional, además de becas y créditos para los estudiantes.

- Actividades culturales

La cultura es un ámbito que nunca debe dejarse de lado ya que integra al alumno a potenciar el desarrollo emocional e intelectual de quienes encuentran en la expresión artística, un lenguaje desde donde comprender el mundo y conectarse con los otros.

5.3.2 Amenazas

- Nuevos establecimientos en la zona.
- Baja tasa de natalidad

Según los datos del INE del 2015 la región de Valparaíso tiene una tasa del 12,9 x mil de habitantes en la región, comparado al 13,7 a nivel país.

- Apoyo deficiente de los padres hacia sus hijos.

Si bien la educación de la institución es primordial, sino se acompaña de un apoyo de sus padres se dificulta el proceso de aprendizaje.

- Colegios que brindan un servicio de iguales características opten por la gratuidad.
- Al contar con un nuevo sistema de financiamiento se podrían presentar establecimientos educacionales con prestigio con el mismo sistema de gratuidad.
- Proceso de admisión baso en el sistema de tómbolas
 - Alcoholismo y drogadicción.

El tema del alcoholismo y drogadicción es un tema país que se debe abordar con campañas eficientes para evitar su consumo sobre todo en la edad temprana entre los 14 y 16 años donde se encuentran más vulnerables.

5.4 FUERZAS DE PORTER

5.4.1 Intensidad Amenaza ante nuevos competidores

Baja:

La llegada de nuevos establecimientos educacionales en el corto y mediano plazo es poco factible ya que existen las siguientes barreras de entrada:

- Alta inversión en infraestructura, como salas, edificios, laboratorios, gimnasios etc.
- Cumplimiento de requisitos y trámites burocráticos para el reconocimiento del MINEDUC
- Incertidumbre frente a las políticas educacionales que regulan el sector, dado los últimos movimientos sociales y discusiones en el parlamento.

Sin embargo de ser superadas estas barreras de entrada, el prestigio juega un papel fundamental en la elección de un servicio educativo .En mérito de aquello no es algo que se pueda construir de un mes o un año para otro.

5.4.2 Intensidad Poder de negociación con los clientes

BAJA:

Los principales consumidores del establecimiento educacional, son personas de clase media y media baja, que ven una oportunidad en la organización ya que sus productos educativos tiene altos estándares de calidad, lo que se demuestra por la gran satisfacción de los consumidores a través de una alta demanda.

Sin embargo en relación al poder de negociación, es poco o nulo, ante la organización, dado que no se encuentran organizados además existe una alta demanda por matrícula en el establecimiento educacional.

5.4.3 Intensidad Poder de Negociación con los Proveedores

MEDIA - BAJA:

El Liceo Nuestra Señora de la Paz, al ser un establecimiento educacional adscrito al sistema de gratuidad está regulado por las normas del DFL2 del Ministerio de Educación, es altamente dependiente de los recursos que el MINEDUC le entrega por la asistencia de los alumnos a clases, y los cuales le permiten lograr sus objetivos.

Además, la institución debe dar cumplimientos a las exigencias que establece la normativa educacional vigente para tener derecho a percibir la subvención escolar, tanto en el ámbito financiero- administrativo y técnico pedagógico.

En función de lo anterior, se visualiza un proveedor que no necesita un poder de negociación, dado que cualquier exigencia o requisito que debe cumplir el o los establecimientos educacionales lo establece por ley.

5.4.4 Intensidad de Amenaza de Sustitución

Alta

En la actualidad existen sustitutos reales del producto que entrega al Liceo Nuestra Señora de la Paz, que es educación formal y de calidad en todos sus niveles de enseñanza fundamentado en sus resultados académicos de SIMCE y PSU.

Asimismo en la localización anteriormente estudiada y mostraron nuestros competidores ubicados en un entorno cercano del colegio poseen un prestigio del mismo nivel y de similar resultados en pruebas estandarizadas

5.4.5 Intensidad de Rivalidad entre Competidores

ALTA

Existe una gran rivalidad entre los competidores y el Liceo Nuestra Señora de la Paz, dado que la demanda para elegir entre un colegio y otro, considera las siguientes aristas:

- Resultados académicos del establecimiento
- Menor aporte de los padres al financiamiento compartido comparado con otros colegios de características similares en infraestructura y resultados académicos
- Infraestructura

- Proyecto Educativo (PEI). Que promueve y ejecuta de forma efectiva el establecimiento educacional

Y en mérito de lo anterior hay que considerar que el LNPS cuenta con una gran cantidad de competidores; debido a que la localidad está conformada por muchas instituciones educativas de carácter público y privado; aspecto que nos hace efectuar diferenciación para que nuestros clientes nos prefieran como la mejor institución educativa de la localidad y del barrio.

6 Definición de Objetivos

Una vez analizadas las oportunidades y amenazas del entorno y los puntos fuertes y débiles del Liceo Nuestra Señora de la Paz se procede a determinar los objetivos que se pretenden conseguir con este Plan de Marketing.

6.1 Objetivo Principal

Crear un plan de Marketing para el Liceo Nuestra Señora de la Paz.

6.2 Objetivos específicos.

- Mejorar la percepción general y generar una buena disposición de la institución educativa en la opinión pública.
- Despertar el interés en conocer lo que la institución educacional puede ofrecer a un determinado grupo objetivo.
- Poder medir los resultados de la gestión educativa y empresarial.
- Analizar el impacto de la normativa vigente en el modelo de negocio

Por ello, se apuesta por una estrategia de posicionamiento la cual se basa en cuatro pilares fundamentales. Con este posicionamiento, se pretende crear un valor único para los clientes de esta institución, es decir, para los padres de los alumnos potenciales del Liceo.

Antigüedad-Resultados Académicos -Educación Valórica-Nuevas Tecnología

7 Estrategia de Marketing

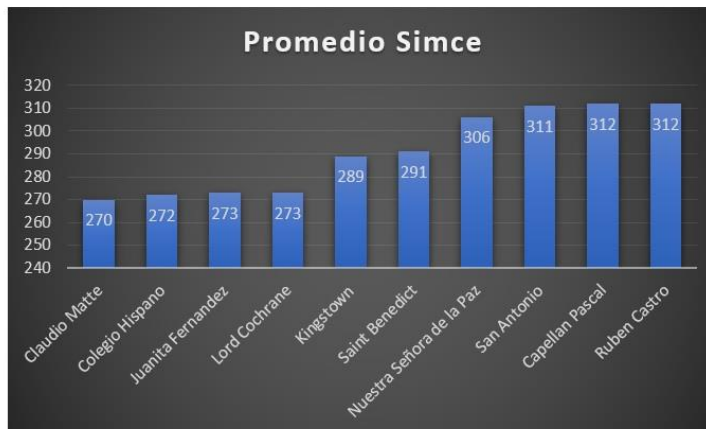
A continuación se profundiza en cada uno de los pilares en los cuales se sustentará la estrategia de marketing

7.1.1 Antigüedad

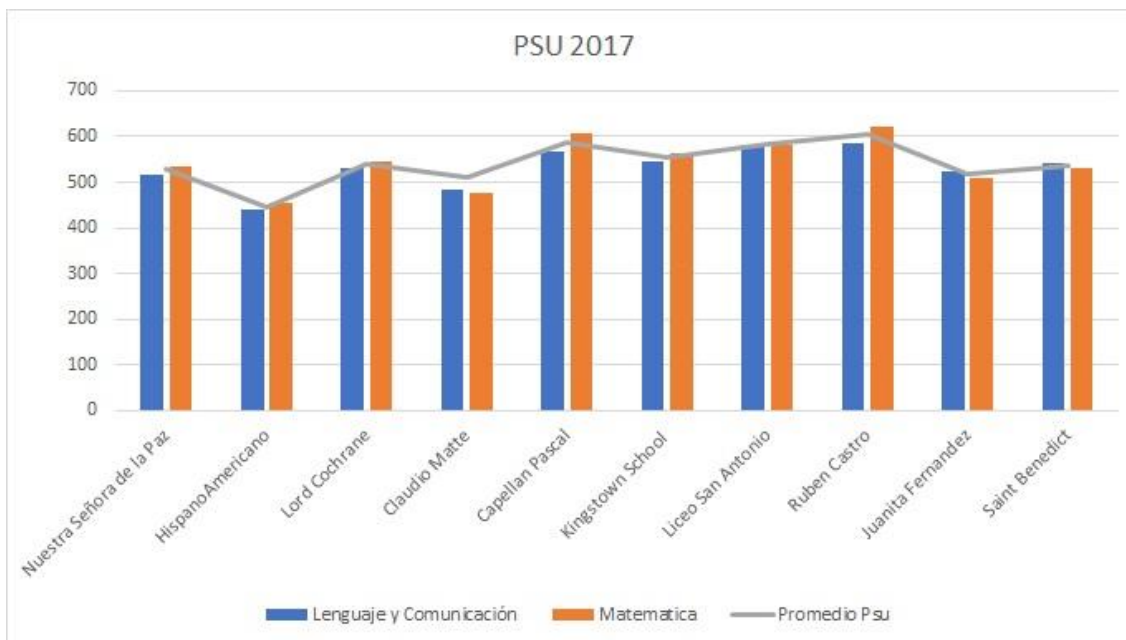
El Liceo Nuestra Señora de la Paz quiere ser reconocido por su gran trayectoria profesional, ya que cuenta con más de 175 años de experiencia. Y, tiene como misión, educar a personas libres, solidarias, íntegras que, a través de los procesos educativos, desarrollen competencias intelectuales, sociales y afectivas siendo agentes transformadores de la sociedad a la luz del Evangelio y la Espiritualidad de los Sagrados Corazones.

7.1.2 Resultados Académicos

| Promedio Simce 2017 | |
|--------------------------|----------|
| Colegios | Promedio |
| Claudio Matte | 270 |
| Colegio Hispano | 272 |
| Juanita Fernandez | 273 |
| Lord Cochrane | 273 |
| Kingstown | 289 |
| Saint Benedict | 291 |
| Nuestra Señora de la Paz | 306 |
| San Antonio | 311 |
| Capellan Pascal | 312 |
| Ruben Castro | 312 |



El Liceo Nuestra Señora de la Paz siendo un colegio de gratuidad, destaca que dentro de sus proceso de admisión, de recibir la gran parte de su dotación de alumnos en cursos iniciales como pre kínder y séptimo básico, esta estrategia siempre enfocada en un proceso formativo de largo plazo, que le permite obtener niveles de excelencia a la par de cualquier colegio privado, y muy en superior de sus pares gratuitos ubicados en las medianías tales como: Hispanoamericano, Juanita Fernández, Kingstown School. Etc.



El Liceo Nuestra Señora de la Paz plantea como objetivo principal otorgar una educación formal y de calidad de fines científicos humanistas que permitan sus alumnos ingresar a la universidad con la preparación adecuada. Provee de las herramientas necesarias para alcanzar altos niveles de logro en la Prueba de Selección Universitaria (PSU). Los docentes y el equipo educacional desarrollan ensayos, cuyo objetivo es introducir y familiarizar a nuestros alumnos con la evaluación de ingreso a la educación superior en las asignaturas de Lenguaje, Matemática, Ciencias e Historia. El análisis de los resultados de estos ensayos, les permite generar estrategias enfocadas a lograr el objetivo académico deseado.

La institución aspira a lograr resultados académicos de excelencia, razón por la cual se encuentran en constante proceso de evaluación y actualización de sus prácticas. Hoy en día Liceo Nuestra Señora de la Paz hace gala de su excelencia académica solamente basada en resultados SIMCE ya que como podemos ver en el grafico anterior, su promedio PSU está alrededor de los 500 puntos muy lejos de la excelencia que promocionan colegios de carácter privada en esa área.

7.1.3 Educación Valórica

El Liceo Nuestra Señora de la Paz educa a sus alumnos a la luz de los valores del Evangelio de Jesucristo y de la Espiritualidad de la Congregación de los Sagrados

Corazones. Además, busca instruir a personas que asumen íntegramente, con libertad, en solidaridad, con respeto por sí mismas y el prójimo, responsables y con un claro compromiso social. En este ámbito la institución pone énfasis en formar personas con valores y principios cristianos puedan desarrollarse en la sociedad y aportar con estos valores positivos: Abiertas al cambio, comunicativas, buscadores de unidad, de comunión, trabajadora en equipo y generadoras de transformaciones que posibilite una sociedad humana más justa y fraterna.

Énfasis o Metas Pastoral:

- Vivir la misión territorial que nos llama a vivir el Papa Francisco y los Obispos de: “Ir al encuentro del otro para anunciar y compartir con todos que Jesucristo es fuente de vida en abundancia”
- Impulsar la dimensión solidaria para fortalecer el compromiso cristiano de nuestras alumnas y alumnos. (Se propone que cada curso apadrine una institución: hogar de ancianos, hogar de niños, comedor de parroquia, cárcel, hospitales u otros, en forma anual, y se sugiere que se organicen y que la ayuda sea entregada por un grupo significativo (apoderados y alumnos) o por todo el curso.
- Promover la dimensión comunitaria en las diferentes celebraciones litúrgicas y pastorales, que permitan vivir la fe y la dimensión eclesial.

7.1.4 Nuevas Tecnologías

El Liceo Nuestra Señora de la Paz ha apostado firmemente por implantar y desarrollar su Proyecto de Nuevas Tecnologías invirtiendo en nuevas herramientas con las que realizar las labores didácticas y administrativas.

Desde los 4 años, nuestros alumnos están en contacto diario con las Nuevas Tecnologías en el aula; en nuestro centro se convierten en "nativos digitales", cuyas destrezas en el manejo de las mismas son impresionantes. Dentro de los objetivos se pueden nombrar algunos tales como el potenciar el empleo de las Nuevas Tecnologías en todas las actividades del centro, integrándolas como un recurso más en el proceso educativo. Fomentar su uso activo por parte de los alumnos como medio de apoyo y refuerzo en su

aprendizaje. Facilitar la búsqueda de información a través de Internet y el tratamiento crítico de la misma. Utilizar programas informáticos que ofrezcan contenidos visuales e interactivos que generen un material educativo motivador, ameno, dinámico y atractivo. Ayudar a los alumnos a ser protagonistas en el uso de los dispositivos, los programas informáticos, los materiales digitales generados, etc., provocando que presten un mayor interés y asimilen mejor los conceptos.

Que las Nuevas Tecnologías faciliten el aprendizaje de las diferentes asignaturas y sus contenidos: Matemáticas, Lengua, Conocimiento del Medio, inglés, etc., además de favorecer la adquisición de habilidades, destrezas, y conocimientos de las mismas.

Utilizar las Nuevas Tecnologías como medio de investigación para ampliar conocimientos y elaborar pequeños proyectos a nivel individual y/o colectivo.

Utilizar el ordenador, las pizarras digitales y las tablets como medio de creación, de integración, de cooperación y de expresión de las ideas de cada uno.

Tras marcar los objetivos que ha de alcanzar el Liceo, se ha de desarrollar cada una de las políticas de marketing mix: servicio (producto), comunicación, distribución, precio, personas, proceso y prestación necesarios para cumplir tales objetivos.

Pero antes de ello, se procede a marcar la estrategia que quiere seguir la empresa: El posicionamiento de marca es el espacio que el producto ocupa en la mente de los consumidores respecto de sus competidores. Para establecer correctamente la estrategia de posicionamiento se debe tener en cuenta ciertos aspectos; como saber los atributos que aportan valor a los consumidores, el posicionamiento actual y el de la competencia o el posicionamiento al que aspira y su viabilidad.

La estrategia de posicionamiento que se va a seguir en este plan de marketing es sobre los atributos, es decir, posicionar a la empresa respecto a los atributos que ofrece al cliente.

Una vez elegida la estrategia por la cual se quiere diferenciar el Liceo Nuestra Señora de la Paz de los competidores, entonces se desarrolla las políticas de marketing mix.

7.2 Servicios.

Al analizar los aspectos que pueden afectar al Liceo Nuestra Señora de la Paz es menester definir primero lo que es un colegio: Se indica que es una institución escolar que ofrece todos los grados de educación pre básica, básica y media donde cuenta con los servicios y recursos necesarios para brindar condiciones adecuadas de enseñanza y aprendizaje. Estos resultados rendirán cuentas con la comunidad y hará posible la participación social.

El servicio que el establecimiento presta se basa principalmente en educar a personas solidarias, íntegras que desarrollen competencias intelectuales, sociales y afectivas para ser agentes transformadores de la sociedad siempre encaminado en la luz del Evangelio y de la Espiritualidad de los Sagrados Corazones de Jesús y de María, capaces de comunicar y comunicarse buscando la unidad del trabajo en equipo, generando una sociedad humana más justa y fraterna.

Para llevar a cabo estos objetivos es importante contestar varias preguntas como:

- ¿Quiénes son los clientes?

Padres de familia con hijos de entre 3 y 18 años.

- ¿Qué compran y cómo usan el producto?

Compran un servicio educativo integral en valores y formación académica que permitan obtener buenos resultados en la Prueba de Selección Universitaria y así puedan optar a su desarrollo Técnico o Profesional en una buena institución de educación superior.

- ¿Dónde compran?

Los padres de familia no compran el servicio al ser un sistema gratuito financiado por aportes del Estado. Solo solventan los gastos de traslado, uniformes y útiles escolares.

- ¿Cuándo compran?

No compran el servicio al ser gratuito, pero pueden acceder al servicio educativo en el proceso de matrícula. Este proceso empieza en diciembre de cada año.

- ¿Cómo seleccionan?

Ministerio de Educación remitirá a los establecimientos las listas con sus respectivos postulantes, indicando si cumplen con uno o más de los criterios de prioridad. En los casos de que las vacantes sean menores al número de postulantes, los establecimientos deberán aplicar un procedimiento de admisión aleatoria, transparente y objetivo definido voluntariamente por éstos, de entre los mecanismos que ponga a su disposición el Ministerio.

- ¿Por qué eligen este servicio?

Porque satisface las necesidades actuales del mercado y cumple con las características requeridas por los clientes (padres).

- ¿Cómo se mide el nivel de satisfacción?

Cada año al ver el registro de alumnos matriculados se ve si los padres están satisfechos y vuelven a adquirir el servicio. No existe otro instrumento que permita ver el nivel de satisfacción de los padres año a año. Por lo que se llevarán a cabo encuestas que midan el nivel de satisfacción de los padres y alumnos.

Para alcanzar la orientación al cliente y, en consecuencia, lograr la eficaz gestión del servicio prestado, es necesario describir los siguientes elementos clave:

7.2.1 La estrategia del servicio

1. Énfasis en el desarrollo integral, excelencia académica y la formación valórica religiosa.
2. Se desea que los elementos que integran el liceo Nuestra Señoras de la Paz sean diferenciales de los competidores, mediante su programa de formación que incluye: Programas de orientación, convivencia escolar, prevención de drogas y alcohol, educación sexual, cuidado del medio ambiente, promoción de vida sana, actividades de acción social y pastorales.
3. Para que el sistema de servicios sea efectivo, tanto los profesores entre sí como tutor-padre, siempre tendrán que estar en continuo contacto, de esta forma se evitarán posibles conflictos o deficiencias de cualquier alumno.

7.2.2 El servicio de base

Educación de calidad, a partir de la cual, el alumno adquiere capacidades y aptitudes referidas no solo a temas académicos sino también en valores y, al desarrollo de su personalidad espiritual, intelectual y social.

7.2.3 El sistema del servicio

La enseñanza en este centro se imparte mediante diferentes metodologías: en las instalaciones propiamente dichas del centro, de forma online, tutorías personalizadas con el profesor, seguimiento del alumno de forma telemática para los padres, actividades extraescolares, entre otros.

7.2.4 El encuentro del servicio

Las instalaciones del centro; las aulas donde se imparten las clases, salón de actos donde se llevan a cabo conferencias y seminarios, pistas en las cuales se realizan las actividades deportivas, comedor, etc.

7.3 Comunicación.

La comunicación es de gran importancia al ser una de las funciones principales del marketing. Esto es fundamental al momento de dar a conocer a los clientes el buen servicio educacional que está entregando el Liceo Nuestra Señora de la Paz

Al querer mejorar como es percibido el establecimiento va a desarrollar una estrategia dirigida a los padres de los alumnos y a los propios alumnos. Para comunicar estos objetivos, el Liceo Nuestra Señora de la Paz va a utilizar varios aspectos del Mix de Comunicación: personal de ventas, relaciones públicas, publicidad, merchandising, marketing directo y database marketing entre otros. En este caso el personal de ventas no es aplicable a este plan por que la idea es mejorar imagen, no aumentar las ventas. Es importante tratar de controlar lo que se publica en la prensa y proporcionar, por ejemplo, información de eventos que realice el colegio.

Al enfocarse en mejorar la imagen del establecimiento entra juego la publicidad siendo un

aspecto de gran relevancia para desarrollar este objetivo. Por otro lado, una acción muy importante para el establecimiento, en cuanto a comunicación, está enfocada al marketing digital que detallamos a continuación:

7.3.1 Con el cliente a través de canales digitales

Al estar en un mundo globalizado es de gran importancia estar en el lugar en el que los clientes están, esto es en el entorno digital.

Tal como lo vimos en el análisis del entorno tecnológico, gran parte personas (independientemente de su edad), usan el Internet a diario en diferentes plataformas y redes sociales. Por el lado más formal se puede realizar una página web que resulta más formal comunicar la información y crear imagen. Aunque Liceo Nuestra Señora de la Paz ha renovado recientemente su página web se considera que esta podría no comunicar los objetivos de la mejor manera posible y podría ser mucho más amigable para tanto los alumnos como los padres. Para desarrollar esta idea podemos utilizar el benchmarking que se define como el arte de aprender de las compañías que realizan ciertas tareas mejor que otras compañías. Como cualquier otra empresa el Liceo Nuestra Señora de la Paz puede utilizar el benchmarking para mejorar su página web utilizando modelos utilizados por otros que hayan sido un éxito.

Otro plan de acción para su página web es la de integrar videos para crear y transmitir una percepción adecuada al público. Por ejemplo, el colegio Capellán Pascal es uno de los colegios que utilizan videos en su página web y los tiene muy visibles. Los videos participativos contribuyen a alta implicación de las familias en el desarrollo académico de los alumnos. Podría también comunicar los valores más importantes inmediatamente en el inicio, como hacen el Colegio Rubén Castro e Hispano Americano.

Al ilustrar los mensajes con imágenes, los mensajes son más fáciles de comprender y son más fáciles de recordar. Además, un buen mecanismo de motivación para los alumnos es hacer mención a los estudiantes con rendimientos significativos como hace, por ejemplo, el Colegio Rubén Castro, en su página web.

Otra estrategia sería publicar una revista mensual, tal como lo hacen algunas universidades, ya que más del 70,2 % de usuarios de internet leen o descargan prensa online.

Según We Are Social y su amplio estudio sobre redes sociales e internet en 2017 en Chile las redes sociales más utilizadas son Whatsapp, Facebook, Twitter, Google+, Instragram, LinkedIn, Skype, Printerest y Line. El Liceo Nuestra Señora de la Paz está activo solo en Facebook, en Instagram y Twitter no tiene cuenta. Dicho centro, debería utilizar todas de redes sociales anteriormente citadas con una persona dedicada en mantenerlas actualizadas y activas.

“La era digital: Su explosivo crecimiento mundial ha convertido a internet en una tecnología revolucionaria, otorgando poder tanto a los consumidores como a las compañías. En todo el mundo, casi mil millones de personas ya están en línea.” (Kotler, 2008)

7.3.2 Co-creación de valor como herramienta de marketing

En esta era digital es posible co-crear con los clientes utilizando el Internet y sus diversos tipos de plataformas proporcionando a las empresas un amplio abanico de posibilidades para llegar a los clientes. Una manera de co-crear es utilizar encuestas y cuestionarios rápidos desde su web, donde el Liceo Nuestra Señora de la Paz pueda obtener visibilidad e involucrar a los alumnos y sus padres. Se promoverá que estudiantes y padres participen en los proyectos de desarrollo para que se sientan implicados, ayuden a confirmar, comunicar cambios y a mejorar la imagen.

7.3.3 Plan Integrado de Comunicaciones.

- **Publicidad:** Realizar un presupuesto con todos los gastos en publicidad que realizaremos e incluirlo dentro de los costos fijos de la institución.
- **Ventas Personales:** Visitas a Colegios de Educación Básica del sector, ofreciendo y promocionando nuestro servicio.
- **Relaciones Públicas:** Atención y respuesta oportuna a todos nuestros trabajadores y clientes de nuestra institución. Además, de informar a tiempo de todas las actividades escolares y extracurriculares que se realicen en la institución.
- **Internet:** Actualización y revisión constante de los contenidos como también de los comentarios, sugerencia y aportes que hagan los usuarios.

7.4 Distribución.

La distribución es la estructura que permite establecer el vínculo entre la empresa y sus clientes para facilitar la prestación del servicio.

En el caso de un colegio la distribución del servicio se presta en el centro físico, el Liceo Nuestra Señora de la Paz se encuentra en 24 Norte 1299 Santa Inés, Viña del Mar. Es en dicho lugar donde presta sus servicios.

Las instalaciones con las que cuenta son:

- Biblioteca
- Laboratorio de ciencias
- Sala de usos múltiples
- Sala de computación con internet
- Tecnología en el aula (proyector, computador, telón)
- Sala audiovisual
- Cancha de deportes
- Gimnasio
- Capilla, Auditorio, Sala de Arte, Casino.

7.5 Precio

El Liceo Nuestra Señora de la Paz es un centro de educación, que tiene naturaleza pública financiada por el Estado. El precio es un elemento clave para diferenciar la calidad de servicio. Los pagos de los padres o, en otras palabras, el precio de este servicio es gratuito para los padres en comparación con los colegios privados.

7.6 Personas.

Las personas que forman parte de una organización son un elemento fundamental en la prestación de un servicio. Es importante destacar que en el marketing de servicios profesionales las personas son el servicio, son la empresa a ojos del cliente y son los responsables del marketing de la empresa.

Además, cuanto más complejo sea el servicio solicitado por el cliente con mayor fuerza se percibirá la igualdad personas=servicio.

7.7 Profesionales.

En cuanto al establecimiento Liceo Nuestra Señora de la Paz, se puede determinar que el equipo docente es el eje fundamental del servicio ofrecido por este centro educativo, sin embargo, no hay que descuidar al equipo administrativo quien debe estar cohesionado con la misión de la institución.

Para asegurar la calidad del servicio que se ofrece a los padres y alumnos sea la adecuada, el centro cuenta con profesionales altamente cualificados en función a las necesidades y objetivos que quiere la institución. Esto se demuestra en que todos los profesores cuentan con una titulación universitaria y un amplio conocimiento de los temas que deberá enseñar.

7.8 Clientes.

En el caso del Liceo Nuestra Señora de la Paz los clientes son los padres y alumnos de dicho centro. Para cumplir el nivel de satisfacción de los clientes, el centro trata de potenciar el nivel de participación de los padres. Como principal canal de participación de los padres se encuentra el Centro de Padres de Alumnos, creada para potenciar la comunicación entre padres y profesores, creándose un Feedback en el proceso de calidad que abarca las fortalezas y debilidades de la institución.

Para potenciar la cultura del servicio orientada al cliente es necesario establecer procesos

de atención al cliente que sean más personalizados y adaptados a la realidad del Liceo. Un buen mecanismo sería la creación de encuestas anónimas donde los padres puedan responder su nivel de satisfacción y plantear observaciones. Por último la propia capacitación interna del personal para que adquiera técnicas de atención a los padres de los alumnos es de gran ayuda para que la comunicación padres y profesores sea eficiente.

7.9 Procesos.

Para entregar un buen servicio es necesario enfocarse en los procesos que intervienen sus elementos tangibles e intangibles para la realización de cada tarea. La estructuración del proceso es clave evitar problemas internos lo que podría resultar en resultados engorrosos, malas gestiones y elementos intangibles innecesarios entre otros.

Una buena forma de visualizar y elaborar un proceso adecuado es mediante el diseño de un Blueprint o plano del servicio. Esto se basa en una descomposición gráfica de los pasos lógicos y secuenciales que se deben realizar como parte del proceso de creación, prestación y entrega del servicio. Mediante este plano se logra una representación gráfica secuencial de las actividades y tareas que se deben realizar para lograr la prestación del servicio y de los vínculos que existen entre las distintas áreas y personas que intervienen en el proceso.

*“Para que el proceso sea efectivo, hay que eliminar toda aquella actividad que no añada valor, aquellas acciones innecesarias y con coste añadido pero cuidando que los recortes no afecten a la calidad del producto” (Piquer, 2017)

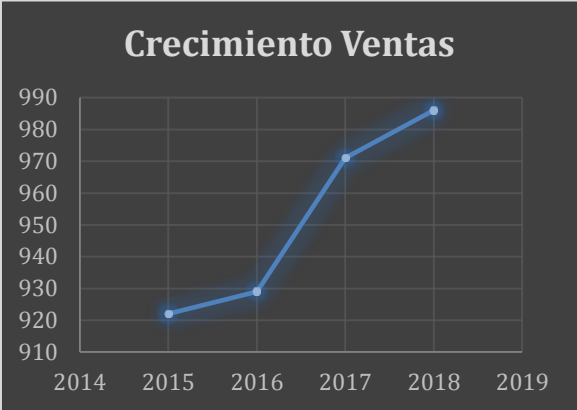
8 Presupuesto y control.

Esta sección tratará sobre la vista general de las finanzas de Liceo Nuestra Señora de la Paz en relación con sus actividades de marketing. Liceo Nuestra Señora de la Paz llevará a cabo un análisis de, pronósticos de ventas y de gastos, e indicará como se vinculan estas actividades con la estrategia de marketing.

8.1 Pronostico en Ventas (Matriculas)

Liceo Nuestra Señora de la Paz cree que los números del pronóstico de ventas son

conservadores, así que se propone aumentar continuamente las ventas a medida que lo permita el presupuesto de publicidad. Aunque el pronóstico de mercado meta lista todos los clientes potenciales divididos en grupos separados, los clientes del pronóstico de ventas se agrupan en dos categorías: Pre básica, básica y Media. Esta segmentación en las categorías permite al lector analizar rápidamente la información, lo que hace al gráfico más funcional.



| Matriculas | |
|------------|-----|
| 2015 | 922 |
| 2016 | 929 |
| 2017 | 971 |
| 2018 | 986 |



8.2 Presupuesto

8.2.1 Ingresos por concepto de subvención

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|
| Basica y Pre- basica | 27.225.572 | 27.344.808 | 29.133.349 | 29.650.039 |
| Media | 10.507.722 | 10.685.068 | 10.552.058 | 10.640.731 |
| Total | 37.733.294 | 38.029.875 | 39.685.407 | 40.290.770 |

8.2.2 Ingresos por concepto de arriendo de espacios

| | Mensual/2019 |
|--------------------|--------------|
| Arriendos Espacios | 105.000 |

8.2.3 Costos directos Mano de Obra

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|
| Basica y Pre- basica | 10.840.000 | 11.200.000 | 11.600.000 | 12.000.000 |
| Media | 4.878.000 | 5.040.000 | 5.220.000 | 5.400.000 |
| Total | 15.718.000 | 16.240.000 | 16.820.000 | 17.400.000 |

8.2.4 Pronostico de gastos

El pronóstico de gastos se usará como una herramienta para mantenerse en el objetivo y proporcionar indicadores cuando sean necesarias correcciones/modificaciones para la implementación correcta del plan de marketing.

| Hitos | Fecha de inicio | Fecha de culminación | Presupuesto | Encargado | Departamento |
|---|-----------------|----------------------|-------------|------------------|--------------|
| Conclusion del plan de marketing | 01-01-19 | 01-11-19 | - | Dir.Markenting | Marketing |
| Conclusion de la pagina Web | 01-01-19 | 02-03-19 | 250000 | Jefe Informatica | Marketing |
| Campaña publicitaria educacional | 01-06-19 | 01-10-19 | 95000 | Dir.Markenting | Marketing |
| Campaña publicitaria servicios extras | 01-01-19 | 12-12-19 | 80000 | Dir.Markenting | Marketing |
| Desarrollo de canal de comunicacion interna | 01-01-19 | 03-03-19 | - | Dir.Markenting | Marketing |
| Total | | | 425.000 | | |

Presupuesto Mensual de Gastos

| Presupuesto Mensual Gastos | |
|--|-------------|
| Presupuesto Mensual de Gastos de Marketing | |
| Pagina Web | 25000 |
| Publicidad | 19000 |
| Material Impreso | 30000 |
| Total en Gastos Ventas | 0 |
| Margen de contribucion | 483.489.237 |
| Margen de contribucion en ventas | 100% |

8.2.4 Controles

El propósito del plan de marketing de Liceo Nuestra Señora de la Paz es servir como guía para la empresa. En Las siguientes áreas serán controladas para medir el desempeño

- Satisfacción y fidelidad del cliente
- Tasa de retención del cliente
- Nuevos Clientes
- Desarrollo de nuevos productos (arrendamientos de los espacios)

Lo anterior será medido ante una serie de informe de métricas de rendimientos (KPI) que buscaran medir el comportamiento de las siguientes variables.

- Visitas a la web
- Emails de contacto recibidos
- Procedencia del tráfico web
- Comentarios redes sociales
- Acciones sociales
- Followers

9 Conclusión

El Liceo Nuestra Señora de la Paz es un establecimiento que ha mantenido una excelencia académica destacada en comparación a otras instituciones de educación gratuita. Por este motivo nuestro trabajo se centró en crear un plan de marketing para el Liceo con el fin de posicionar el establecimiento como uno de los mejores liceos de la región. Este enfoque nos ha permitido abrir nuestra percepción de querer solo aumentar ventas e ingresos, ya que esta institución es gratuita para los clientes donde tienen que postular a sus hijos y su ingreso dependerá de la respuesta del sistema de admisión que el Ministerio de Educación tiene implementado.

La acción educativa es esencial en todo cambio social, al permitir a los individuos miembros de una sociedad, poder construir su realidad a partir del uso de los conocimientos que le son entregados en las aulas por sus maestros, quienes a su vez se

nutren de las interacción entre los diversos marcos institucionales creados para poder mejorar y profundizar su quehacer. La educación por ende, requiere siempre de una actualización a nivel de contenidos, y planificación administrativa, una evaluación y desarrollo de las formas en que se transmite ésta a sus receptores, por ello la administración debe asumir políticas macro en pos de la obtención de un desarrollo mayor de este pilar. Para lo anterior, se requiere adoptar nuevas políticas de dirección es pos, para lograr el objetivo de desarrollo en todos los niveles.

La importancia por la buena educación es un tema país que debe ser tomada muy en serio. Nuestro granito de arena es aportar con un plan de marketing óptimo para que el Liceo sea conocido a nivel regional como uno de los mejores y ser el ejemplo a las nuevas reformas de gratuidad escolar.

Por otro lado, es de gran importancia mantener la calidad de la educación del establecimiento fomentando la mejora continua y controlando sus índices para no bajar el estándar de servicio que se está impartiendo. Hay que seguir creciendo comunicacionalmente para lograr un progreso constante, integrando estos conceptos a la forma de ser como institución.

10 Bibliografía

Bustos, H. . EL Libro Lila del Marketing Educacional. Santiago: Adolfo Ibañez.2009

Barroso, C. y Martin, E. Desarrollo del Marketing Relacional en España, 2005.

Bur, Aníbal Marketing Educativo. Paper Cómo captar, retener y fidelizar alumnos 2017

Bustos P. Becker Rodolfo., El libro Lila del Marketing Educacional

Bustos P., Herman, Marketing Educacional.2007

Gary L. Kreps "La Comunicación en las Organizaciones" Ed. Addison –Wesley Iberoamericana. Estados Unidos. 1995.

<https://www.censo2017.cl/>

<https://www.vinadelmarchile.cl/>

<https://www.agenciaeducacion.cl/>

Kotler. Philip y Roberto L. Eduardo, Mercadotecnia social. Editorial Diana, 1992

Kotler. Philip, Marketing Management, Prentice Hall, Englewood Cliff, 1991.

Kotler, P. Fundamentos del Marketing. Ciudad de México: Pearson Education.2008

Manes, Juan Manuel, Gestión Estratégica para Instituciones Educativas, Ed. Granica,

Piquer, C. G. (15 de Marzo de 2017). www.grupopiquer.com. Obtenido de www.grupopiquer.com/la-evolucion-del-marketing-mix-las-8-ps

Raczynski, D. (2013). Subvención escolar preferencial en Chile: Un intento por equilibrar la macro y micro política escolar. REICE, 164-193.