



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE
FACULTAD DE EDUCACIÓN
PROGRAMA DE MAGÍSTER EN EDUCACIÓN

ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DEL COLEGIO LA NUEVA ESPERANZA

POR

MARÍA VIRGINIA IRISARRI FOSCHINI

Proyecto presentado a la Facultad de Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al grado académico de Magíster en Educación con mención en Dirección y Liderazgo

Profesor guía: Maximiliano Hurtado

Julio, 2017

Santiago, Chile

© 2017 María Virginia Irisarri Foschini

© 2017 María Virginia Irisarri Foschini

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica que acredita al trabajo y a su autor.

A mi familia de educadores incansables.

AGRADECIMIENTOS

En este espacio quiero agradecerles a todas las personas que me han acompañado a través del camino hacia la obtención de mi grado de Magíster en Educación.

A las 4 generaciones de educadores en mi familia, especialmente a mi abuelo, Antonio María De Irisarri, y mi padre, Jorge Irisarri, quienes cultivaron en mí el amor hacia la educación y me enseñaron con su ejemplo las virtudes de formar a la sociedad.

A mi madre, Marta Foschini, quien hizo de mí lo que soy hoy en día, gracias a su amor y disciplina férrea. Gracias por siempre alentarme a estudiar más y a ser una mejor profesional.

A mi hermana, Ana Milena Irisarri, por impulsarme cada día a ser mejor persona.

A mi pareja, Alejandro Gatica, por ayudarme a cristalizar el sueño de estudiar un Magíster en la Católica; por inspirarme a mejorar mi labor como líder y asesorarme en múltiples aspectos.

A Maximiliano Hurtado, mi guía en esta investigación, por inspirarme a hacer este trabajo, gracias a sus enseñanzas durante el curso de Gestión de Recursos. Además, por la confianza depositada en mí para el mismo, y su asesoría para hacerlo realidad.

A mis compañeros de Magíster, por su maravillosa energía que hizo de este curso un espacio donde se cultivó una linda amistad, y donde aprendimos a ser tolerantes y a aprender el uno del otro.

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
1. ANTECEDENTES TEÓRICOS Y EMPÍRICOS.....	12
1.1. La importancia de los padres de familia.....	12
1.2. La importancia de la medición del servicio.....	12
1.3. Elección de la escuela.....	13
1.4. Competencia entre escuelas.....	14
1.5. Contexto.....	14
2. OBJETIVOS.....	18
2.1. Objetivo General.....	18
2.2. Objetivos Específicos.....	18
3. METODOLOGÍA.....	19
3.1. Análisis interno.....	19
3.1.1. Construcción de ítems.....	19
3.1.2. Población y muestra.....	28
3.1.3. Validación del instrumento.....	28
3.1.4. Análisis del instrumento.....	28
3.2. Análisis externo.....	29
4. RESULTADOS.....	31
4.1 Análisis interno.....	31
4.1.2. Estadísticos descriptivos.....	31
4.2. Análisis externo.....	35
5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	41
5.1. Análisis externo.....	41
5.2. Análisis interno.....	43
BIBLIOGRAFÍA.....	61
ANEXOS.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ítems de expectativa evaluados en cada dimensión.....	21
Tabla 2. Ítems de percepción evaluados en cada dimensión.....	24
Tabla 3. Estadístico de fiabilidad	31
Tabla 4. Variables de percepción con frecuencia de 6.0 a 7.0.....	31
Tabla 5. Comparación variables expectativa vs. percepción con frecuencia entre 6.0 y 7.0.....	32
Tabla 6. Variables de percepción con frecuencia menor a 4.0.....	33
Tabla 7. Variables de expectativa vs. percepción con correlación fuerte.....	34
Tabla 8. Variables de expectativa vs. percepción con correlación moderada.....	34
Tabla 9. Variables de expectativa vs. percepción con correlación débil.....	35
Tabla 10. Datos de los mejores colegios de Bolívar	36
Tabla 11. Leyenda gráfico segmentación por área de influencia de los mejores colegios de Bolívar	40
Tabla 12. Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico (según el servicio de energía eléctrica).....	41
Tabla 13. Comparación ranking La Nueva Esperanza vs. Colegio no. 10.....	42
Tabla 14. Comparación número de alumnos de La Nueva Esperanza vs. Ranking..	44
Tabla 15. Enumeración colegios mejor posicionados con características similares a La Nueva Esperanza	47
Tabla 16. Comparación características de las dimensiones consideradas esenciales entre La Nueva Esperanza vs. Colegio no. 10.....	48
Tabla 17. Comparación características de las variables que no se dan en La Nueva Esperanza vs. Colegio no. 10.....	52
Tabla 18. Plan estratégico 2017 – 2027.....	56

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Gráfico 1. Número de estudiantes 2007 - 2016.....	15
Gráfico 2: Punto de equilibrio del plantel.....	16
Gráfico 3: Posicionamiento de los mejores colegios de Bolívar.....	37
Gráfico 4: Segmentación por precio de los mejores colegios de Bolívar.....	38
Mapa 5: Segmentación por área de influencia de los mejores colegios de Bolívar...	39
Gráfico 6: Carreras egresados entre el 2012 y el 2015.....	54

RESUMEN

Palabras claves: involucramiento parental, compromiso familia-colegio, desarrollo de instrumento, percepciones de los padres, diseño de encuesta, expectativa de los padres, competencia.

Teniendo en cuenta que las instituciones educativas también son empresas, se hace necesario contar con información, generada a partir de análisis internos y externos, que permita gestionarlas correctamente.

Con respecto a los análisis internos, se requieren datos que permitan administrar y mercadear los servicios que se ofrecen de una manera correcta, y para lograr esta sinergia se necesita un enfoque especial, tal como el SERVQUAL¹, el cual no solo mide la percepción del servicio prestado, sino las expectativas de un servicio de calidad (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2013). Con relación al análisis externo, es necesario contar con información del colegio como el posicionamiento según categorías, precio y ubicación, en relación a las otras instituciones de la zona, para así tomar decisiones que apunten a la sostenibilidad del plantel.

En referencia al Colegio La Nueva Esperanza, se encuentra que las variables que más consideran los padres de familia que posee el colegio son, en su mayoría, relacionadas con el ámbito académico (resultados en pruebas estandarizadas, conocimientos en ciertas áreas, ingreso a la universidad, entre otros). Asimismo, las variables relacionadas con la dimensión académica son las que esperan los padres que se den de una mejor forma en la institución, para así considerarla excelente.

En cuanto al análisis externo, se halla al Colegio La Nueva Esperanza en una categoría asequible y de calidad alta; en un segmento asequible de precio; y en una zona de influencia donde solo existen 2 colegios con características similares.

¹ SERVQUAL: modelo de medición de la calidad del servicio

ABSTRACT

Keywords: *parental involvement, family-school commitment, development of instrument, parent perception, survey design, parent expectation, competition.*

Taking into account that educational institutions are businesses too, it is necessary to count with information, generated from internal and external analysis that allows them to be correctly managed.

With regard to internal analysis, data that permits to manage and market correctly is needed, and to achieve this synergy, a special approach is required: SERVQUAL. This method not only measured the perception of the service that is being offered, but the expectations of a high quality service (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2013). As to external analysis, it is necessary to count with information of the school, such as its position based in categories, price and location, in relation with other schools in the zone, so good decisions can be made in order to ensure the sustainability of the school.

As far as Colegio La Nueva Esperanza, the variables that parents consider that the school has the most are, mostly, related to the academic sector (results in standardized tests, knowledge in some areas; entrance to university, among others). Also, the variables that are related to the academic dimensión are the ones that parents expect that excell the most in a school, in order to consider it excellent.

In terms of that external analysis, Colegio La Nueva Esperanza belongs to a premium quality and affordable status; in a budged segment; and within an influence zone where only 2 schools with similar characteristics coexist.

INTRODUCCIÓN

A pesar de que la razón de ser de una institución educativa es velar porque sus estudiantes aprendan más y de la mejor manera posible, no se puede desconocer que esta es una organización, lo cual significa que existen ciertos principios administrativos que debe cumplir para ofrecer un mejor servicio y lograr sus sostenibilidad en el tiempo.

El presente trabajo es de suma relevancia, no solo para el colegio en mención, si no para muchos otros centros educativos que estén ad portas de dejar de funcionar por problemas de gestión y/o administrativos.

El Colegio La Nueva Esperanza ha venido disminuyendo su matrícula de alumnos desde el año 2009. Las causas de dicha disminución, se conocen en base a suposiciones, pues hasta la fecha no se había realizado una investigación formal que las identificara. Esta es una institución cuya historia se remonta a 1870, lo cual motiva aún más a buscar su supervivencia en el tiempo.

Para lograr los objetivos del presente proyecto, se dividió el análisis en 2: análisis interno y externo. En cuanto al análisis interno, se diseñó una encuesta que se les aplicó a un grupo de padres de familia de la Institución. El objetivo de esta era identificar las expectativas que tenían los apoderados con respecto al servicio y la percepción que tenían del mismo. Para esto se tuvo en cuenta el modelo SERVQUAL (Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L., 1988), el cual es ampliamente utilizado en el campo de la salud, pues este tiene en cuenta los dos factores mencionados: expectativa y percepción. Con relación al análisis externo, se utilizó la metodología *catchment area analysis* o análisis del área de captación, la cual se puede definir como el estudio del ámbito de influencia o potencial influencia de una empresa, refiriéndonos en este caso al colegio en cuestión. Se toma la base de datos de todos los colegios del departamento y en base a esto se hacen 3 análisis: posicionamiento según categoría (calidad vs. precio); según precio; y según ubicación.

En este trabajo se encontrarán primero los antecedentes teóricos y empíricos en los cuales está fundada esta investigación. Luego, la metodología, donde se describe cómo se construyó, aplicó y validó la encuesta. Además, cómo se reunió la información de los colegios del departamento y cómo se hicieron los distintos análisis. Posteriormente están los resultados que arrojó tanto el análisis interno como el externo. Y finalmente, se encontrarán las discusiones y conclusiones a las cuales se llegó con el presente proyecto.

1. ANTECEDENTES TEÓRICOS Y EMPÍRICOS

El estudio holístico de una compañía le permite identificar sus fortalezas y debilidades, para así suplir las necesidades de sus clientes (Cuellar, S., Gómez, M., 2013). A pesar de que la razón de ser de las instituciones educativas no es generar utilidades, no se puede desconocer que estas son empresas prestadoras de un servicio, y por tal motivo deben tener un manejo que asegure su permanencia en el tiempo. Si se piensa en uno de los actores más relevantes para lograr esa estabilidad en el tiempo, se podría decir que son los clientes actuales y los clientes potenciales. En el caso de las instituciones educativas, los clientes actuales serían las familias registradas en la actualidad y los potenciales serían las posibles familias que verían la institución educativa como el lugar idóneo para complementar la formación de sus hijos.

1.1. La importancia de los padres de familia

Los ambientes más importantes en los cuales se desarrolla un niño, niña o joven son su escuela y su hogar (Halgunseth, 2009). Teniendo en cuenta lo expuesto, uno pensaría que el tiempo que permanecen en ambos ambientes es en cierto modo similar, pero en realidad, en un período de un año escolar, un alumno solo permanece alrededor del 14% en el colegio, mientras que el 33% lo pasa durmiendo y el 53% en su hogar y/o comunidad (Bransford, J., Brown, A., Cocking, R., 2000). A raíz de lo anterior, el rol que cumplen los padres y/o familias en el proceso educativo de sus hijos es fundamental (Epstein, Coates, Saunas, Saunders, & Simon, 1997).

1.2. La importancia de la medición del servicio

En varias instituciones educativas existe la cultura de la valoración, pero más enfocada hacia las evaluaciones de desempeño de los docentes, directivos, entre otros. Teniendo en cuenta la importancia que tienen los padres en el proceso de enseñanza-aprendizaje de sus hijos, las herramientas de medición también deberían estar al servicio de ellos, para así obtener una imagen más exacta de sus percepciones (Nassar-McMillan, Karvonen, Perez, & Abrams, 2009).

Las percepciones de los padres acerca de un centro educativo influyen de 3 formas, tal y como lo exponen Schueler, B., Capotosto, L., Bahena, S., McIntyre, J., y Gehlbach, H. (2014), en su reporte acerca de la medición de las percepciones de los padres:

Primero, pueden influir las percepciones que un niño tenga de su escuela (Cohen et al., 2009), su actitud hacia ella (Eccles, 2006; Harackiewicz, 2012) y por ende su motivación, comportamiento y desempeño académico (Roeser & Eccles, 1998). Segundo, pueden influir si las familias se comprometen con el colegio y cómo lo hacen (Hoover-Dempsey et al., 2005). Finalmente, como tercer factor influenciador, muchos padres deciden dónde vivir y a qué colegio enviar a sus hijos basados, en parte, a sus percepciones de esa institución (Grady, Bielick, & Aud, 2010).

En la actualidad existen algunos instrumentos que miden la percepción de los padres de familia acerca del colegio, pero estos se caracterizan por ser largos (ejemplo: Guo, Choe, & Higgins-D'Alessandro, 2011) o enfocados en un solo aspecto.

A raíz de lo anterior, se hace imperativo contar con un instrumento de medición que mida distintos aspectos de la institución educativa, no solo desde el punto de vista de la percepción del servicio, sino desde las expectativas de un servicio de calidad.

1.3. Elección de la escuela

Con relación al proceso de elección de escuela, según una encuesta aplicada a los padres de 79.063 estudiantes a través del SIMCE 2016, se encontró que las tres razones más fuertes para seleccionar la escuela de sus hijos son que dicha escuela es la única en la comuna; los buenos resultados en la prueba SIMCE; y, los buenos resultados en la prueba PSU (Carrasco y Martín, 2012). Estos hallazgos se pueden corroborar con los estudios realizados por Gallego y Hernando (2007) y Chumacero, Gómez y Paredes (2011) en Carrasco y Martín (2012), debido a que encontraron que los factores más importantes son la calidad y el precio, calidad y distancia, respectivamente.

Por el contrario, Elacqua y Fabrega (2004) y Elacqua *et al.* (2006) en Carrasco y Martín (2012), encontraron que las decisiones de los padres de familia están basadas en la composición social de los estudiantes.

1.4. Competencia entre escuelas

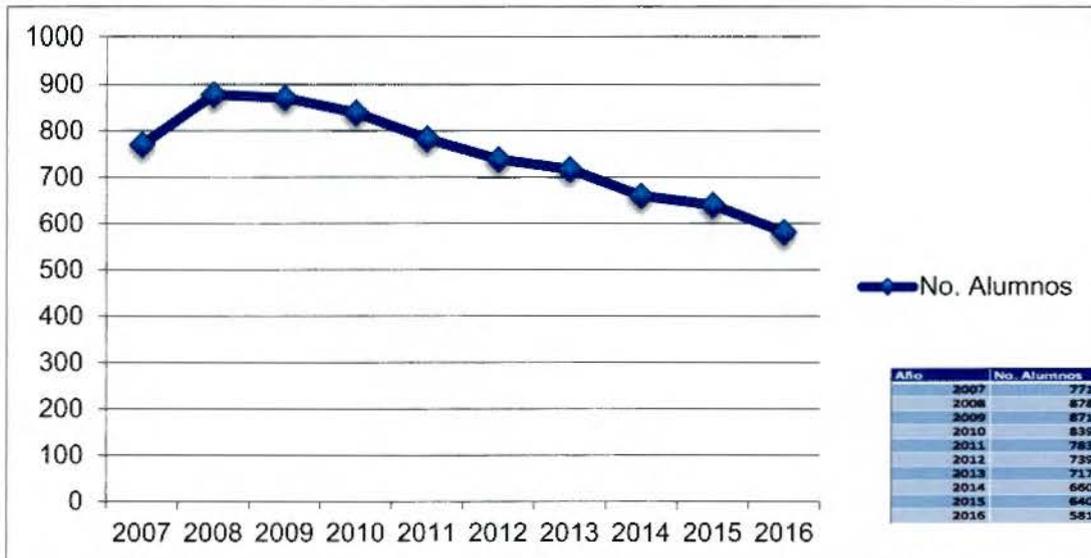
Según un estudio realizado por Mintrop, H., Treviño, E., Órdenes, M., y Donoso, M. (2013), la competencia entre escuelas puede influir positivamente en el proceso de enseñanza – aprendizaje de los estudiantes, por varios motivos: a) los padres ejercen poder de elección, y posteriormente voz o salida; b) los padres tienen información sobre la calidad de las escuelas; c) las escuelas tratan de satisfacer las preferencias parentales maximizando la utilidad del consumidor; d) las escuelas se especializan en nichos de mercado y el estudiantado se vuelve más homogéneo; e) las escuelas de bajo desempeño desaparecerían por falta de demanda. Además de lo anterior, las escuelas presionadas por la competencia, mejoran sus procesos internos tanto de gestión (racionalidad económica) y enseñanza (racionalidad pedagógica).

En la mayoría de los sistemas educativos del mundo, más del 50% de los estudiantes de 15 años asisten a escuelas que compiten con otras escuelas para atraer estudiantes de la misma zona residencial (OECD, 2014).

1.5. Contexto

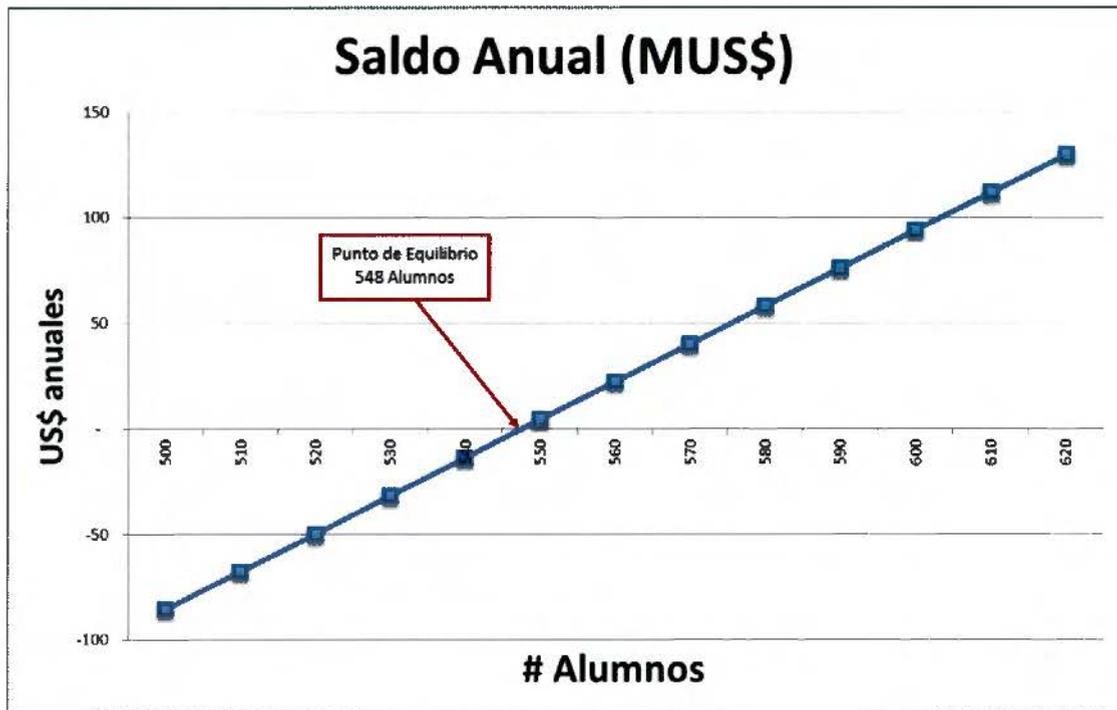
La idea del presente Proyecto de Magíster surge a partir de la realidad que vive el Colegio La Nueva Esperanza ubicado en el municipio de Turbaco, departamento de Bolívar, Colombia. A pesar de que es un colegio con mucha trayectoria y renombre en su entorno, desde el año 2009 comienza a disminuir, considerablemente, su matrícula. A continuación se presenta un gráfico:

Gráfico 1. Número de estudiantes 2007 – 2016



Los motivos de dicha disminución se conocen en base a suposiciones, rumores, entre otras fuentes informales. El colegio considera que está mejorando los aspectos que llevan a las familias a retirar a sus hijos o a no escogerlo como opción educativa, pero esto no se ha visto traducido en un aumento de la matrícula, y se hace vital revertir la situación, pues se está llegando al punto de equilibrio del plantel:

Gráfico 2. Punto de equilibrio del plantel



A raíz de lo anterior, se hace necesario contar con un instrumento que le permita a la institución, y a cualquier otro colegio que se encuentre en una situación similar, contar con datos formales acerca de las expectativas y percepciones del servicio prestado, como también de los aspectos que llevan a un padre de familia a escoger otra Institución Educativa para su hijo, de tal forma que se puedan crear planes de mejoramiento que realmente ataquen los motivos que están llevando a tener una disminución de alumnos.

Además de dicho análisis interno que va a realizar el colegio a través del instrumento que se va a diseñar y validar, se hace imperativo contar con un estudio externo que evalúe la competencia. Para esto, se utilizará la metodología *Catchment area analysis* o Análisis del Área de Captación, la cual se puede definir como el estudio del ámbito de influencia o potencial influencia de *retailers* en sus potenciales consumidores. Es una forma de poder decidir una locación considerando diferentes factores, como por ejemplo, niveles de ingreso, accesos a transporte, etc. En *retail*, esto es beneficioso para poder orientar las iniciativas de marketing, mix de productos, y

otros.

Para este estudio se ha elegido este tipo de análisis para poder entender la competencia del Colegio La Nueva Esperanza, su área de influencia dentro de la ciudad y las familias que potencialmente podrían mirar a esta institución como alternativa de educación en sus hijos.

El modelo analiza la competencia considerando las siguientes variables para cada colegio: número de estudiantes, notas promedio en pruebas del estado, mensualidad (costo), establecimiento público o privado, y zona geográfica.

El modelo que se utilizará fue desarrollado por Prismapar (Souza, R., Burbano, M., Villela, D), la cual es una firma de asesoría financiera y estratégica, enfocada en el sector de educación, principalmente en las áreas de finanzas corporativas, estrategia y desarrollo de negocios. Para este modelo se deberá realizar estudio de campo para obtener información de las variables antes señalada y posteriormente ingresarlas al modelo.

Con esto se espera poder determinar el ámbito de influencia del colegio y sus potenciales estudiantes. Del mismo modo, riesgos asociados a nuevos colegios y oportunidades asociados a nuevos desarrollos habitacionales.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general:

Diagnosticar y analizar las causas de la disminución en la matrícula del Colegio La Nueva Esperanza para así abordar las variables que están afectando.

2.2. Objetivos específicos:

- Identificar qué dimensiones llevan a los padres a estar satisfechos con una institución escolar.
- Determinar qué dimensiones perciben los padres de familia como fundamentales para considerar a una institución escolar excelente.
- Realizar un análisis del ámbito de influencia del colegio, sus potenciales estudiantes y riesgos asociados a nuevas instituciones.
- Sistematizar la información como insumo para la toma de decisiones.

3. METODOLOGÍA

La metodología de este proyecto se divide en 2 partes: análisis interno y análisis externo de la Institución. A continuación se desarrollarán las dos:

3.1. Análisis interno:

Se lleva a cabo para conocer la percepción del servicio prestado y las expectativas que tienen los padres de familia del servicio, basándose en el modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zeithmal y Berry, 1988).

3.1.1. Construcción de ítems

Esta etapa inicia con la búsqueda de instrumentos que evalúan el servicio de entidades prestadoras de servicios educativos y de salud. Además, en paralelo, se realiza un grupo focal con 10 padres de familia del colegio, para así conocer qué aspectos consideran que se deben evaluar en el instrumento a construir. Las dimensiones que se acuerdan son las siguientes: a) ambiente seguro y atractivo (infraestructura), se refiere a la expectativa y percepción de los padres acerca de la infraestructura del colegio siendo segura y agradable para sus hijos; b) calidad de la enseñanza (academia), se refiere a la expectativa y percepción de los padres acerca de la calidad de la enseñanza en el colegio; c) orientación al padre de familia (servicio al cliente), se refiere a la expectativa y percepción de los padres de familia acerca de la intención de los empleados de satisfacer sus necesidades; d) buenos directivos y profesores (calidad del personal), se refiere a la expectativa y percepción de los padres acerca de la preocupación de la parte administrativa por tener directivos docentes y profesores competentes; e) formación integral (formación), se refiere a la educación en áreas diferentes a la académica. En esta construcción se formularon 56 ítems tipo Likert para indagar no solo la percepción del servicio prestado, sino las expectativas que tienen los padres de familia del mismo, basados en el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithmal y Berry (1988). Estos ítems se clasifican de acuerdo a las

dimensiones definidas en el grupo focal y en la indagación de instrumentos de evaluación del servicio. Los ítems en cada dimensión se presentan en las Tablas 1 y 2.

Tabla 1. Ítems de expectativa evaluados en cada dimensión

Evaluación	Dimensión	Ítem	Variable
Expectativa	Infraestructura	1. Las instalaciones físicas de los colegios excelentes son visualmente atractivas.	INSTAL_ATRAC_E
		2. Las instalaciones físicas de los colegios excelentes son seguras.	INSTAL_SEGUR_E
		3. Los colegios excelentes cuentan con espacios abiertos y áreas verdes.	ESPAC_AMPL_E
		4. Los colegios excelentes poseen una infraestructura adecuada para enfrentar los desafíos del siglo.	INFRAES_DESAF_SXXI_E
	Academia	1. Los resultados en las pruebas estandarizadas, tales como las pruebas Saber de 3º, 5º, 9º y 11º, es una característica de los colegios excelentes.	RESULT_PRUEB_E
		2. El nivel de inglés alcanzado por los egresados de colegios excelentes es alto.	NIV_ING_E
		3. El conocimiento de los estudiantes en ciencias formales (matemáticas) es alto en colegios excelentes.	CONOC_CIENCIA_FORM_E
		4. El conocimiento de los estudiantes en ciencias naturales (biología, física, química) es alto en colegios excelentes.	CONOC_CIENCIA_NAT_E

		5. El conocimiento de los estudiantes en ciencias sociales/humanas (historia, geografía, filosofía) es alto en colegios excelentes.	CONOC_CIENCIA_SOC_E
		6. El conocimiento de los estudiantes en las artes (artística, música) es alto en colegios excelentes.	CONOC_ARTES_E
		7. El conocimiento de los estudiantes en deportes es alto en colegios excelentes.	CONOC_DEPORT_E
		8. Los colegios excelentes ofrecen un buen nivel académico que asegura el ingreso a la educación superior.	INGRES_UNIV_E
		9. Los colegios excelentes tienen un fuerte énfasis en el trabajo académico.	ENF_TRA_ACAD_E
		10. Los colegios excelentes ofrecen una propuesta pedagógica tradicional.	PROPUE_PEDAG_TRAD_E
		11. Los colegios excelentes ofrecen una propuesta pedagógica que responde a los desafíos actuales.	PROPUE_PEDAG_ACT_E
	Servicio al cliente	1. El servicio ofrecido por los docentes, tanto a los estudiantes como a los padres de familia, es una característica de un colegio excelente.	SERV_DOCENT_E

		2. El servicio ofrecido por los directivos, tanto a los estudiantes como a los padres de familia, es una característica de un colegio excelente.	SERV_DIRECT_E
		3. El servicio ofrecido por el personal administrativo, tanto a los estudiantes como a los padres de familia, es una característica de un colegio excelente.	SERV_ADMON_E
		4. Los colegios excelentes integran a toda la familia en el proceso educativo.	INTEGR_FAMIL_E
		5. En los colegios excelentes uno se siente acogido y estimulado a participar.	PARTICIP_E
		6. Los colegios excelentes propician instancias de participación de los padres de familia.	PART_PADRES_E
Calidad del personal		1. La calidad de los docentes, entendida como los títulos y el tiempo de experiencia, es una característica de los colegios excelentes.	CALID_DOCENT_E
		2. La calidad de los directivos, entendida como los títulos y el tiempo de experiencia, es una característica de los colegios excelentes.	CALID_DIRECT_E
Formación integral		1. Los colegios excelentes poseen una propuesta formativa orientada al desarrollo de la fe y la experiencia	FORM_FE_E

		de Iglesia.	
		2. Los colegios excelentes fomentan niños y niñas felices.	EST_FELIC_E
		3. Los colegios excelentes realizan múltiples actividades y distintas posibilidades de formación.	ACTIV_FORM_E
		4. Los colegios excelentes incentivan el sentido social de los estudiantes.	SENT_SOC_EST_E
		5. Los colegios excelentes tienen un clima escolar y convivencia sanas.	CLIM_CONV_SANA_E

Tabla 2. Ítems de percepción evaluados en cada dimensión

Evaluación	Dimensión	Ítem	Variable
Percepción	Infraestructura	1. Las instalaciones físicas del colegio son visualmente atractivas.	INSTAL_ATRAC_P
		2. Las instalaciones físicas del colegio son seguras.	INSTAL_SEGUR_P
		3. El colegio cuenta con espacios abiertos y áreas verdes.	ESPAC_AMPL_P
		4. El colegio posee una infraestructura adecuada para enfrentar los desafíos del siglo.	INFRAES_DESAF_SXXI_P

Academia	1. Los resultados en las pruebas estandarizadas, tales como las pruebas Saber de 3°, 5°, 9° y 11°, son satisfactorias.	RESULT_PRUEB_P
	2. El nivel de inglés alcanzado por los egresados es alto.	NIV_ING_P
	3. El conocimiento de los estudiantes en ciencias formales (matemáticas) es alto.	CONOC_CIENCIA_FORM_P
	4. El conocimiento de los estudiantes en ciencias naturales (biología, física, química) es alto.	CONOC_CIENCIA_NAT_P
	5. El conocimiento de los estudiantes en ciencias sociales/humanas (historia, geografía, filosofía) es alto.	CONOC_CIENCIA_SOC_P
	6. El conocimiento de los estudiantes en las artes (artística, música) es alto.	CONOC_ARTES_P
	7. El conocimiento de los estudiantes en deportes es alto.	CONOC_DEPORT_P
	8. El colegio ofrece un buen nivel académico que asegura el ingreso a la educación superior.	INGRES_UNIV_P
	9. El colegio tiene un fuerte énfasis en el trabajo académico.	ENF_TRA_ACAD_P

		10. El colegio ofrece una propuesta pedagógica tradicional.	PROPUE_PEDAG_TRAD_P
		11. El colegio ofrece una propuesta pedagógica que responde a los desafíos actuales.	PROPUE_PEDAG_ACT_P
Servicio al cliente	al	1. El colegio integra a toda la familia en el proceso educativo.	INTEGR_FAMIL_P
		2. El colegio propicia instancias de participación de los padres de familia.	PART_PADRES_P
		3. El servicio ofrecido por los docentes, tanto a los estudiantes como a los padres de familia, es óptimo.	SERV_DOCENT_P
		4. El servicio ofrecido por los directivos, tanto a los estudiantes como a los padres de familia, es óptimo.	SERV_DIRECT_E
		5. El servicio ofrecido por el personal administrativo, tanto a los estudiantes como a los padres de familia, es óptimo.	SERV_ADMON_P
Calidad del personal	del	1. La calidad de los docentes, entendida como los títulos y el tiempo de experiencia, es óptima.	CALID_DOCENT_P
		2. La calidad de los directivos, entendida como los títulos y el tiempo de experiencia, es óptima.	CALID_DIRECT_P

Formación integral	1. El colegio posee una propuesta formativa orientada al desarrollo de la fe y la experiencia de Iglesia.	FORM_FE_P
	2. En el colegio uno se siente acogido y estimulado a participar.	PARTICIP_E
	3. El colegio fomenta niños y niñas felices.	EST_FELIC_P
	4. El colegio realiza múltiples actividades y distintas posibilidades de formación.	ACTIV_FORM_P
	5. El colegio incentiva el sentido social de los estudiantes.	SENT_SOC_EST_P
	6. El colegio tiene un clima escolar y convivencia sanas.	CLIM_CONV_SANA_P

3.1.2. Población y muestra

La muestra es de 50 padres de familia. Los participantes son seleccionados teniendo como criterio que estén vinculados al Colegio La Nueva Esperanza. El instrumento es aplicado entre noviembre de 2016 y mayo de 2017 a través de la plataforma digital (www.surveymonkey.com) en la cual se debía contestar el cuestionario. El procedimiento de aplicación es el siguiente: se sostienen reuniones en las cuales se les explica la temática del instrumento, la escala de Likert y la manera como se debe contestar. Además, se coordina el horario para tomar el cuestionario en la sala de informática de la institución, en los tiempos en los que la mayoría de los padres se encuentran disponibles. Se les explica los objetivos del estudio y se les informa que su participación es voluntaria. Luego, se procede a ingresar a la página Web y que los participantes respondan el cuestionario. Los datos recogidos y las variables se traspasan al programa SPSS que es posteriormente analizado.

3.1.3. Validación del instrumento

Determinación de la confiabilidad

La determinación de la confiabilidad del instrumento se obtiene mediante el análisis de su consistencia interna, usando Alfa de Cronbach (α). Este análisis se lleva a cabo para el instrumento en su conjunto.

3.1.4. Análisis del instrumento

Se decidió realizar los siguientes análisis del instrumento: a) estadísticos descriptivos (frecuencias); b) correlaciones bivariadas (expectativa vs. percepción y específicas). A continuación se detallan mejor:

Estadísticos descriptivos

Se realiza un análisis para conocer la frecuencia de cada una de las variables, tanto de expectativas como de percepción. Se define la media, moda, desviación típica, el puntaje mínimo, puntaje máximo y frecuencia de cada una de las opciones de respuesta.

Correlaciones

Se realizan correlaciones bivariadas para conocer lo siguiente: si todas las variables, tanto de expectativa como de percepción, tienen relación entre sí, y si la relación es fuerte, moderada o débil.

3.2. Análisis externo

La finalidad del análisis externo es estudiar la competencia del Colegio La Nueva Esperanza, mediante la metodología *Catchment area analysis* o área de influencia del colegio dentro de la ciudad, la cual es utilizada por la empresa Prismapar (Souza, R., Burbano, M., Villela, D). Esta es una firma de asesoría financiera y estratégica, enfocada en el sector de educación, principalmente en las áreas de finanzas corporativas, estrategia y desarrollo de negocios.

El primer paso para llevarla a cabo es diligenciar, en una planilla de Excel, los datos que se mencionan a continuación sobre las distintas instituciones educativas que existen en la ciudad o departamento/estado: a) nombre de la institución; b) número total de estudiantes; c) nota promedio en la prueba Saber 11°; d) valor de la pensión mensual; e) número de meses que se paga la pensión; f) matrícula total anual por estudiante; g) costo total anual por estudiante; h) ingreso anual total de la institución; i) dirección; j) ciudad. A partir de los datos introducidos, la planilla genera la siguiente información: a) zona de influencia; b) segmento de precio (*premium, budget o medium*); c) subsegmento. Ver tabla 3.

A partir de la información, se hacen los siguientes análisis: a) posicionamiento (cómo la ciudad escoge colegios entre precio –status- y valor educativo –resultados pruebas de estado-); b) segmentación por precio (rango de los precios de los colegios con el conocimiento del mercado local); c) segmentación por área de influencia (localización de los colegios por su zona); d) tamaño del mercado (número de colegios por subsegmento); e) concurrencia (nivel de competencia – cuántos estudiantes por puesto disponible).

4. RESULTADOS

4.1 Análisis interno

Validación del instrumento

Tabla 3. Estadístico de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,967	56

4.1.2. Estadísticos descriptivos

Frecuencias

A continuación se presentan las variables que más consideran los padres de familia que tiene el Colegio La Nueva Esperanza para considerarlo excelente; aquellas que tuvieron una frecuencia entre 6.0 7.0.

Tabla 4. Variables de percepción con frecuencia de 6.0 a 7.0

Variables que 'Sí se dan' en el Colegio La Nueva Esperanza (f = 6.0 a 7.0) según dimensión	
Academia	Ingreso Universidad_P
	Énfasis Trabajo Académico_P
	Conocimiento Ciencias Formales _P
	Conocimiento Ciencias Naturales_P
	Resultados Pruebas_P
	Conocimiento Ciencias Sociales _P
Infraestructura	Espacios Amplios_P
Calidad	Calidad Docentes_P
	Calidad Directivos _P

La comparación de las variables que tienen en cuenta los padres de familia como 'absolutamente esenciales' para considerar un colegio como excelente, con el número de variables que perciben que posee el Colegio La Nueva Esperanza para considerarlo excelente, es la siguiente:

Tabla 5. Comparación variables expectativa vs. percepción con frecuencia entre 6.0 y 7.0

Dimensión	Variables 'Absolutamente Esenciales' para considerar un colegio excelente (f = 6.0 a 7.0)	Dimensión	Variables que 'Sí se dan' en el Colegio La Nueva Esperanza (f = 6.0 a 7.0)
Academia	Ingreso Universidad_E Propuesta Pedagógica Actual_E Conocimiento Ciencias Formales_E Conocimiento Ciencias Naturales_E Énfasis Trabajo Académico_E Nivel Inglés_E Conocimiento Ciencias Sociales_E Resultados Pruebas_E	Academia	Ingreso Universidad_P Énfasis Trabajo Académico_P Conocimiento Ciencias Formales_P Conocimiento Ciencias Naturales_P Resultados Pruebas_P Conocimiento Ciencias Sociales_P
Servicio	Servicio Directivos_E Servicio Docentes_E Participación_E Servicio Administrativos_E Integración Familia_E	Infraestructura	Espacios Amplios_P

Calidad	Calidad Docentes_E Calidad Directivos_E	Calidad	Calidad Docentes_P Calidad Directivos_P
Formación Integral	Clima Convivencia Sana_E Sentido Social Estudiantes_E Estudiantes Felices_E Actividades de Formación_E		
Infraestructura	Instalaciones Seguras_E		

Las variables que los padres consideran que 'menos se dan' en el Colegio La Nueva Esperanza para considerarlo excelente son:

Tabla 6. Variables de percepción con frecuencia menor a 4.0

Variables que 'No se dan' en el Colegio La Nueva Esperanza (f = 4.9 o menos) según dimensión	
Infraestructura	Infraestructura Desafío Siglo XXI
	Instalaciones Seguras
	Instalaciones Atractivas
Academia	Conocimiento Artes
	Conocimiento Deportes

Correlaciones

Las correlaciones más fuertes que se presentan entre las expectativas de los padres de familia con relación a un colegio excelente y las variables que ofrece el colegio son (mayor a ,700^{**}):

Tabla 7. Variables de expectativa vs. percepción con correlación fuerte

Variable Expectativa	Variable Percepción	Correlación de Pearson
Ingreso Universidad_E	Ingreso Universidad_P	,731**
Formación Fe_E	Formación Fe_P	,708**
Sentido Social Estudiantes_E	Sentido Social Estudiantes_P	,700**

Las correlaciones moderadas que se presentan entre las expectativas de los padres de familia con relación a un colegio excelente y las variables que ofrece el colegio son (entre ,500** y ,700**):

Tabla 8. Variables de expectativa vs. percepción con correlación moderada

Variable Expectativa	Variable Percepción	Correlación de Pearson
Nivel Inglés_E	Nivel Inglés_P	,632**
Estudiantes Felices_E	Estudiantes Felices_P	,586**
Integración Familia_E	Integración Familia_P	,580**
Participación Padres_E	Participación Padres_P	,579**
Conocimiento Ciencias Naturales_E	Conocimiento Ciencias Naturales_P	,549**
Servicio Administrativos_E	Servicio Administrativos_P	,547**
Clima Covivencia Sana_E	Clima Convivencia Sana_P	,527**
Participación_E	Participación_P	,513**
Calidad Directivos_E	Calidad Directivos_P	,510**
Servicio Directivos_E	Servicio Directivos_P	,504**

Las correlaciones débiles que se presentan entre las expectativas de los padres de familia con relación a un colegio excelente y las variables que ofrece el colegio son (menor de 0.499**):

Tabla 9. Variables de expectativa vs. percepción con correlación débil

Variable Expectativa	Variable Percepción	Correlación de Pearson
Servicio Docentes_E	Servicio Docentes_E	,480**
Resultados Pruebas_E	Resultados Pruebas_P	,452**
Conocimiento Artes_E	Conocimiento Artes_P	,431**
Calidad Docentes_E	Calidad Docentes_P	,425**
Propuesta Pedagógica Tradicional_E	Propuesta Pedagógica Tradicional_P	,404**
Conocimiento Ciencias Sociales_E	Conocimiento Ciencias Sociales_P	,375**
Actividades de Formación_E	Actividades de Formación_P	,371**

4.2. Análisis externo

Datos mejores instituciones educativas de Bolívar

Los datos de los mejores colegios del departamento de Bolívar, en Colombia, son:

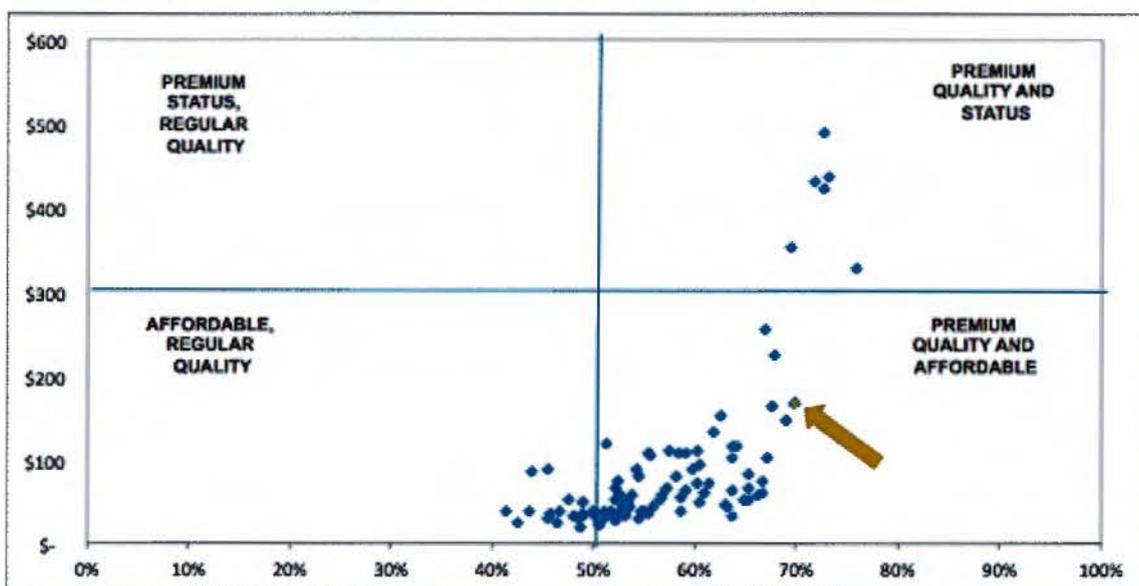
Tabla 10. Datos de los mejores colegios de Bolívar

#	Private School	Catchment Area	Numero Estudiantes	Nota Promedio SABER 11	Pensión Mensual (COP)	Dólares	Zona	Price Segment
1	COLEGIO JORGE WASHINGTON	DE LA VIRGEN Y TURISTICA	672	363	\$ 1.463.579	\$ 488	1	PREMIUM
2	GIMNASIO ALTAIR DE CARTAGENA	DE LA VIRGEN Y TURISTICA	549	366	\$ 1.305.471	\$ 435	1	PREMIUM
3	ASPAEN GIMNASIO CARTAGENA DE INDIAS	DE LA VIRGEN Y TURISTICA	431	359	\$ 1.295.722	\$ 432	1	PREMIUM
4	CORPORACION EDUCATIVA COLEGIO BRITANICO DE CAR	DE LA VIRGEN Y TURISTICA	533	363	\$ 1.264.350	\$ 421	1	PREMIUM
5	CORPORACION EDUCATIVA COLEGIO INTERNACIONAL CA	DE LA VIRGEN Y TURISTICA	392	347	\$ 1.058.163	\$ 353	1	MEDIUM
6	ASPAEN GIMNASIO CARTAGENA(ANTIGUO COLEGIO	DE LA VIRGEN Y TURISTICA	393	380	\$ 985.012	\$ 328	1	MEDIUM
7	COLEGIO MONTESSORI	HISTORICA Y CARIBE NORTE	704	335	\$ 769.904	\$ 257	2	MEDIUM
8	COLEGIO GIMNASIO MOMPIANO	HISTORICA Y CARIBE NORTE	216	339	\$ 675.029	\$ 225	2	BUDGET
9	COLEGIO LA NUEVA ESPERANZA	URBANO- MUNICIPIO	578	349	\$ 503.589	\$ 168	4	BUDGET
10	CORPORACION EDUCATIVA LA CONCEPCION	URBANO- MUNICIPIO	504	338	\$ 491.358	\$ 164	4	BUDGET
11	COLEGIO DE LA SALLE	COLEGIO DE LA SALLE	1077	313	\$ 457.657	\$ 153	2	BUDGET
12	CENTRO DE ENSEÑANZA PRECOZ " NUEVO MUNDO "	HISTORICA Y CARIBE NORTE	167	345	\$ 440.032	\$ 147	2	BUDGET
13	GIMNASIO MODERNO DE CARTAGENA	HISTORICA Y CARIBE NORTE	365	309	\$ 402.838	\$ 134	2	BUDGET
14	COLEGIO ANTARES DE CARTAGENA	HISTORICA Y CARIBE NORTE	151	257	\$ 361.200	\$ 120	2	BUDGET
15	COLEGIO BIFFI	INDUSTRIAL Y DE LA BAHIA	1306	319	\$ 353.596	\$ 118	3	BUDGET
16	COLEGIO SALESIANO SAN PEDRO CLAVER	HISTORICA Y CARIBE NORTE	1292	321	\$ 350.031	\$ 117	2	BUDGET
17	CORPORACION DE PADRES DE FAMILIA COLEGIO EL CAR	HISTORICA Y CARIBE NORTE	191	287	\$ 335.038	\$ 112	2	BUDGET
18	GIMNASIO BILINGÜE ALTAMAR DE CARTAGENA	HISTORICA Y CARIBE NORTE	588	301	\$ 333.283	\$ 111	2	BUDGET
19	FUNDACION COLEGIO CRISTIANO BILINGUE DE CARTAGE	HISTORICA Y CARIBE NORTE	82	292	\$ 326.327	\$ 109	3	BUDGET
20	COLEGIO EUCARISTICO DE SANTA TERESA	HISTORICA Y CARIBE NORTE	560	296	\$ 323.852	\$ 108	2	BUDGET
21	CORPORACION BEVERLY HILLS	RURAL-MUNICIPIO	175	277	\$ 321.362	\$ 107	3	BUDGET
22	CORPORACION COLEGIO FERNANDEZ GUTIERREZ DE PIN	HISTORICA Y CARIBE NORTE	179	278	\$ 313.770	\$ 105	2	BUDGET
23	GIMNASIO LUJAN	HISTORICA Y CARIBE NORTE	163	336	\$ 312.381	\$ 104	2	BUDGET
24	COLEGIO DE LA ESPERANZA	HISTORICA Y CARIBE NORTE	299	318	\$ 306.327	\$ 102	2	BUDGET

Posicionamiento según calidad y precio

Las instituciones educativas evaluadas se dividen en 4 categorías: a) precio alto y calidad regular (*premium status, regular quality*); b) precio y calidad alta (*premium quality and status*); c) asequible y calidad regular (*affordable, regular quality*); d) asequible y calidad alta (*premium quality and affordable*):

Gráfico 3. Posicionamiento de los mejores colegios de Bolívar

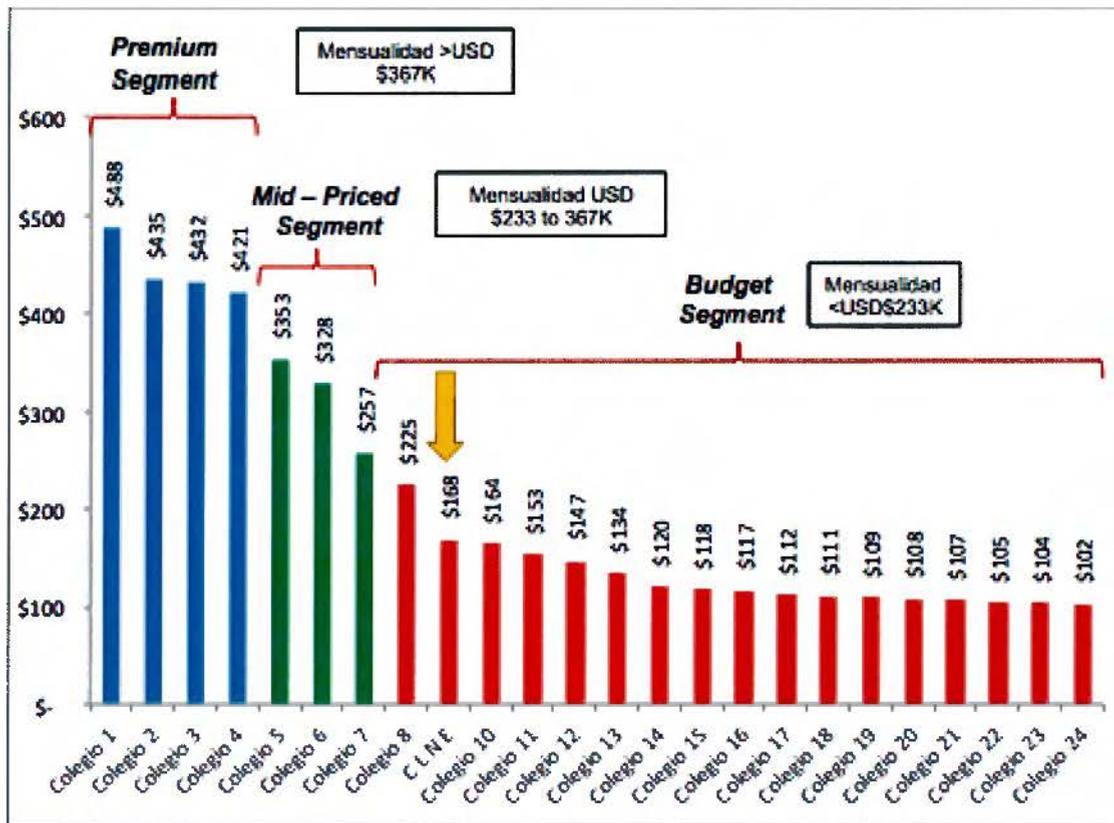


El Colegio La Nueva Esperanza se ubica en la categoría de asequible y calidad alta, ocupando el 3º lugar entre de los colegios que se encuentran en dicha categoría.

Segmentación por precio

Los colegios evaluados se dividen en 3 categorías, según el valor de la pensión mensual por alumno: a) segmento premium (*premium segment*); b) segmento medio (*mid-priced segment*); c) segmento asequible (*budget segment*).

Gráfico 4. Segmentación por precio de los mejores colegios de Bolívar



El Colegio La Nueva Esperanza se ubica en el puesto no. 9, dentro de las 24 instituciones analizadas. Además, se posiciona de segundo en su categoría (segmento asequible).

Segmentación por área de influencia

Las instituciones educativas evaluadas se dividen en 4 zonas del departamento de Bolívar en Colombia: a) zona 1 (zona norte); b) zona 2 (); c) zona 3 (); d) zona 4 (zona sur). Los colegios rojos pertenecen al segmento asequible; los de color verde al segmento medio; y los de color azul al segmento premium.

Mapa 5: Segmentación por área de influencia de los mejores colegios de Bolívar

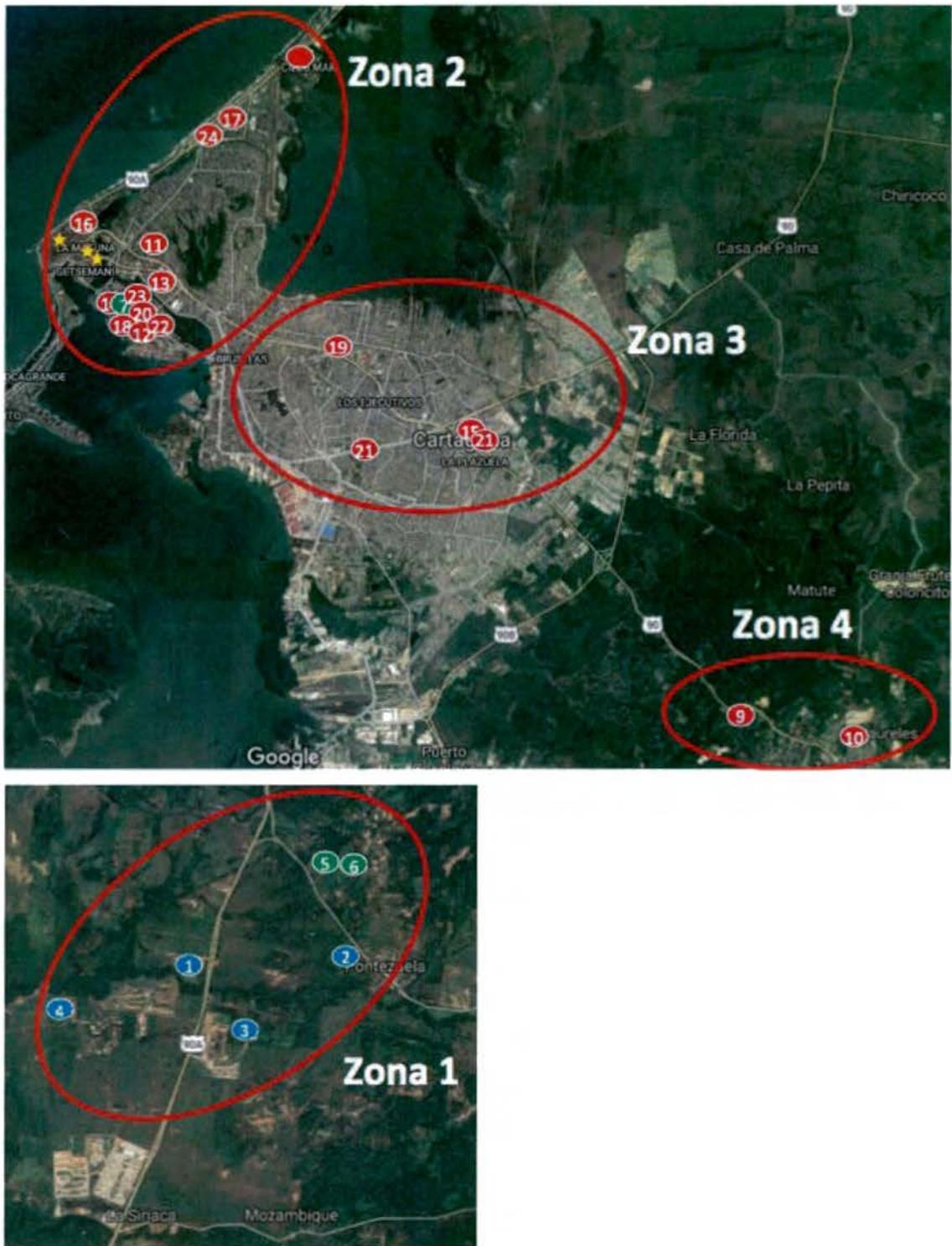


Tabla 11. Leyenda gráfico segmentación por área de influencia de los mejores colegios de Bolívar

LOW PRICE (< USD 233)		MID PRICE (De USD 233 a 367)		TOP PRICE (> USD 367)	
8	GIMNASIO MOMPIANO	5	CORP ED COL INTERNACIONAL CARTAGENA	1	COLEGIO JORGE WASHINGTON
9	LA NUEVA ESPERANZA	6	ASPAEN GIMNASIO CARTAGENA (ANTIGUO)	2	GIMNASIO ALTAIR DE CARTAGENA
10	CORP ED LA CONCEPCION	7	COLEGIO MONTESSORI	3	ASPAEN GIMNASIO CARTAGENA DE INDIAS
11	COLEGIO DE LA SALLE			4	CORP ED COL BRITANICO DE CARTAGENA
12	CENTRO DE ENSEÑANZA PRECOZ " NUEVO MUNDO "				
13	GIMNASIO MODERNO DE CARTAGENA				
14	COLEGIO ANTARES DE CARTAGENA				
15	COLEGIO BIFFI				
16	COLEGIO SALESIANO SAN PEDRO CLAVER				
17	CORP DE PADRES DE FAMILIA COL EL CARMELO				
18	GIMNASIO BILINGÜE ALTAMAR DE CARTAGENA				
19	FUND COLEGIO CRISTIANO BILINGUE DE CARTAGENA				
20	COLEGIO EUCHARISTICO DE SANTA TERESA				
21	CORPORACION BEVERLY HILLS				
22	CORP COL FERNANDEZ GUTIERREZ DE PIÑERES				
23	GIMNASIO LUJAN				
24	COLEGIO DE LA ESPERANZA				

El Colegio La Nueva Esperanza se encuentra ubicado en la zona 4, la cual es la zona con menor número de instituciones. Los dos colegios que se encuentran en dicha zona (colegio no. 9 y 10), tienen un costo de matrícula mensual similar (US\$168 y US\$164, respectivamente). Se encuentran en el mismo segmento (asequible) y en el mismo posicionamiento (asequible y calidad alta).

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

5.1. Análisis externo

Al analizar la segmentación por precio de las mejores instituciones educativas del departamento de Bolívar, se percibe que el 16.6% se encuentra en un segmento premium, el 12.5% en un segmento medio, y el 70.83% en un segmento asequible. Lo anterior nos indica ciertas características sociodemográficas de la población, las cuales se pueden ver reflejadas en la siguiente tabla del total de viviendas según estrato socioeconómico (siendo uno el más bajo y seis el más alto) en Cartagena de Indias (capital del departamento – compone el 90.4% de la población de Bolívar):

Tabla 12. Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico (según el servicio de energía eléctrica)

Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico (según el servicio de energía eléctrica) – Marzo 2016						
Ciudad	Estrato - % viviendas					
	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis
	38,0	30,0	17,1	6,6	3,8	4,6

A raíz de lo anterior, se podría deducir que existe un mayor número de colegios privados asequibles, teniendo en cuenta que el 85% de la población se encuentra dentro de los tres estratos más bajos.

El Colegio La Nueva Esperanza atiende actualmente estudiantes que se encuentran en los estratos 3, 4, 5 y 6. Se presenta esa diferencia, teniendo en cuenta que un % de la población estudiantil actual está becada, lo cual hace que la Institución deje de percibir alrededor de US\$18.000 mensuales.

El colegio no. 10, el cual se considera como la mayor competencia del Colegio La Nueva Esperanza, teniendo en cuenta que está ubicado en la misma zona, segmentación de precio y posicionamiento, también atiende población estudiantil de los

mismos estratos y cobra una pensión mensual muy similar a la del Colegio La Nueva Esperanza, sin ofrecer descuentos.

Uno de los pocos factores que diferencia a ambas Instituciones y le permite a La Nueva Esperanza continuar siendo catalogado como 'mejor académicamente' que el no. 10 se ve reflejado en la siguiente comparación:

Tabla 13. Comparación ranking La Nueva Esperanza vs. Colegio no. 10

Ranking Nacional Prueba Saber 11°	Colegio La Nueva Esperanza	Colegio no. 10
Año		
2014	103	146
2015	173	547
2016	167	255

Solo 1 año (2015) estuvieron distantes, pero en el 2014 y 2016, la diferencia ha sido mínima. Por tal motivo, se hace imperativo hallar un factor diferenciador entre ambas instituciones, pues la población estudiantil del colegio no. 10, en su mayoría, hubiese sido población del Colegio La Nueva Esperanza, si este no hubiese sido fundado hace 3 años. En las discusiones y conclusiones del análisis interno se detallan las diferencias entre ambos, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en los estadísticos descriptivos.

Además de la competencia existente con el colegio no. 10, se conoce por fuentes informales que las instituciones ubicadas en la zona 1, las cuales están dentro del segmento premium o medio, albergan estudiantes que habitan alrededor de la zona 4. Seguramente estas familias eligen enviar a sus hijos a dichas instituciones por 3 motivos: a) posicionamiento social de la población estudiantil; b) bilingüismo; e, c) infraestructura. Este primer factor iría de la mano con la teoría de Elacqua y Fabrega (2004) y Elacqua *et al.* (2006) en Carrasco y Martín (2012), la cual indica que el factor primordial al momento de elegir colegio es la composición social de sus estudiantes.

5.2. Análisis interno

Frecuencias

El hecho de que la dimensión que más consideran los padres que tiene el Colegio sea la academia no es un hallazgo sorprendente, pues la Institución siempre se ha caracterizado por obtener buenos resultados en las pruebas estandarizadas del estado. Es de conocimiento para el colegio que este es el factor que más tienen en cuenta los padres de familia para escoger la Institución, pues al momento de matricular a un estudiante nuevo se les pregunta en el formulario de admisión, y más del 90% contesta que selecciona el colegio por su calidad académica. Ahora, según varios autores mencionados en los antecedentes teóricos y empíricos, la calidad es el factor principal para seleccionar un plantel, y los apoderados escogen a la Institución por ello, pero, ¿por qué razón han dejado de seleccionarla en los últimos años? Una de las razones es la disminución de posiciones en los rankings que publican algunos medios en Colombia. A continuación se presenta una tabla con la información del ranking basado en los resultados de la prueba Saber 11º vs. el número de estudiantes. Además, se detallan las características de los colegios que han estado mejor posicionados en algunos años:

Tabla 14. Comparación número de alumnos de La Nueva Esperanza vs. Ranking

Ranking/Año	No. Alumnos	Ranking en el país	Ranking en el Dpto. Bolívar	Datos Colegios Mejor Posicionados en el Departamento			
				Colegio	Posicionamiento	Segmento	Zona de influencia
2001	884	76	1	N/A			
2002	818						
2003	940	25	1				
2004	940	No se encuentra información					
2005	907						
2006	825	43	3	1º puesto: no. 12	Asequible y calidad alta	Asequible	2
				2º puesto: no. 1	Precio y calidad alta	Premium	1
2007	771	44	3	1º puesto: no. 12	Asequible y calidad alta	Asequible	2
				2º puesto: no. 3	Precio y calidad alta	Premium	1
2008	878	No se encuentra información					
2009	871	110	4	1º puesto: no. 3	Precio y calidad alta	Premium	1
				2º puesto: no. 2	Precio y calidad alta	Premium	1
				3º puesto: no. 23	Precio y calidad alta	Medio	1
2010	839						

		No se encuentra información					
2011	783	185	9	1º puesto: no. 3	Precio y calidad alta	Premium	1
				2º puesto: no. 23	Precio y calidad alta	Medio	1
				3º puesto: no. 1	Precio y calidad alta	Premium	1
				4º puesto: no. 2	Precio y calidad alta	Premium	1
				5º puesto: no. 23	Asequible y calidad alta	Asequible	2
				6º puesto: no. 4	Precio y calidad alta	Premium	1
				7º puesto: no. 12	Asequible y calidad alta	Asequible	3
				8º puesto: no. 12	Asequible y calidad alta	Asequible	2
2012	739	No se encuentra información					
2013	717						
2014	660	103	5	1º puesto: no. 12	Asequible y calidad alta	Asequible	3
				2º puesto: no. 3	Precio y calidad alta	Premium	1
				3º puesto: no. 23	Precio y calidad alta	Medio	1
				4º puesto: no. 2	Precio y calidad alta	Premium	1
2015	640	173	8	1º puesto: no. 23	Precio y calidad alta	Medio	1

				2º puesto: no. 2	Precio y calidad alta	Premium	1
				3º puesto: no. 4	Precio y calidad alta	Premium	1
				4º puesto: no. 12	Asequible y calidad alta	Asequible	3
				5º puesto: no. 1	Precio y calidad alta	Premium	1
				6º puesto: no. 3	Precio y calidad alta	Premium	1
				7º puesto: no. 5	Precio y calidad alta	Medio	1
2016	581	167	7	1º puesto: no. 6	Precio y calidad alta	Medio	1
				2º puesto: no. 1	Precio y calidad alta	Premium	1
				3º puesto: no. 2	Precio y calidad alta	Premium	1
				4º puesto: no. 4	Precio y calidad alta	Premium	1
				5º puesto: no. 3	Precio y calidad alta	Premium	1
				6º puesto: no. 5	Precio y calidad alta	Medio	1

A partir de la información de la tabla se puede observar que desde el año 2006, aproximadamente, el Colegio deja de ser el número 1 en el departamento de Bolívar, lo cual le envía un mensaje a la población de que el colegio está disminuyendo su calidad académica, afectando esto el número de estudiantes del plantel. Además, se identifican las instituciones que tienen características similares, según el análisis externo, y en algunos años han estado mejor posicionadas en el ranking:

Tabla 15. Enumeración colegios mejor posicionados con características similares a La Nueva Esperanza

Categoría	Colegios
Colegios en el mismo <u>Posicionamiento</u> de La Nueva Esperanza (asequible y calidad alta)	No. 12; No. 23
Colegios en el mismo <u>Segmento</u> de La Nueva Esperanza (asequible)	No. 12; No. 23
Colegios en la misma <u>Zona de Influencia</u> de La Nueva Esperanza (zona 4)	Ninguno.

No se estudiará más a fondo lo que ofrecen dichos colegios, pues están bastante retirados en distancia del Colegio La Nueva Esperanza y el intercambio de estudiantes que se presenta entre ellas es mínimo, por no decir nulo (basado en la estadística de los colegios de los cuales provienen los estudiantes nuevos y los colegios a los cuales se trasladan los alumnos de La Nueva Esperanza).

Por otra parte, al comparar el número de variables que tienen en cuenta los padres de familia como 'absolutamente esenciales' para considerar un colegio como excelente (20), con el número de variables que perciben que posee el Colegio La Nueva Esperanza para considerarlo excelente (9), hay un déficit de 11 variables. Esto quiere decir que el colegio no está llenando ni en un 50% las expectativas de los padres de familia. Al comparar cómo se presentan dichas variables en La Nueva Esperanza vs. su mayor competencia en estos momentos, el colegio no. 10, se encuentre lo siguiente:

Tabla 16. Comparación características de las dimensiones consideradas esenciales entre La Nueva Esperanza vs. Colegio no. 10

Dimensión	Variables	Colegio La Nueva Esperanza	Colegio no. 10
Servicio	Servicio de los Directivos, Docentes y Administrativos	El servicio ofrecido por los directivos, docentes y administrativos a los padres de familia no es evaluado.	El colegio cuenta con la certificación EFQM, la cual le exige que los docentes sean evaluados por los padres de familia y alumnos cada cierto tiempo.
	Participación e Integración de la Familia en el proceso educativo	Las familias solo son invitadas a una 1º reunión a principio del año escolar, con el Director de Grupo de su hijo(a). Durante el año escolar, solo se citan a los padres de familia cuando existe un inconveniente particular con su hijo(a).	Se realizan 2 reuniones generales con el Director de Grupo durante el año (una a principio y otra en la mitad). Las calificaciones se les entregan directamente a los padres, lo cual permite tener una instancia formal de diálogo entre el padre y el docente. Se celebra el Día de la Familia y se cumple a cabalidad con la jornada del Ministerio de Educación Nacional llamada Día de la Excelencia Padres de Familia, en la cual se les presentan los resultados obtenidos en las pruebas Saber y se les brindan estrategias para colaborar en sus hogares a mejorar los resultados.

Formación Integral	<p>Clima Convivencia Sana</p> <p>Sentido Social</p> <p>Estudiantes Felices</p> <p>Actividades de Formación</p>	<p>El colegio se caracteriza por su disciplina, y por ende, no presenta casos frecuentes ni graves que afecten la convivencia sana en el plantel.</p> <p>Existe un programa de Visitas Solidarias a Fundaciones de la ciudad, y además, se adelantan algunas campañas, como la celebración del Día del Trabajo al personal de servicios generales, y la recolección de tapas para ayudar a Fundaciones de niños con cáncer.</p> <p>El departamento de psicología no maneja un volumen alto de casos de estudiantes que manifiesten sentirse tristes o incómodos en el colegio, pero sí se percibe un aura de estrés derivado de la exigencia académica. Asimismo, la encargada de psicología realiza actividades de formación, dependiendo de las necesidades que se vayan presentando en cada curso, mas no existe un programa formal establecido</p>	<p>Similar a las características de La Nueva Esperanza, con la única diferencia de que no es un colegio académicamente exigente, y por ende no se presenta el mismo nivel de estrés entre los alumnos.</p>
--------------------	--	--	--

		desde principio de año. Mensualmente se trabaja un valor con cada Director de Grupo, basado en un taller que les entrega la psicóloga, pero no se le hace seguimiento al mismo.	
--	--	---	--

Con relación a las variables que menos perciben los apoderados que se presentan en el Colegio La Nueva Esperanza, si se comparan con lo ofrecido por el único colegio de calidad alta que se encuentra en la misma zona 4, el no. 10, y con el cual se ha dado el mayor número de intercambio de estudiantes en los últimos años, se halla lo siguiente:

Tabla 17. Comparación características de las variables que no se dan en La Nueva Esperanza vs. Colegio no. 10

Dimensión	Variables	Colegio La Nueva Esperanza	Colegio no. 10
Infraestructura	Instalaciones Seguras y Atractivas Infraestructura Desafío S. XXI	El colegio abre sus puertas en el 2001 en una sede abandonada del antiguo Gimnasio Bolívar, lo cual hace que a pesar de que se le han hecho reformas y remodelaciones en los últimos 16 años, el plantel continúe viéndose antiguo.	El colegio abre sus puertas en Turbaco en el año 2014, con una sede completamente nueva.
Academia	Conocimiento en Artes y Deporte	A nivel de Preescolar y Básica Primaria, se imparten las asignaturas de Artística y Música. En la Básica Secundaria y Media se imparte Educación Artística, únicamente. Con respecto al deporte, en todos los niveles los alumnos reciben 2 horas semanales de clases de Educación Física, pero el colegio no cuenta con clases extracurriculares de deportes y equipos que lo representen en campeonatos, entre otros.	Similar a las características de La Nueva Esperanza.

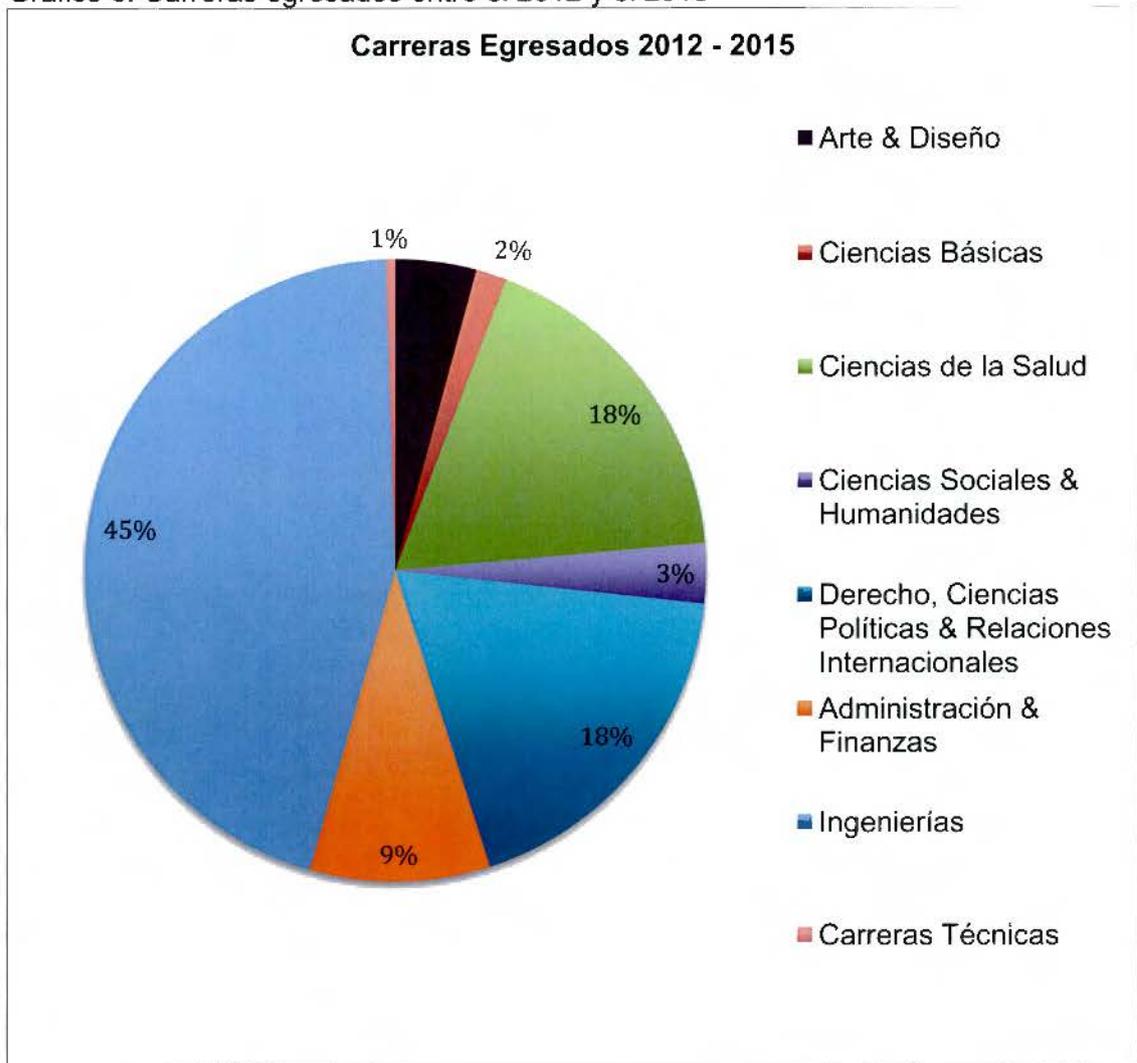
Correlaciones

Con respecto a los resultados de las correlaciones y la teoría investigada acerca de la elección de escuela, la cual hace énfasis en la calidad educativa medida por los resultados en las pruebas estandarizadas, entre otros, se realizan los siguientes análisis basados en la dimensión de Academia:

El Colegio La Nueva Esperanza está cumpliendo fuertemente con la expectativa ($,731^{**}$) de los padres de que sus hijos ingresen a la universidad y esto se ve reflejado en los datos que maneja la Institución: el 100% de los egresados ingresa a una Institución de Educación Superior y más del 30% de ellos son becados, sea por el Estado, a través del programa Ser Pilo Paga, o directamente por las universidades.

La correlación que existe entre la expectativa y la percepción en el Conocimiento en Ciencias Naturales (Biología, Química y Física), también es fuerte ($,549^{**}$). A su vez, existe cierta correlación entre la expectativa que tienen los padres de formación en Ciencias Sociales y la percepción de lo que están aprendiendo sus hijos ($,375^{**}$). Lo anterior se puede ver reflejado en la estadística de las carreras profesionales que eligen los egresados del 2012 al 2015:

Gráfico 6. Carreras egresados entre el 2012 y el 2015



El 64,4% elige carreras relacionadas con las Ciencias Naturales y el 21,4% selecciona carreras relacionadas con las Ciencias Sociales, para un total del 85,8%.

Con respecto a los resultados en las pruebas estandarizadas, aunque existe correlación entre las variables de expectativa y percepción ($,452^{**}$) se esperaba que esta fuese de las más altas. Es probable que aumente cuando la Institución recupere el 1º lugar en el ranking.

Plan Estratégico

Teniendo en cuenta las causas de la disminución de matrícula presentadas tanto en el análisis interno como en el externo, se sugiere el siguiente plan estratégico para así lograr mayores factores diferenciadores con el Colegio no. 10 y además, atraer estudiantes que habitan en la zona 4, pero estudian en otras zonas del departamento de Bolívar:

Tabla 18. Plan estratégico 2017 - 2027

COLEGIO LA NUEVA ESPERANZA				
Plan Estratégico 2017 – 2027				
Objetivo General				
Aumentar el número de estudiantes de la institución				
Objetivos Claves	Actividades	Plazo	Indicadores	Responsables
Aumentar los puntajes en las pruebas estandarizadas	Contratar una empresa que imparta exámenes de preparación para las pruebas Saber	1 año	100% de los alumnos toman los exámenes de preparación para las pruebas Saber	Directivos
	Informar a los padres de familia acerca de los resultados que van obteniendo sus hijos en los exámenes de preparación a las pruebas Saber		Correos enviados al 100% de los padres para avisarles cuando sean publicadas las notas de los exámenes de preparación a las pruebas Saber + indicaciones para manejo en casa	Coordinadores
	Inscribir a los docentes que imparten el curso Pre-Saber de 11° en la prueba, de tal forma que la tomen		100% de los docentes que imparten el curso Pre-Saber de 11°, toman el examen oficial para conocerlo en más detalle	Docentes
	Modificar el sistema de evaluación interno del colegio para que sea por competencias		70% de las preguntas de los exámenes cortos y los de bimestre son por competencia	Padres de familia

<p>Actualizar la propuesta educativa</p>	<p>Realizar caminatas de aula para identificar modelos educativos de los profesores</p> <p>Diseñar e implementar un plan de capacitación enfocado en la innovación</p> <p>Realizar caminatas de aula para verificar aplicación de lo aprendido en las capacitaciones</p>	<p>3 meses</p>	<p>100% de los docentes son visitados a través de las caminatas</p> <p>100% de los docentes son capacitados</p> <p>80% de los docentes aplican lo aprendido en sus clases</p>	<p>Directivos</p> <p>Coordinadores</p> <p>Capacitadores</p>
<p>Aumentar el nivel de inglés de los estudiantes</p>	<p>Incrementar gradualmente el número de asignaturas que reciben en inglés</p> <p>Participar en eventos internacionales cuya lengua principal sea el inglés</p> <p>Medir el progreso a través de exámenes tipo Cambridge</p>	<p>2 años</p>	<p>50% del currículo de la Básica Primaria es impartido en inglés</p> <p>Participación en 1 evento internacional</p> <p>Aplicación del examen de Cambridge a los estudiantes que finalizan los distintos niveles (Básica Primaria, Básica Secundaria y Media)</p>	<p>Directivos</p> <p>Coordinadores</p> <p>Docentes</p> <p>Personal de Cambridge TESOL</p>
<p>Mejorar el servicio del personal</p>	<p>Diseñar una encuesta de servicio</p> <p>Aplicar la encuesta de servicio</p> <p>Tabular resultados de la encuesta</p> <p>Diseñar un plan de acción basado en los resultados de la encuesta</p>	<p>6 meses</p>	<p>90% de los padres de familia encuestados</p> <p>100% de los docentes recibe capacitación de servicio</p> <p>Mejoría del 70% en las calificaciones de la encuesta</p>	<p>Directivos</p> <p>Coordinadores</p> <p>Docentes</p> <p>Padres de Familia</p>

	<p>Implementar talleres para mejorar el servicio</p> <p>Evaluar el servicio post-talleres</p>		de servicio	
Integrar a la familia en el proceso educativo	<p>Realizar 2 reuniones generales con los Directores de Grupo al año</p> <p>Realizar 1 entrevista personal entre la familia y el Director de Grupo al año</p> <p>Ejecutar el Día E del Ministerio</p> <p>Ofrecer servicio de visualización de notas por Internet</p> <p>Realizar 1 conferencia de la Escuela de Padres al año</p> <p>Invitar a los padres a hablarles a los alumnos sobre sus profesiones en el Día del Trabajo</p>	1 año	<p>60% de los padres de familia asisten a las 2 reuniones generales de cada grupo con su Director de Grupo al año</p> <p>100% de las familias entrevistadas con los Directores de Grupo</p> <p>40% de los padres de familia asisten al Día E</p> <p>250 estudiantes se inscriben en el servicio de notas por Internet</p> <p>100 padres de familia asisten a la conferencia de la Escuela de Padres</p> <p>50% de los padres por grupo asisten al Día del Trabajo</p>	<p>Directivos</p> <p>Coordinadores</p> <p>Docentes</p> <p>Padres de Familia</p>
Formar integralmente a los alumnos	Diseñar y ejecutar un plan de talleres a dictarles a los alumnos durante el año, basado en las características de su edad	1 año	100% de los talleres diseñados para cada grupo son ejecutados	<p>Directivos</p> <p>Psicóloga</p>

	Crear clubes extracurriculares de deporte y arte		1 club de deporte y 1 club de arte es implementado	Docentes
Mejorar la infraestructura del plantel	Remodelar salones de clase + salones/zonas comunes	7 – 10 años	100% de los salones de clase remodelados	Sostenedores
	Organizar el Día de la Familia para recaudar fondos y remodelar 1 zona común del colegio	1 año	100% de los salones y/o zonas comunes remodeladas	Directivos Padres de Familia
	Sembrar árboles y jardineras	6 meses	70% del presupuesto de remodelación de salón/zona común recaudado en el Día de la Familia 25 árboles sembrados y 10 jardineras arregladas	Constructores Estudiantes

En conclusión, se espera que con la aplicación del plan estratégico, el número de estudiantes de la institución aumente gradualmente, hasta el punto que permita alejarse positivamente del punto de equilibrio y por ende, lograr la sostenibilidad económica de la institución a largo plazo.

Un proyecto educativo de casi 150 años, merece vivir por muchas décadas más.

BIBLIOGRAFÍA

Asesorías Académicas Milton Ochoa. Ranking Colegios 2014. Recuperado de [https://miltonochoa.com.co/home/Ranking/Clasificación%20por%20Planteles/General/Clasificación2014_\(General\).pdf](https://miltonochoa.com.co/home/Ranking/Clasificación%20por%20Planteles/General/Clasificación2014_(General).pdf)

Bransford, J., Brown, A., Cocking, R. (Ed.) (2000). National Research Council. *How People Learn: Brain, Mind, Experience, and School: Expanded Edition*. Chapter 1. Washington, DC: The National Academies Press, 2000. doi:10.17226/9853.

Carrasco, A., Martín, E. (2012). Voucher system and school effectiveness: Reassessing school performance difference and parental choice decision-making. *Estudios de economía*, 39(2), 123-141.

Cumacero, R., R. Paredes y A. Valin (2011). *Financiamiento Compartido y Desempeno Escolar*. Manuscrito. Escuela de Ingeniería, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Cohen, J., McCabe, E., Michelli, N., & Pickeral, T. (2009). School climate: Research, policy, practice, and teacher education. *Teachers College Record*, 111, 180–213.

Cohen, J., Pickeral, T., & McCloskey, M. (2009). The challenge of assessing school climate [Online content]. *Educational Leadership*, 66(4). Retrieved from <http://www.ascd.org/publications/educational-leadership/dec08/vol66/num04/The-Challenge-of-Assessing-School-Climate.aspx>

Eccles, J. (2006). Families, schools, and developing achievement-related motivations and engagement. In J. Grusec & P. Hastings (Ed.), *Hand- book of socialization: Theory and research* (pp. 665–691). New York, NY: Guilford Press.

Elacqua, G. y R. Fabrega (2004). "El consumidor de la educación: actor olvidado de la libre elección de escuelas en Chile". En: PREAL *Educación y brechas de equidad en América Latina*. Vol. 2, pp. 353-398.

Elacqua, G., M. Schneider and J. Buckley (2006). School Choice in Chile: Is it Class or the Classroom? *Journal of Policy Analysis and Management*, vol. 25 (3), pp. 577-601.

Epstein, J., Coates, L., Salinas, K. C., Saunders, M. G., & Simon, B. S. (1997). *School, family, and community partnerships: Your handbook for action*. Thousand Oaks, CA: Corwin.

Gallego, F. y A. Hernando (2007). "School Choice in Chile: Looking at the Demand Side". Manuscrito. Instituto de Economía, PUC.

Grady, S. Bielick, S., & Aud, S. (2010). *Trends in the use of public school choice: 1993 to 2007* (NCES 2010 – 004). Washington, DC: U.S. Department of Education, Institute of Educational Sciences, National Center for Education Statistics.

Guo, P., Choe, J., & Higgins-D'Alessandro, A. (2011). *Report of construct validity and internal consistency findings for the comprehensive school climate inventory*. Retrieved from http://nces.ed.gov/pubs2009/2009047_1.pdf

Halgunseth, L. (2009). Family Engagement, Diverse Families and Early Childhood Education Programs: An Integrated Review of the Literature. *YC Young Children*, 64(5), 56-58. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/42730486>

Harackiewicz, J. M., Rozek, C. S., Hulleman, C. S., & Hyde, J. S. (2012). Helping parents to motivate adolescents in mathematics and science: An experimental test of a utility-value intervention. *Psychological Science*, 23, 899–906. doi:10.1177/0956797611435530

Hoover-Dempsey, K. V., Walker, J. M. T., Sandler, H. M., Whetsel, D., Green, C. L., Wilkins, A. S., & Closson, K. (2005). Why do parents become involved? Research findings and implications. *The Elementary School Journal*, 106, 105–130. doi:10.1086/499194

Mintrop, H., Treviño, E., Órdenes, M., Donoso, M. (2013). Markets and High-stakes Accountability: Synergy for Good Schools? The Case of the USA and Chile. Paper

presented at the European Association for Research on Learning and Instruction. Munich, Germany.

Nassar-McMillan, C., Karvonen, M., Perez, T., & Abrams, L. (2009). Identity development and school climate: The role of the school counselor. *Journal of Humanistic Counseling, Education, and Development*, 48, 195–214. doi:10.1002/j.2161-1939.2009.tb00078.x

Nuevo Colegio del Prado. Ranking Colegios 2007. Recuperado de http://www.nuevocollegiodelprado.edu.co/archivos/ICFES_Top_2007.pdf

Nuevo Colegio Del Prado. Ranking Colegios 2006. Recuperado de http://www.nuevocollegiodelprado.edu.co/archivos/ICFES_Top_2006.pdf

Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Revista Dinero (2009). Los Mejores en Educación 2009. Recuperado de <http://www.dinero.com/caratula/edicion-impresarecuadro/ranking-400-mejores-colegios-colombia/86790>

Revista Dinero (2011). Los Mejores en Educación 2011. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresarecuadro/articulo/el-ranking-completo/139330>

Revista Dinero (2015). Los Mejores en Educación 2015. Recuperado de <http://www.dinero.com/contenidos-editoriales/especial-de-colegios-2015/multimedia/los-mejores-colegios-colombia-2015/216463>

Revista Dinero (2016). Los Mejores en Educación 2016. Recuperado de <http://www.dinero.com/contenidos-editoriales/mejores-colegios-2016/multimedia/ranking-de-mejores-colegios-de-colombia-segun-saber-11/239378>

Roeser, R. W., & Eccles, J. S. (1998). Adolescents' perceptions of middle school: Relation to longitudinal changes in academic and psychological adjustment. *Journal of Research on Adolescence*, 8, 123–158. doi: 10.1207/s15327795jra0801_6

Schueler, B. E., Capotosto, L., Bahena, S., McIntyre, J., & Gehlbach, H. (2014). Measuring parent perceptions of school climate. *Psychological Assessment*, 26(1), 314-320. doi:10.1037/a0034830

Souza, R., Burbano, M., Villela, D. Prismapar. <http://prismapar.com>

Superintendencia de Servicios Públicos - Sistema Único de Información de Servicios Públicos, SUI

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf9gjbR2lvw3dNoEaDtmGvSuVRn1oJmjcYWjNSPU4pO6wll7w/viewform>

<http://www.dinero.com/contenidos-editoriales/especial-de-colegios-2015/multimedia/los-mejores-colegios-colombia-2015/216463>

<http://ageconsearch.umn.edu/record/186563/files/Cornell-Dyson-eb1304.pdf>

Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2013). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (6th ed.). New York, NY: McGraw Hill-Irwin.

ANEXOS

Anexo 1: Frecuencias (Expectativas)

A continuación se presentan las variables de expectativa que obtuvieron entre 6.0 y 7.0 de media, en orden descendente, en el análisis de la frecuencia:

Estadísticos

INGRES_UNIV_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,6800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,16829
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

PROPUE_PEDAG_ACT_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,5800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,03194
Mínimo		2,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CALID_DOCENT_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,21622
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

SERV_DIRECT_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,28158
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CONOC_CIENCIA_FORM_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4600
Moda		7,00
Desv. típ.		1,23239
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CLIM_CONV_SANA_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4400
Moda		7,00
Desv. típ.		1,26427
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

SERV_DOCENT_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,35526
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

PARTICIP_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,35526
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

SERV_ADMON_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,3600
Moda		7,00
Desv. típ.		1,30556
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CONOC_CIENCIA_NAT_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,3200
Moda		7,00
Desv. típ.		1,46301
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CALID_DIRECT_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,3000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,31320
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

SENT_SOC_EST_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,2400
Moda		7,00
Desv. típ.		1,59796
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

EST_FELIC_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,2200
Moda		7,00
Desv. típ.		1,55563
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

ENF_TRA_ACAD_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,2000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,41421
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

ACTIV_FORM_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,1200
Moda		7,00
Desv. típ.		1,39445
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

NIV_ING_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,1000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,54193
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CONOC_CIENCIA_SOC_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,1000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,46036
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

INTEGR_FAMIL_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,0600
Moda		7,00
Desv. típ.		1,75441
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

INSTAL_SEGUR_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,0400
Moda		7,00
Desv. típ.		1,72568
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

RESULT_PRUEB_E

N	Válidos	49
	Perdidos	1
Media		6,0204
Moda		7,00
Desv. típ.		1,52055
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Las variables que obtuvieron entre 5.0 y 5.0 de media, en orden descendente, en el análisis de frecuencia fueron:

Estadísticos

PART_PADRES_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,9400
Moda		7,00
Desv. típ.		1,57026
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

INFRAES_DESAF_SXXI_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,9000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,64441
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

ESPAC_AMPL_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,6000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,82946
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CONOC_ARTES_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,3400
Moda		7,00
Desv. típ.		1,89101
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Las variables que obtuvieron menos de 4.9 de media, en orden descendente, en el análisis de frecuencia fueron:

Estadísticos

CONOC_DEPORT_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		4,9200
Moda		6,00
Desv. típ.		1,87181
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

FORM_FE_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		4,6800
Moda		7,00
Desv. típ.		2,07453
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

INSTAL_ATRAC_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		4,4600
Moda		5,00
Desv. típ.		1,80939
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

PROPUE_PEDAG_TRAD_E

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		3,6000
Moda		1,00 ^a
Desv. típ.		1,94831
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

a. Existen varias modas. Se mostrará el menor de los valores.

Anexo 2: Frecuencias (Percepción)

A continuación se presentan las variables de percepción que obtuvieron entre 6.0 y 7.0 de media, en orden descendente, en el análisis de la frecuencia:

Estadísticos

INGRES_UNIV_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,7000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,19949
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

ENF_TRA_ACAD_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,5000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,24949
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CONOC_CIENCIA_FORM_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,07362
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CONOC_CIENCIA_NAT_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4400
Moda		7,00
Desv. típ.		1,09096
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

RESULT_PRUEB_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4200
Moda		7,00
Desv. típ.		1,31071
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

ESPAC_AMPL_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,4000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,19523
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CALID_DOCENT_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,2000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,42857
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CALID_DIRECT_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,2200
Moda		7,00
Desv. típ.		1,51577
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CONOC_CIENCIA_SOC_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		6,1200
Moda		7,00
Desv. típ.		1,20611
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Las variables que obtuvieron entre 5.0 y 5.0 de media, en orden descendente, en el análisis de percepción fueron:

Estadísticos

CLIM_CONV_SANA_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,9800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,54510
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

SERV_ADMON_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,9600
Moda		7,00
Desv. típ.		1,56440
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

PARTICIP_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,9400
Moda		7,00
Desv. típ.		1,50387
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

SERV_DIRECT_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,8400
Moda		7,00
Desv. típ.		1,54339
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

SERV_DOCENT_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,7800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,58166
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

INTEGR_FAMIL_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,6600
Moda		7,00
Desv. típ.		1,46538
Mínimo		2,00
Máximo		7,00

Estadísticos

NIV_ING_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,6200
Moda		7,00
Desv. típ.		1,65233
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

EST_FELIC_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,6000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,66599
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

SENT_SOC_EST_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,5800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,67929
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

PARTICIP_PADRES_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,5200
Moda		7,00
Desv. típ.		1,71714
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

PROPUE_PEDAG_ACT_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,5000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,60675
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

FORM_FE_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,4800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,60662
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

PROPUE_PEDAG_TRAD_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,4200
Moda		7,00
Desv. típ.		1,92820
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

ACTIV_FORM_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		5,4000
Moda		7,00
Desv. típ.		1,60357
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Las variables que obtuvieron menos de 4.9 de media, en orden descendente, en el análisis de percepción fueron:

Estadísticos

CONOC_ARTES_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		4,7800
Moda		7,00
Desv. típ.		1,89833
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

INFRAES_DESAF_SXXI_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		4,7400
Moda		4,00
Desv. típ.		1,67588
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

INSTAL_SEGUR_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		4,4000
Moda		4,00
Desv. típ.		1,90595
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

INSTAL_ATRAC_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		4,1600
Moda		5,00
Desv. típ.		1,82231
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Estadísticos

CONOC_DEPORT_P

N	Válidos	50
	Perdidos	0
Media		4,1400
Moda		4,00
Desv. típ.		1,91674
Mínimo		1,00
Máximo		7,00

Anexo 3: Correlaciones

A continuación se presentarán y categorizarán los resultados de las correlaciones analizadas para cada variable, comparando la expectativa con la percepción.

Las correlaciones más fuertes que se presentan entre las expectativas de los padres de familia con relación a un colegio excelente y las variables que ofrece el colegio son (mayor a ,700^{**}):

Correlaciones

		INGRES_UNIV _E	INGRES_UNIV_ P
INGRES_UNIV_E	Correlación de Pearson	1	,731 ^{**}
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
INGRES_UNIV_P	Correlación de Pearson	,731 ^{**}	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		FORM_FE_E	FORM_FE_P
	Correlación de Pearson	1	,708**
FORM_FE_E	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
	Correlación de Pearson	,708**	1
FORM_FE_P	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		SENT_SOC_ES T_E	SENT_SOC_E ST_P
	Correlación de Pearson	1	,700**
SENT_SOC_EST_E	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
	Correlación de Pearson	,700**	1
SENT_SOC_EST_P	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Las correlación moderadas que se presentan entre las expectativas de los padres de familia con relación a un colegio excelente y las variables que ofrece el colegio son (entre ,500** y ,700**):

Correlaciones

		NIV_ING_E	NIV_ING_P
	Correlación de Pearson	1	,632**
NIV_ING_E	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
	Correlación de Pearson	,632**	1
NIV_ING_P	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		EST_FELIC_E	EST_FELIC_P
	Correlación de Pearson	1	,586**
EST_FELIC_E	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
	Correlación de Pearson	,586**	1
EST_FELIC_P	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		INTEGR_FAMIL _E	INTEGR_FAMIL _P
INTEGR_FAMIL_E	Correlación de Pearson	1	,580**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
INTEGR_FAMIL_P	Correlación de Pearson	,580**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		PART_PADRE S_E	PARTICIP_PAD RES_P
PART_PADRES_E	Correlación de Pearson	1	,579**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
PARTICIP_PADRES_P	Correlación de Pearson	,579**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		CONOC_CIEN CIA_NAT_E	CONOC_CIENCI A_NAT_P
CONOC_CIENCIA_NAT_E	Correlación de Pearson	1	,549**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
CONOC_CIENCIA_NAT_P	Correlación de Pearson	,549**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		SERV_ADMON_ E	SERV_ADMON_ P
SERV_ADMON_E	Correlación de Pearson	1	,547**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
SERV_ADMON_P	Correlación de Pearson	,547**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		CLIM_CONV_S ANA_E	CLIM_CONV_S ANA_P
CLIM_CONV_SANA_E	Correlación de Pearson	1	,527**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
CLIM_CONV_SANA_P	Correlación de Pearson	,527**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		PARTICIP_E	PARTICIP_P
PARTICIP_E	Correlación de Pearson	1	,513**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
PARTICIP_P	Correlación de Pearson	,513**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

	CALID_DIRECT _E	CALID_DIRECT _P
Correlación de Pearson	1	,510**
CALID_DIRECT_E Sig. (bilateral)		,000
N	50	50
Correlación de Pearson	,510**	1
CALID_DIRECT_P Sig. (bilateral)	,000	
N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

	SERV_DIRECT_ E	SERV_DIRECT_ P
Correlación de Pearson	1	,504**
SERV_DIRECT_E Sig. (bilateral)		,000
N	50	50
Correlación de Pearson	,504**	1
SERV_DIRECT_P Sig. (bilateral)	,000	
N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Las correlaciones débiles que se presentan entre las expectativas de los padres de familia con relación a un colegio excelente y las variables que ofrece el colegio son (menor de 0.499^{**}):

Correlaciones

		SERV_DOCENT _E	SERV_DOCENT _P
SERV_DOCENT_E	Correlación de Pearson	1	,480 ^{**}
	Sig. (bilateral)		,000
	N	50	50
SERV_DOCENT_P	Correlación de Pearson	,480 ^{**}	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		RESULT_PRUE B_E	RESULT_PRUE B_P
RESULT_PRUEB_E	Correlación de Pearson	1	,452 ^{**}
	Sig. (bilateral)		,001
	N	49	49
RESULT_PRUEB_P	Correlación de Pearson	,452 ^{**}	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	49	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		CALID_DOCENT_ E	CALID_DOCE NT_P
CALID_DOCENT_E	Correlación de Pearson	1	,425**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	50	50
CALID_DOCENT_P	Correlación de Pearson	,425**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	50	50

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		CONOC_ARTE S_E	CONOC_ARTE S_P
CONOC_ARTES_E	Correlación de Pearson	1	,431**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	50	50
CONOC_ARTES_P	Correlación de Pearson	,431**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	50	50

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		PROPUE_PEDA G_TRAD_E	PROPUE_PED AG_TRAD_P
PROPUE_PEDAG_T RAD_E	Correlación de Pearson	1	,404**
	Sig. (bilateral)		,004
	N	50	50
PROPUE_PEDAG_T RAD_P	Correlación de Pearson	,404**	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	50	50

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		CONOC_CIENCIA_S A_SOC_E	CONOC_CIENCIA_S CIA_SOC_P
CONOC_CIENCIA_S	Correlación de Pearson	1	,375**
OC_E	Sig. (bilateral)		,007
	N	50	50
CONOC_CIENCIA_S	Correlación de Pearson	,375**	1
OC_P	Sig. (bilateral)	,007	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		ACTIV_FORM_E	ACTIV_FORM_P
ACTIV_FORM_E	Correlación de Pearson	1	,371**
	Sig. (bilateral)		,008
	N	50	50
ACTIV_FORM_P	Correlación de Pearson	,371**	1
	Sig. (bilateral)	,008	
	N	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

		CONOC_DEPORT_E	CONOC_DEPORT_P
CONOC_DEPORT_E	Correlación de Pearson	1	,327*
	Sig. (bilateral)		,020
	N	50	50
CONOC_DEPORT_P	Correlación de Pearson	,327*	1
	Sig. (bilateral)	,020	
	N	50	50

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Correlaciones

		INSTAL_SEGUR _E	INSTAL_SEGUR R_P
INSTAL_SEGUR_E	Correlación de Pearson	1	,299*
	Sig. (bilateral)		,035
	N	50	50
INSTAL_SEGUR_P	Correlación de Pearson	,299*	1
	Sig. (bilateral)	,035	
	N	50	50

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Correlaciones

		INSTAL_ATRAC _E	INSTAL_ATRAC _P
INSTAL_ATRAC_E	Correlación de Pearson	1	,268
	Sig. (bilateral)		,060
	N	50	50
INSTAL_ATRAC_P	Correlación de Pearson	,268	1
	Sig. (bilateral)	,060	
	N	50	50

Correlaciones

		ENF_TRA_ACA D_E	ENF_TRA_ACA D_P
ENF_TRA_ACAD_E	Correlación de Pearson	1	,266
	Sig. (bilateral)		,062
	N	50	50
ENF_TRA_ACAD_P	Correlación de Pearson	,266	1
	Sig. (bilateral)	,062	
	N	50	50

Correlaciones

		ESPAC_AMPL_ E	ESPAC_AMPL_ P
ESPAC_AMPL_E	Correlación de Pearson	1	,261
	Sig. (bilateral)		,067
	N	50	50
ESPAC_AMPL_P	Correlación de Pearson	,261	1
	Sig. (bilateral)	,067	
	N	50	50

Correlaciones

		PROPUE_PEDA G_ACT_E	PROPUE_PEDA G_ACT_P
PROPUE_PEDAG_A CT_E	Correlación de Pearson	1	,228
	Sig. (bilateral)		,112
	N	50	50
PROPUE_PEDAG_A CT_P	Correlación de Pearson	,228	1
	Sig. (bilateral)	,112	
	N	50	50

Correlaciones

		CONOC_CIENCI A_FORM_E	CONOC_CIENCI A_FORM_P
CONOC_CIENCIA_F ORM_E	Correlación de Pearson	1	,154
	Sig. (bilateral)		,287
	N	50	50
CONOC_CIENCIA_F ORM_P	Correlación de Pearson	,154	1
	Sig. (bilateral)	,287	
	N	50	50

Correlaciones

		INFRAES_DESA F_SXXI_E	INFRAES_DESA F_SXXI_P
INFRAES_DESAF_S XXI_E	Correlación de Pearson	1	,109
	Sig. (bilateral)		,452
	N	50	50
INFRAES_DESAF_S XXI_P	Correlación de Pearson	,109	1
	Sig. (bilateral)	,452	
	N	50	50

Anexo 4: Carreras egresados 2012 - 2015

Divisiones	
Arte & Diseño	
Música	0,5%
Diseño Gráfico	0,5%
Diseño de Vestuario	0,5%
Arquitectura	2,6%
Total	4,2%
Ciencias Básicas	
Química	1,0%
Física	0,5%
Total	1,6%
Ciencias de la Salud	
Odontología	0,5%
Medicina Veterinaria y Zootecnia	0,5%
Medicina	16,2%
Fonoaudiología	0,5%
Total	17,8%
Ciencias Sociales & Humanidades	
Comunicación Social	0,5%
Psicología	2,1%

Lenguas Extranjeras	0,5%
Total	3,1%
Derecho, Ciencia Política & Relaciones Internacionales	
Relaciones Internacionales	0,5%
Derecho	12,0%
Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales	5,8%
Total	18,3%
Administración & Finanzas	
Finanzas y Negocios Internacionales	3,7%
Contaduría	1,0%
Administración de Empresas	4,7%
Total	9,4%
Ingenierías	
Ingeniería Química	5,8%
Ingeniería Oceanográfica	0,5%
Ingeniería Naval	0,5%
Ingeniería Multimedia	0,5%
Ingeniería Mecánica	12,6%
Ingeniería Industrial	4,7%
Ingeniería Electrónica	3,1%
Ingeniería Eléctrica	4,2%
Ingeniería de Sonido	0,5%
Ingeniería de Sistemas	1,6%
Ingeniería de Petróleos	1,0%
Ingeniería Civil	7,9%
Ingeniería Biomédica	0,5%
Ingeniería Ambiental	1,0%
Ingeniería Aeronáutica	0,5%
Total	45,0%

Carreras Técnicas	
Gastronomía	0,5%
Total	0,5%