

Año 2014



CED

CENTRO EDUCATIVO DIONISIA

Nivel Primario y Secundario



CED

Martín María Belén

Profesora: Lic. Marcela Archuby

Este TIF se lo dedicó a mis papás José Luis y Selva. Sin ustedes nada de esto hubiera sido posible. Gracias por su apoyo incondicional tanto afectivo como económico; y por estar ahí, siempre, firmes, alentándome a seguir en cada uno de mis sueños y proyectos.

Gracias a mis hermanos, María y Tomás, por alegrarse conmigo en cada uno de mis aciertos y por acompañarme con un abrazo o una mirada cuando supieron que eso era lo que necesitaba.

Gracias a quien me acompaña desde hace cinco años, quien hace de mi vida más feliz y quien me demuestra que la distancia no es ningún impedimento cuando uno quiere estar cerca de una persona. Este logro mío también es tuyo Maxi.

Un agradecimiento especial a toda mi familia que me acompañaron en este camino recorrido, gracias por su afecto, por estar en cada momento y por celebrar mis éxitos como si fuesen propios.

A mis amigas y hermanas del alma no puedo estar más orgullosa por tenerlas en vida. Gracias por la amistad increíble que me dan cada día y por escucharme y soportarme siempre.

Gracias Estefanía, fuiste mi gran aliada este último tiempo. Me ayudaste continuamente y soportaste mis cambios de humor constantes. Estoy feliz de que formes parte de mi vida.

A mis compañeros de cursada, un gracias enorme. Hicieron de esta etapa una de las más lindas y alegraron mis tardes y noches. Marianela, Brenda y Juan, ustedes me ayudaron a llegar hasta acá, fueron el equipo perfecto para que yo hoy este terminando la carrera.

Amelia, muchas gracias por toda la información que me brindaste durante el transcurso de este trabajo, fue de gran ayuda, más en los momentos complicados.

Por último le agradezco a la universidad FASTA y a los profesores que me formaron a lo largo de los años. Gracias por ser parte de este camino y aportar todo de sí para el crecimiento de mi vocación.

Índice

INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO	5
Trinomio: Producto - Mercado - Razón de compra	6
Público Objetivo	6
Misión, visión y valores culturales	6
Objetivos	7
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	8
Fuentes de información	9
MATRICES	28
Análisis de la Competencia	29
Matriz de Perfil Competitivo	31
FODA	33
Matriz de Porter	37
COMPORTAMIENTOS DEL CONSUMIDOR	41
Perfil del Consumidor	42
Comportamientos del consumidor	42
Sujetos de compra	43
Factores que influyen en el comportamiento	44
LAS 4 "P" DEL MARKETING	45
PRODUCTO	46
Niveles del producto	47
Servicios	50
Ciclo de vida del producto	52
Decisiones estratégicas sobre el producto	54
PRECIO	56
Factores que afectan la sensibilidad del cliente	57
Cálculo del precio	60
Punto de equilibrio	63
Flujos de Fondos Anuales	68

Factores que condicionan el precio	70
Formas de variar el precio	71
DISTRIBUCIÓN.....	72
PROMOCIÓN.....	75
Plan de Comunicación	79
Herramientas de Comunicación	80
EVALUACIÓN Y CONCLUSIÓN	94
BIBLIOGRAFIA	96
ANEXO	98

INTRODUCCIÓN

Centro Educativo Dionisia

A mediados del año 2007, surge entre los miembros del Consejo de Administración de la Cooperativa de Electricidad Dionisia Ltda., la inquietud de brindar un nuevo servicio anexo, respondiendo a la demanda de varias familias de Comandante Nicanor Otamendi, en este caso un servicio educativo. Estas familias buscan darle un valor agregado a la enseñanza de sus hijos.

Por tal motivo se realiza una Asamblea extraordinaria para poner en consideración de los asociados la modificación del Estatuto para que el mismo contemplara a la Educación como un servicio a brindar por la entidad. Aprobada la modificación, se comienza a trabajar en el NUEVO PROYECTO EDUCATIVO.

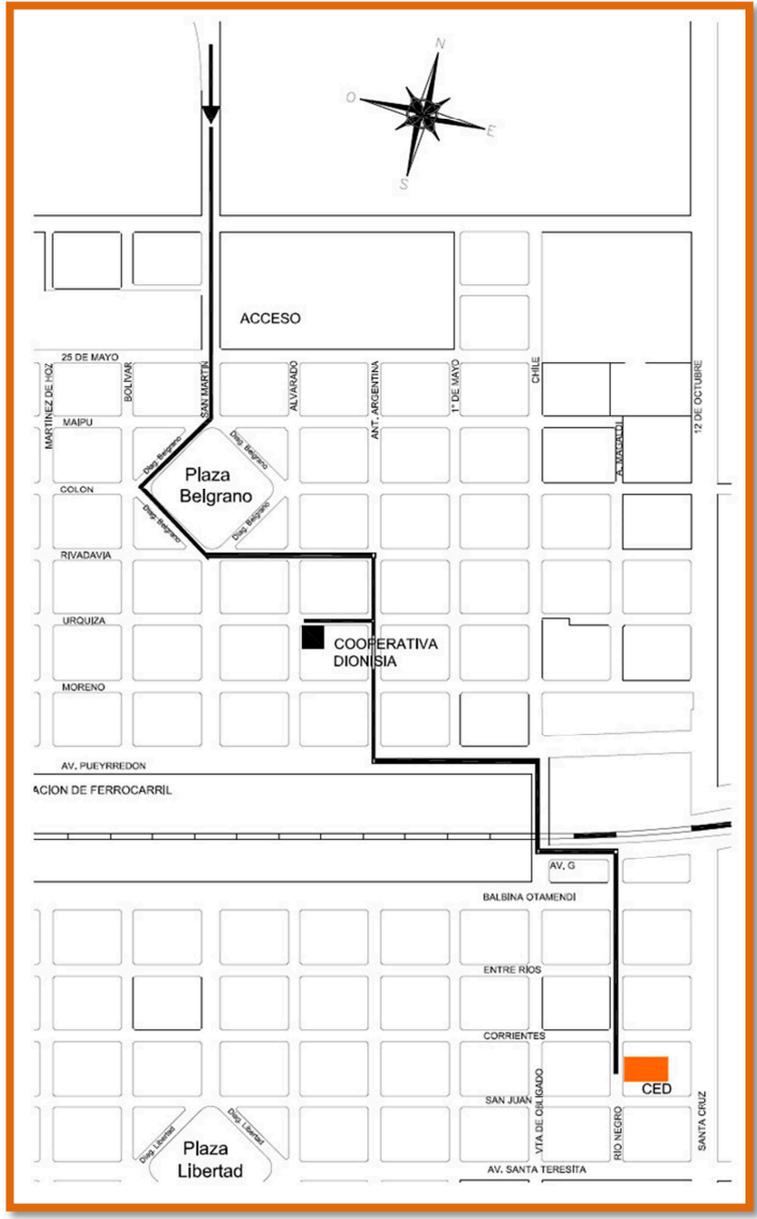
El 2 de marzo de 2008, La Cooperativa de Electricidad, Dionisia Ltda. inaugura un nuevo servicio educativo para Cdte. Nicanor Otamendi, el CED "Centro Educativo Dionisia". Ese día se contó con la presencia de autoridades municipales, autoridades educativas, miembros del Consejo de Administración de la Cooperativa de Electricidad Dionisia Ltda., los Representantes Legales del CED, consejeros, Gerente de dicha institución y empleados de la Cooperativa, asesoras del proyecto, alumnos del CED y el nuevo personal directivo, docente y auxiliar del establecimiento. Las instalaciones se vieron colmadas también de familias y miembros de la comunidad, que participaron de un hecho seguramente trascendente para la sociedad de Cdte. Nicanor Otamendi, como lo es la inauguración de una NUEVA ESCUELA.

Dicha inauguración, marca un cambio en la historia de esta población Otamendina, ya que se trata del primer establecimiento privado de nivel primario de la ciudad.

En el año 2009, la apertura no solo del 5º año que era consecuencia lógica del emprendimiento, sino también la de 6º año, apresuraba mucho más la puesta en funcionamiento del Secundario. Es así que el 20 de noviembre de 2009, la Inspectora del Nivel Secundario Ana María Gastiazoro, autorizó a matricular para el ciclo lectivo 2010, fundamentándose en el cumplimiento por parte de la entidad propietaria, de la documentación necesaria para la carpeta de apertura y en las condiciones de seguridad y habitabilidad observadas en las instalaciones de la Institución.

El 7 de marzo de 2010 en un emotivo acto, el Consejo de Administración de la Cooperativa, contando con la presencia del Intendente Municipal, autoridades educacionales y civiles e integrantes de nuestra Comunidad educativa, da por inaugurado el Nivel Secundario del Centro Educativo Dionisia, dando inicio al ciclo lectivo 2010 el 8 de marzo.

Ubicación



Autoridades

Primaria

Representantes Legales de Primaria:

Dr. Martín Amandain
Sr. Daniel O. Ale

Autoridades de Primaria:

DIRECTORA: Doc. Nélda Noemí Sierra
PRECEPTORA: Doc. Lorena Fátima González

Secundaria

Representantes Legales de Secundaria:

Arq. Ariel Acosta
Dr. Martín Amandain

Autoridades de Secundaria:

DIRECTORA: María Amelia García
PRECEPTORA: Karina Fernández

DESARROLLO

Trinomio: Producto - Mercado - Razón de compra

El trinomio: producto- mercado - razón de compra es una estrategia que analiza el producto dentro del mercado y explicita cual sería la razón de compra, con el fin de acercarse al cliente. Responde a las preguntas ¿a quién se lo vendo? ¿ a qué publico me dirijo? Y ¿por qué puede llegar a resultar?

En este caso, el producto sería el Centro Educativo Dionisia (CED) de la localidad de Comandante Nicanor Otamendi. El mercado estaría dirigido al público externo (alumnos, padres, tutores, etc.). Y la razón de compra sería que el centro CED es una institución nueva en la ciudad de Otamendi, por lo tanto necesita formar una imagen y posicionarla para poder ser un colegio conocido y reconocido en el Partido de General Alvarado.

Público Objetivo

El público objetivo está definido como padres, madres y/o tutores de la comunidad de Comandante Nicanor Otamendi y zonas aledañas, que tengan hijos, niños o adolescentes en edad escolar con un nivel socioeconómico perteneciente a las clases C1, C2, C3 y D.

Misión, visión y valores culturales

El Centro Educativo Dionisia plantea que su misión es "apuntar a una transformación cultural, capacitando a los alumnos para una mejor inserción en el nuevo y dinámico medio social y laboral".

En cuanto a los valores- cultura o principios, creencias, reglas, en los que se basa el colegio estos son los principios cooperativos (debido a que dependen de una cooperativa) en los cuales se destacan los valores de ayuda mutua, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. También incluyen dentro de estos el compromiso con la comunidad y los servicios extra que brinda.

En cuanto a la visión, traducida como los anhelos de la institución, no se encuentra definida, por lo cual podría plantearse que la visión del CED sería convertirse en el Instituto Educativo predominante en la comunidad de Comandante Nicanor Otamendi y la zona, reconocidos por la calidad de su propuesta educativa.

A su vez, se le propone a la institución una reformulación de su misión, ya que la planteada por ellos no es correcta.

Se entiende a la misión como aquello a lo que se dedican. En este caso la misión del CED podría ser "brindar un servicio educativo de formación integral, al más alto nivel, a alumnos y alumnas de primaria y secundaria".

Objetivos

El objetivo general de este trabajo plantea a donde se quiere llegar. En este caso, el objetivo general es posicionar al Centro Educativo Dionisia (CED) en la localidad de Comandante Nicanor Otamendi y alrededores.

Luego del objetivo general se desprenden objetivos específicos como son:

- Incrementar el número de alumnado en un 10% durante un año de aplicación del Plan de Negocios.
- Aumentar en un 40% el conocimiento del CED como institución educativa por parte de los habitantes de Otamendi al año de la implementación del plan.
- Lograr un recuerdo espontáneo del Centro Educativo Dionisia de un 20% al año de la implementación del plan.
- Aumentar los ingresos del colegio en un 15% aproximadamente durante el primer año de aplicación del Plan de Negocios.
- Mejorar la percepción que tiene la población de las actividades abiertas a la comunidad.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En este trabajo se incluye una investigación de mercado realizada con el objetivo de conocer quién es la competencia (tanto directa e indirecta), cómo está posicionado el CED en la localidad de Otamendi, cómo es el comportamiento del consumidor, qué factores influyen en el comportamiento del mismo, entre otros.

Fuentes de información

Las fuentes que se utilizaron para obtener información para la investigación fueron: encuestas, entrevistas y por último, observación.

Durante 3 días de semana se encuestaron a 75 habitantes de la Localidad de Otamendi, mayores de 18 años, con el objetivo de identificar la posición que ocupa el CED en la localidad de Otamendi, como así también las opiniones, imagen y percepción que tienen los lugareños del establecimiento educativo.

En simultáneo se realizaron 50 encuestas a padres, madres o tutores que envían a sus hijos al CED. La finalidad de estas encuestas fue: reconocer cuales son los atributos que perciben los clientes del producto y poder conocer porque motivos los padres envían a sus hijos al Centro Educativo Dionisia.

Entre las entrevistas realizadas al personal de las distintas instituciones educativas de Otamendi, se destacan las que se realizaron a la directora del nivel secundario del CED: María Amelia García, y a la profesora Betiana Betriu, que trabaja en tres colegios de dicha localidad.

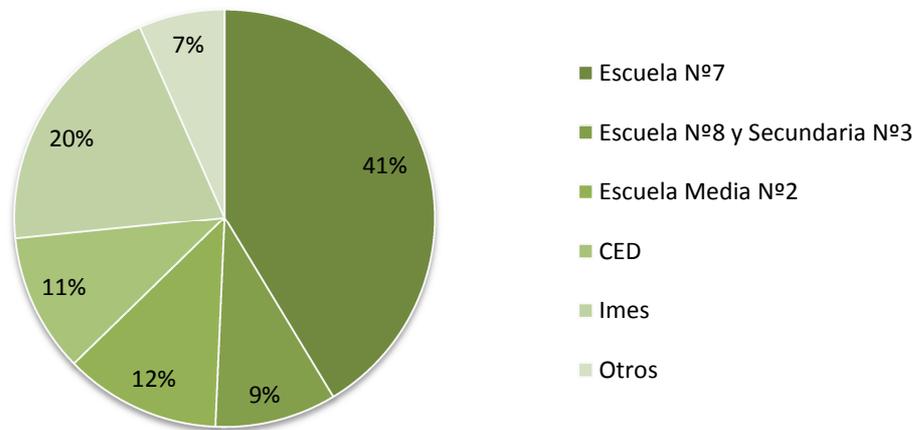
Por último se utilizó la herramienta de observación, la cual se aplicó a todas las instituciones educativas que se encuentran en la ciudad.

El análisis de las encuestas realizadas a los habitantes de Otamendi arrojaron los siguientes resultados:

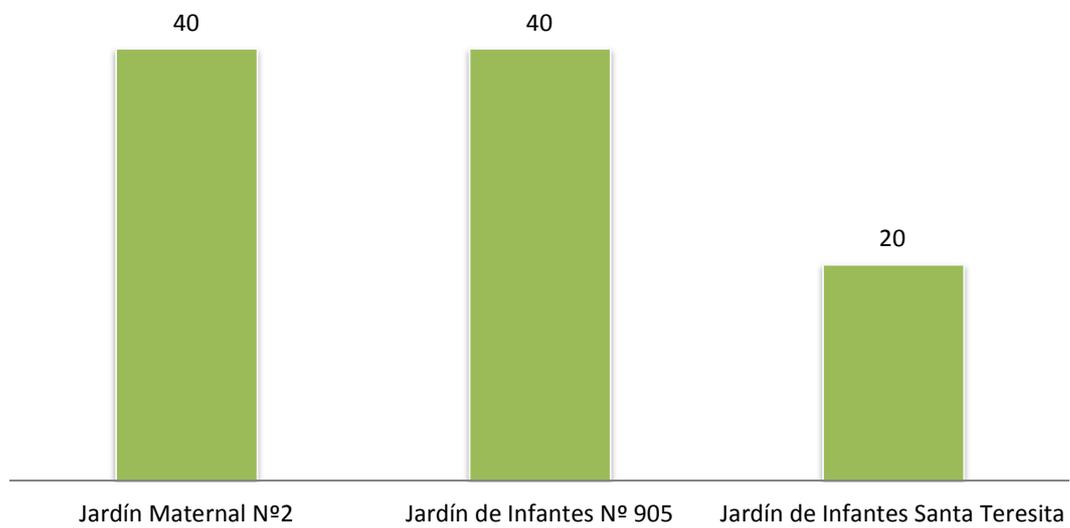
Lo primero que se les indicó a los encuestados fue que: mencionen en orden de importancia cuales son las Instituciones Educativas que hay en Otamendi y la zona.

Un 41% de los encuestados respondió que el establecimiento educativo que mayor importancia tiene en Otamendi es la Escuela N°7, en segundo lugar con el 20% se encuentra el IMES, la Escuela Media N°2 se ubico en el tercer lugar con un 12%, el 11% ubicó al CED en cuarto lugar en cuanto a importancia de la institución en la ciudad, en quinto lugar se encuentra la Escuela N°8 y la Secundaria N°3 (9%) y con un 7% se encuentran otros establecimientos en sexto lugar .

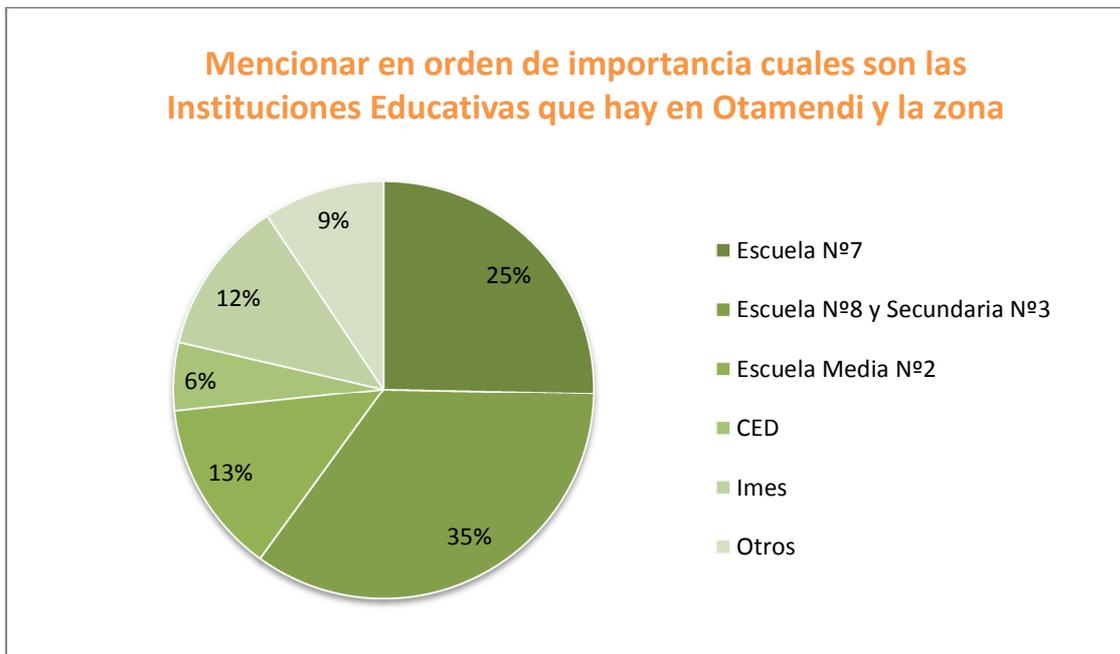
Mencionar en orden de importancia cuáles son las Instituciones Educativas que hay en Otamendi y la zona



Otros Establecimientos

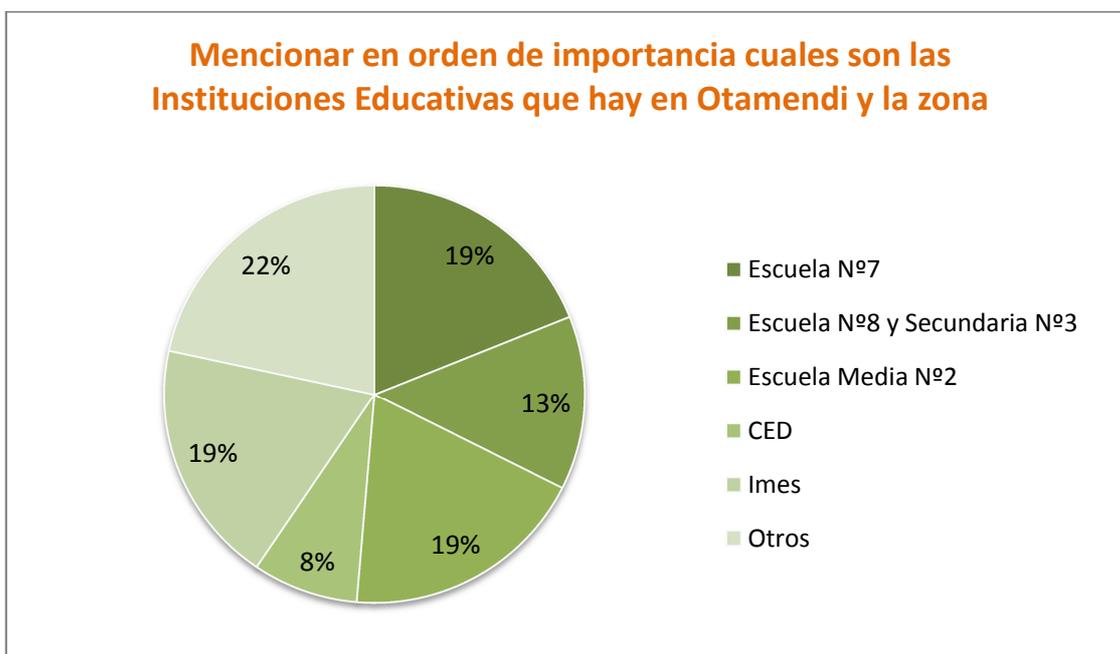


Los establecimientos que tuvieron mayor importancia en segundo lugar fueron los siguientes:



A diferencia de los resultados obtenidos anteriormente la Escuela N°8 y Secundaria N°3 ocupa el primer lugar, en la respuesta anterior ocupaba el quinto lugar. La escuela N°7 se sigue ubicando en los primeros puestos; y el CED se encuentra en un quinto puesto, lo que lo sigue alejando de los primeros lugares.

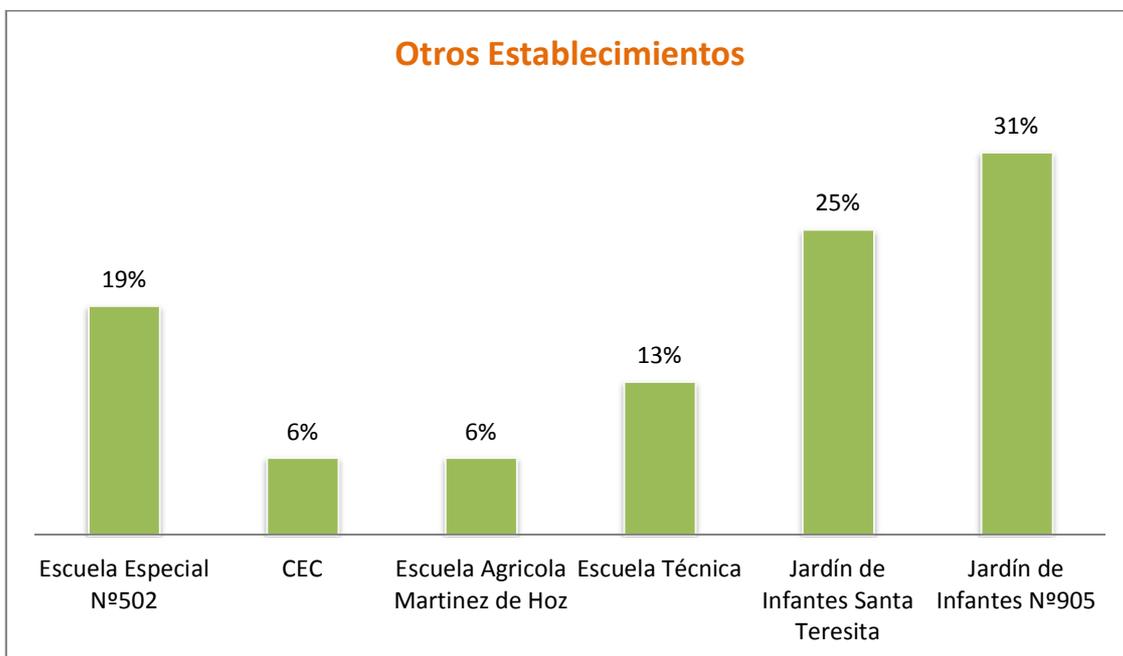
Según los encuestados, las instituciones que mayor importancia tienen en tercer lugar son:



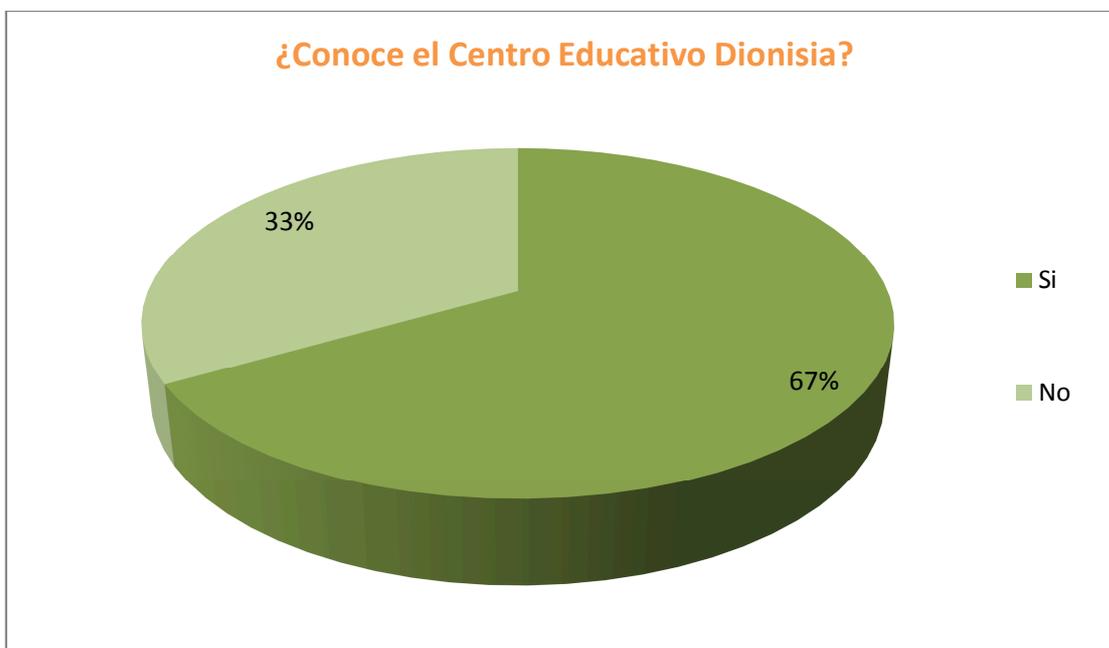
Como se puede observar la escuela N°7 continúa ocupando los primeros lugares, compartiendo el segundo puesto con la Escuela Media N°2 y el IMES (que junto al CED son los únicos establecimientos privados en Otamendi).

El CED se encuentra en el último lugar, respondiendo solamente el 9% que es la tercera institución más importante de Otamendi.

Un dato para resaltar es que Otras instituciones, lograr un 22% en su conjunto, el cual se divide de la siguiente manera:



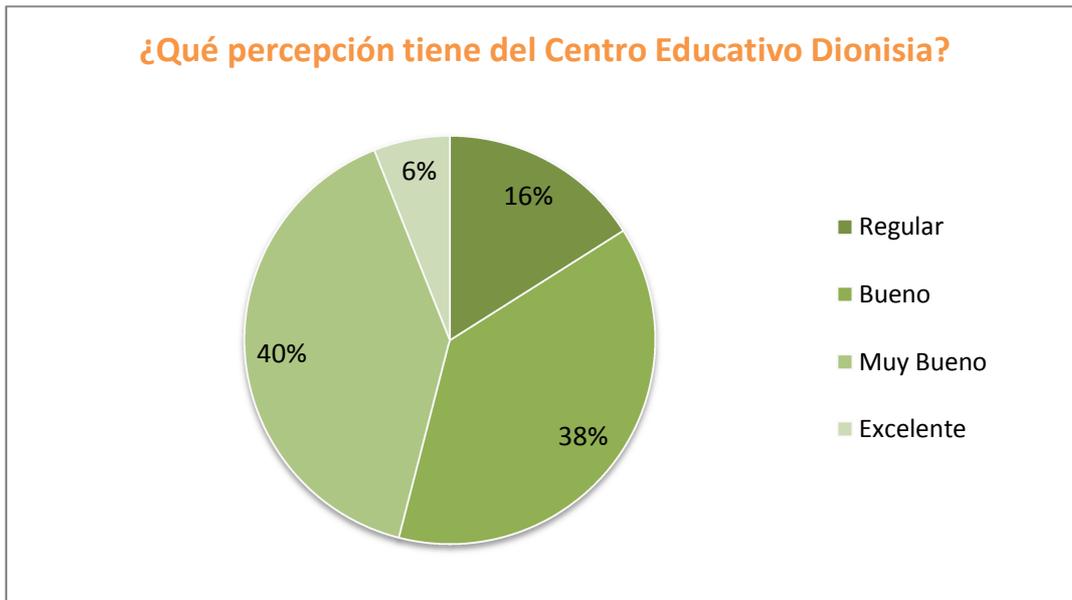
También se le pregunto a los encuestados si conocían al CED. El 67% respondió que conoce el establecimiento educativo, mientras que el 33% restante manifestó no conocerlo.



Al 67% que conoce al CED, se les pidió que califiquen en malo, regular, bueno, muy bueno o excelente los siguientes puntos:

- la percepción que tienen del establecimiento,
- la opinión que tienen con respecto a la calidad educativa,
- la calificación que le dan a la ubicación del CED,
- la percepción que le merece que la institución sea un establecimiento privado y,
- la valoración que le da a las actividades abiertas a la comunidad que realiza la institución.

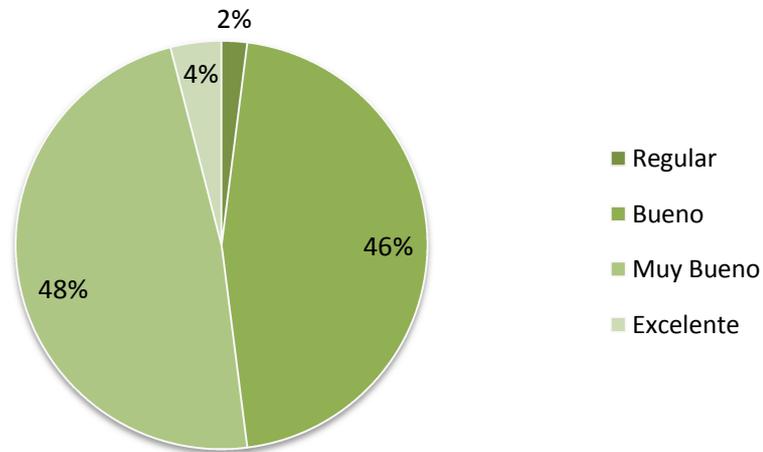
Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:



Un 38% de los encuestados, que dicen conocer el CED, califican a la percepción que tienen del establecimiento educativo como Buena, mientras que un 40% percibe al colegio como Muy Buena, en estos dos porcentajes se concentra la mayor cantidad de encuestados.

Cabe destacar que nadie percibe al CED como Malo.

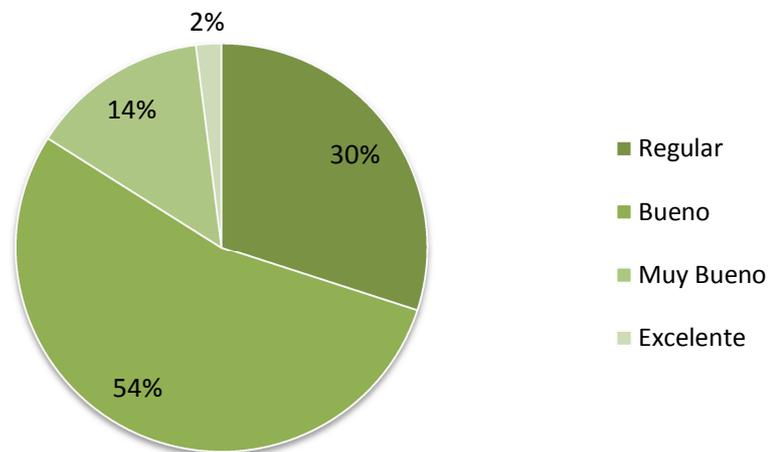
¿Qué opinión tiene respecto a la calidad educativa?



Al respecto de la opinión que lo encuestados tienen sobre la calidad educativa del CED, sucede lo mismo que con la percepción que se tiene del establecimiento. La mayoría de los encuestados piensa que esta es Buena (46%) y Muy Buena (48%).

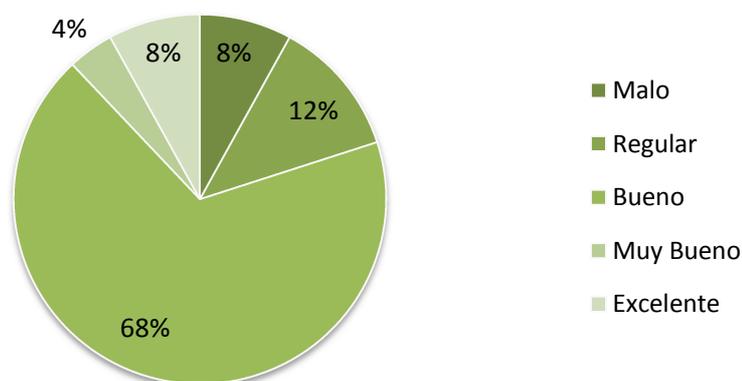
A su vez ninguna persona reconoce a la calidad educativa del colegio como mala.

¿Cómo calificaría a la ubicación del CED?



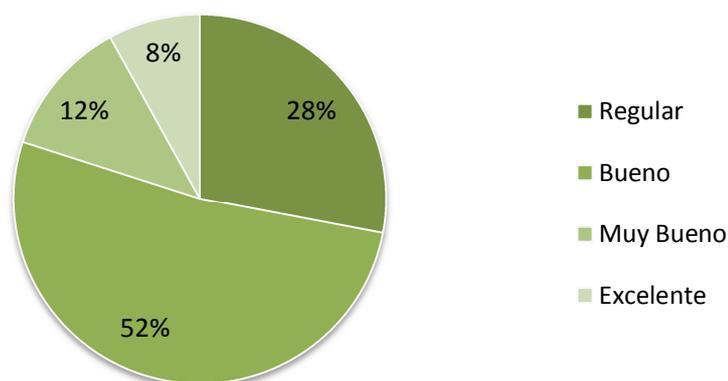
La ubicación del Centro Educativo Dionisia, es considerada Regular para el 30% de los encuestados, Buena para el 54%, Muy buena para el 14% de las personas que respondieron la encuesta, mientras que solamente el 2% piensa que la ubicación que tiene la institución educativa es Excelente y a ningún encuestado le parece que la misma sea mala.

¿Qué percepción le merece que la institución sea un establecimiento privado?



La mayoría de las personas (68%) contestaron que para ellos es Bueno que el establecimiento sea de índole privada, el 12% lo percibe como Regular, mientras que el 8% de los encuestados piensa que es Malo y el mismo porcentaje lo ve como Muy Bueno.

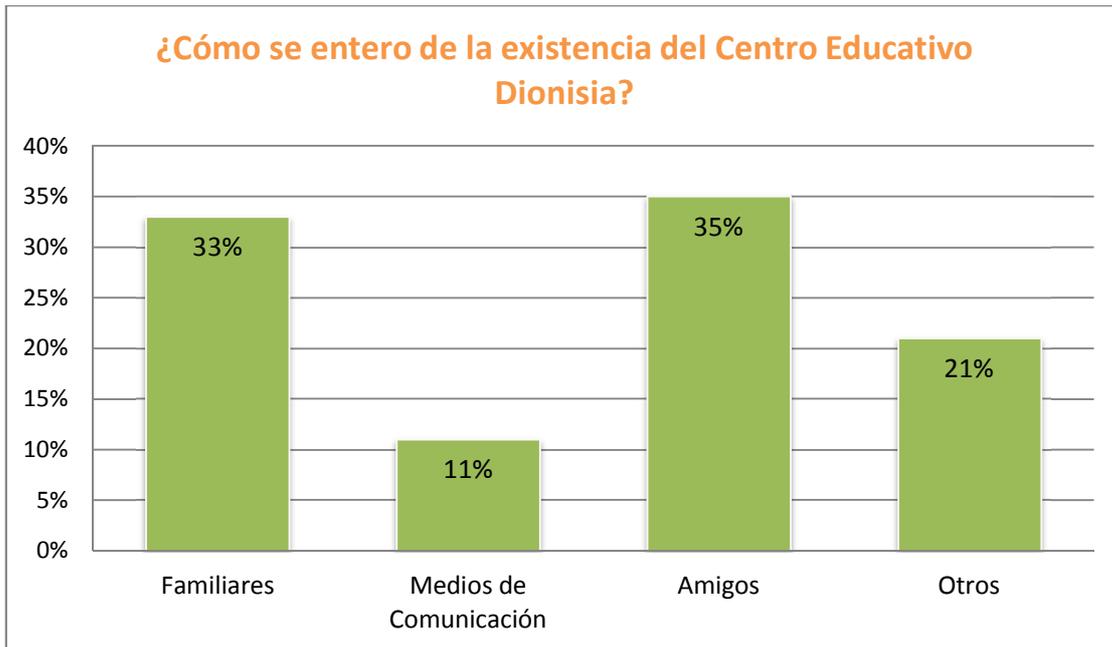
¿Qué valoración le da a las actividades abiertas a la comunidad que realiza el CED?

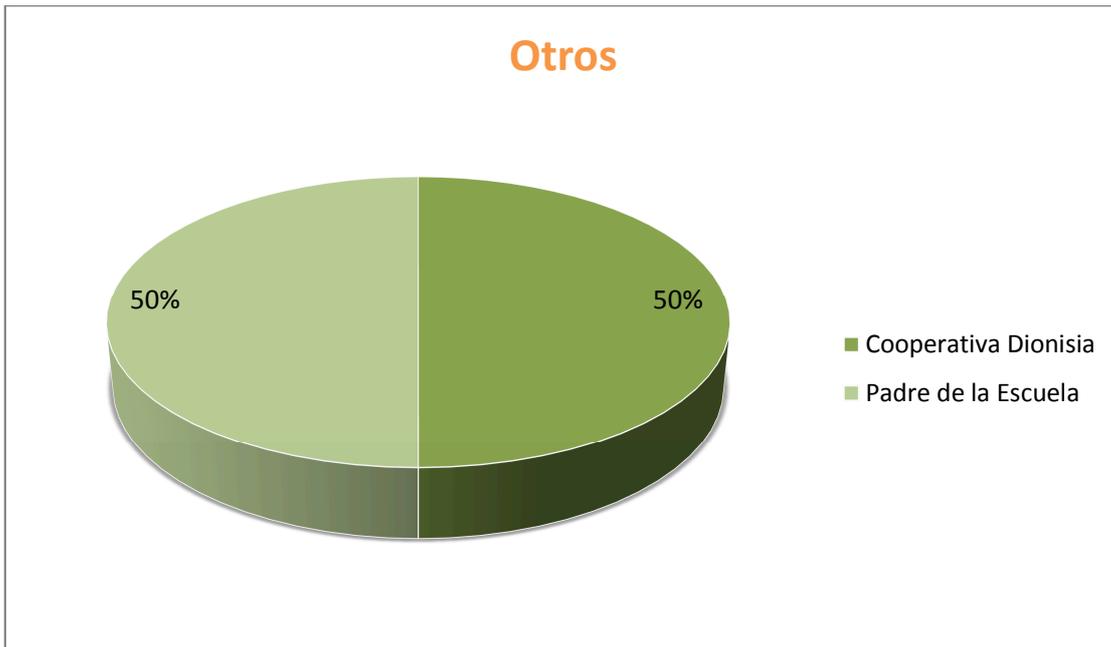


La mayoría de los encuestados calificaron a las actividades abiertas que realiza el CED a la comunidad como Buenas (52%), con menor porcentaje le dieron una valoración de Regular (28%), Muy Buenas (12%) y solo el 8 % las califico como Excelentes.

A su vez el 35% de los encuestados manifestaron que se enteraron del CED a través de amigos y el 33% por medio de familiares. El 11% conoció al colegio por los medios de comunicación (esto es llamativo, debido a que la institución educativa no hace publicidad; por lo que se entiende que lo conocieron por medio de notas o noticias que pueden haber salido en radios y/o diarios, como puede ser también por la página web o el boletín informativo de la Cooperadora Dionisia). Y el 16% de las personas encuestadas expresó que lo conocieron por Otros.

De esos Otros, el 50% se entero de la existencia del Centro Educativo Dionisia por la Cooperativa y el otro 50% por Padres que envían a sus hijos al establecimiento.



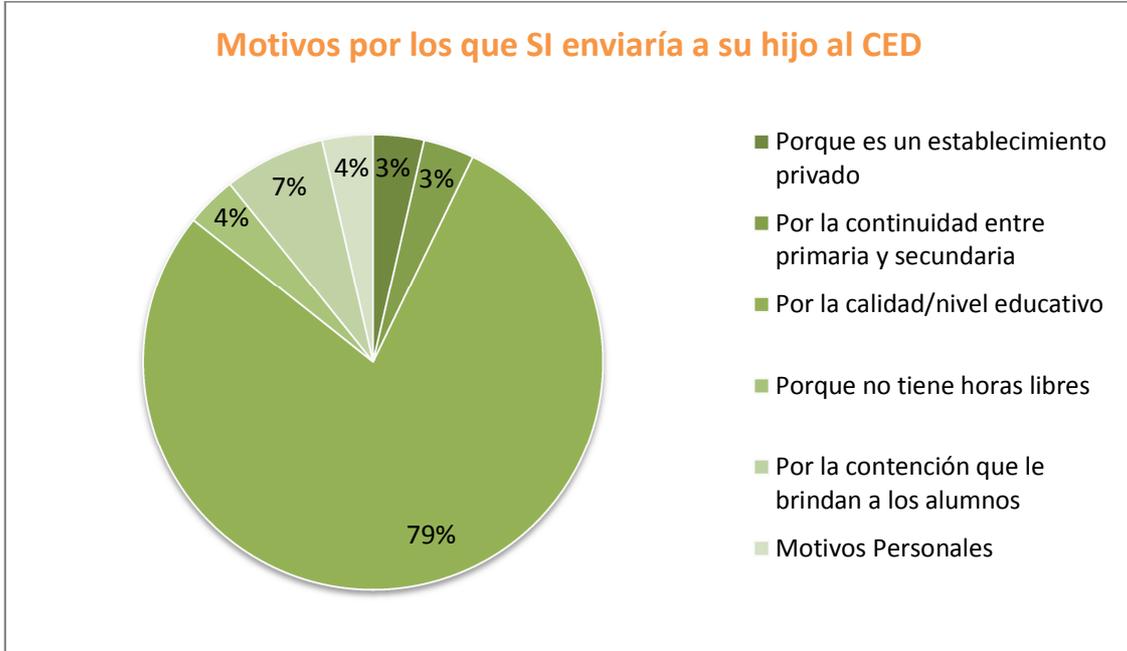


Luego se les pregunto, si de tener un hijo, lo mandarían al CED. A lo que el 56% respondió que Si, y el 44% respondió que no.

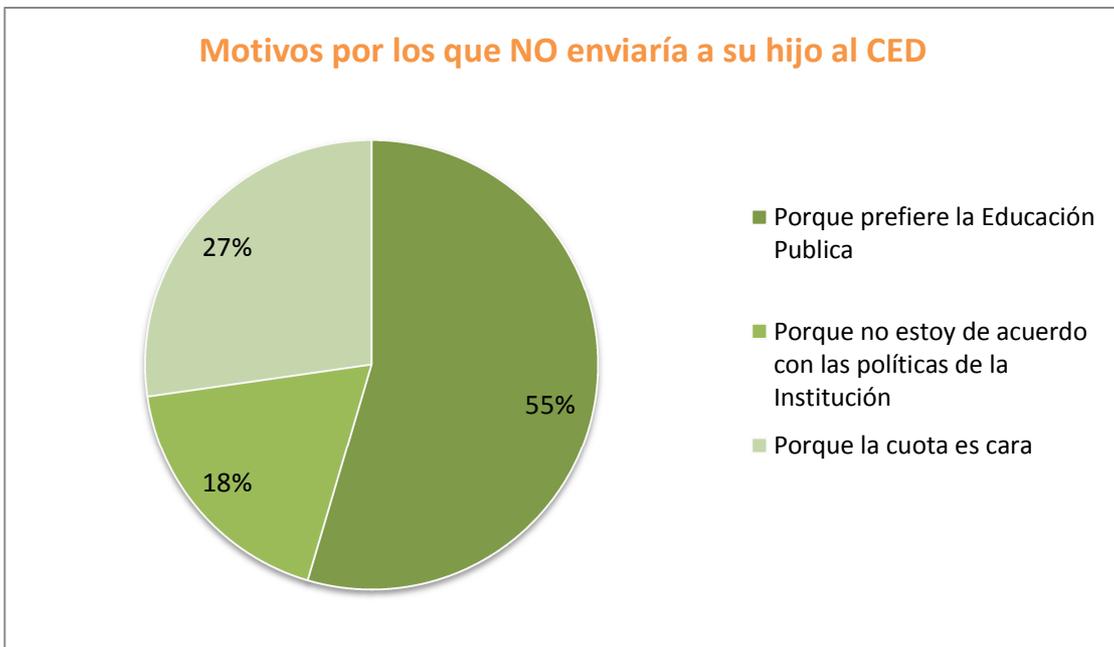


Esto debería funcionar como un incentivo para aumentar el número de alumnos que tiene el colegio, ya que más de la mitad de los encuestados confirmaron que enviarían a sus hijos al establecimiento educativo.

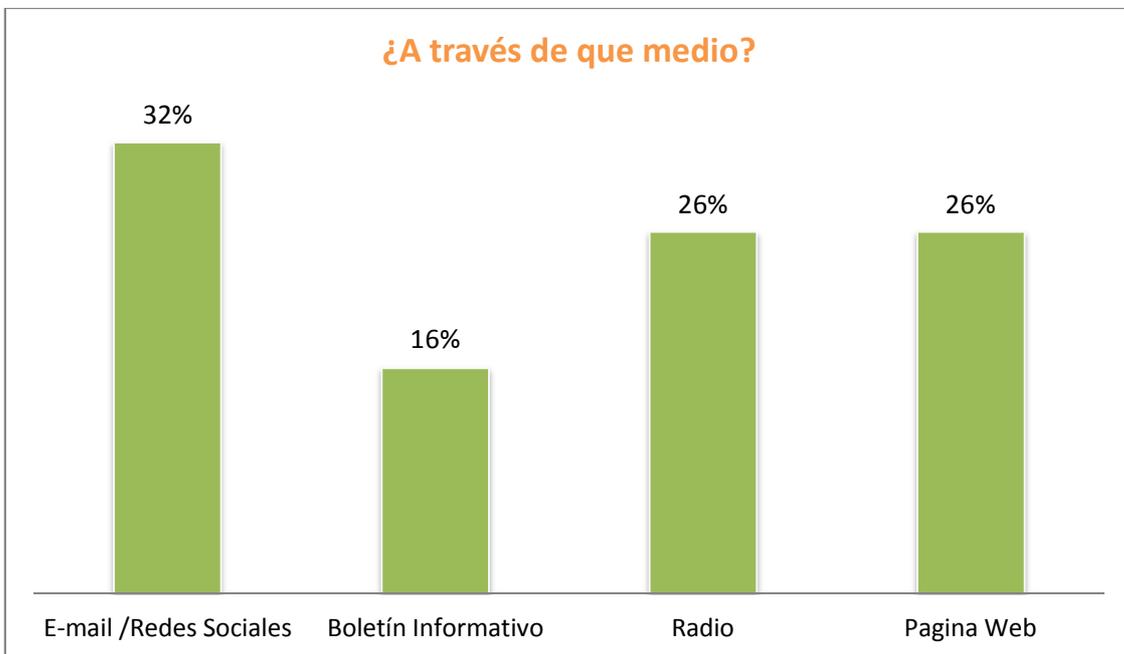
Entre las razones por las cuales Si enviaría a su hijo al Centro Educativo Dionisia se destaca con un 79%, que lo enviarían por el Nivel/ Calidad Educativa que tiene el establecimiento.



Entre los motivos por los cuales No enviaría a su hijo al CED, se destaca con un 55% que no lo enviarían porque prefieren la Educación Pública. Ubicándose en segundo lugar que no lo mandarían porque la cuota es cara.



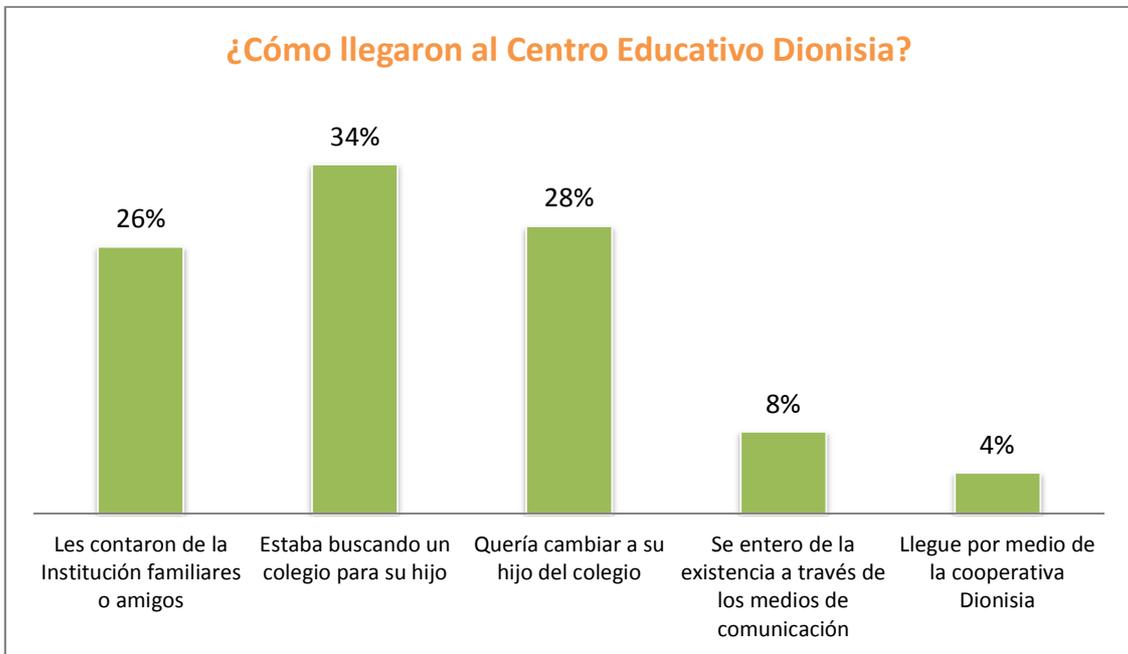
Se les pregunto a los encuestados si les gustaría recibir información sobre las actividades abiertas a la comunidad que realiza el CED. En donde el 62% respondió que les gustaría recibir información acerca de estas y el 38% que no les interesa recibir dicha información.



Del 62% que respondió que le quiere recibir información de las actividades abiertas al público, al 32% preferiría recibirlo a través del E- mail o Redes sociales, el 26% opto por recibir la información por medio de la Pagina Web, ese mismo porcentaje eligió la Radio como medio de comunicación. Mientras que el 18% decide informarse de estas actividades mediante un Boletín Informativo.

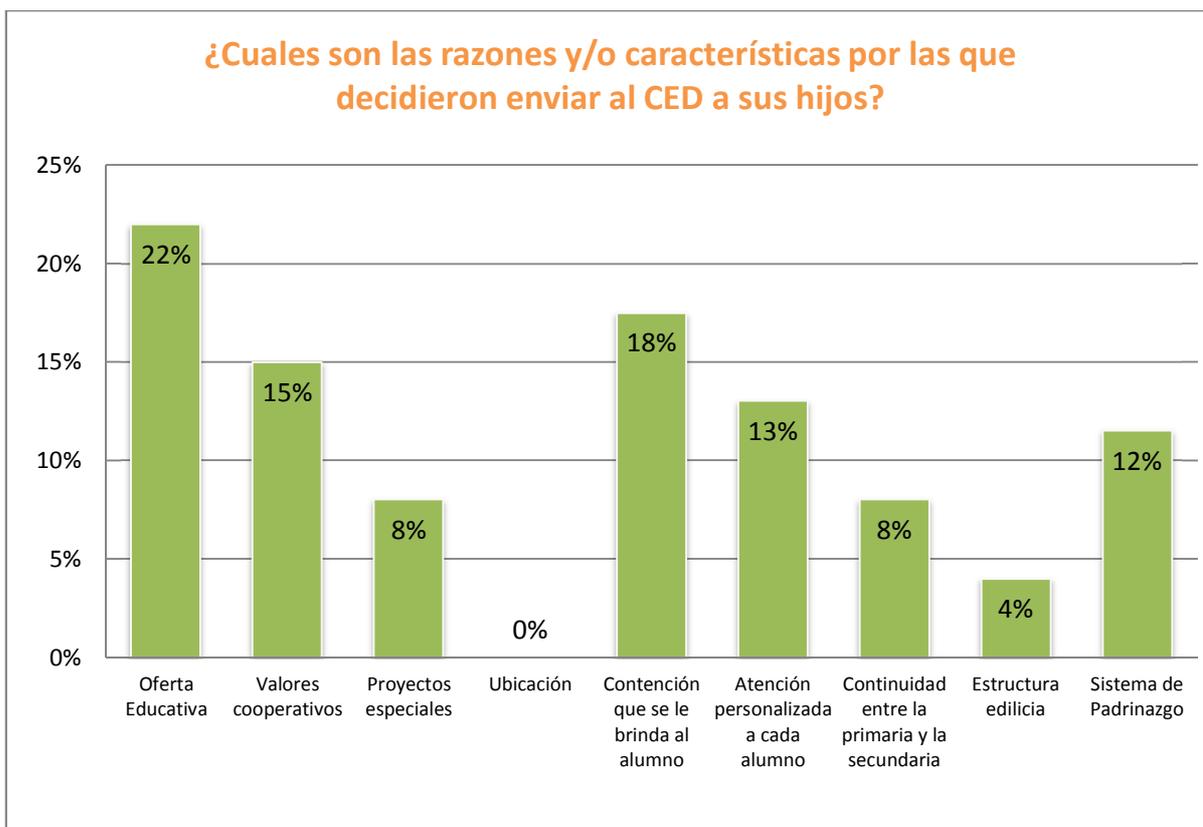
A su vez, las encuestas realizadas a los padres, madres o tutores que envían a sus hijos al CED, arrojaron los siguientes resultados:

Del total de los encuestados el 34% afirma que llegó al Centro Educativo Dionisia, porque estaba buscando un colegio para su hijo, el 28% porque quería cambiar a su hijo del Colegio, mientras que al 26% les contaron de la institución familiares o amigos.



En este caso las respuestas fueron excluyentes, los encuestados solo podían elegir una opción.

Cuando se les pregunto cuales eran las razones por las que decidieron enviar a sus hijos al establecimiento educativo las respuestas fueron: 22% Oferta Educativa, 18% Contención que se le brinda al alumno, 15% Valores Cooperativos, 13% Atención Personalizada al Alumno, 12% Sistema de Padrinazgo, 8% Continuidad entre Primaria y Secundaria, 8% Proyectos Especiales y el 4% Estructura Edilicia.



Es importante destacar que las mayores razones por las cuales los padres eligieron el CED, son en las que hay que hacer hincapié para atraer a nuevos clientes.

A su vez, se les preguntó si esos motivos siguen estando presente en el establecimiento. A lo que las respuestas fueron:

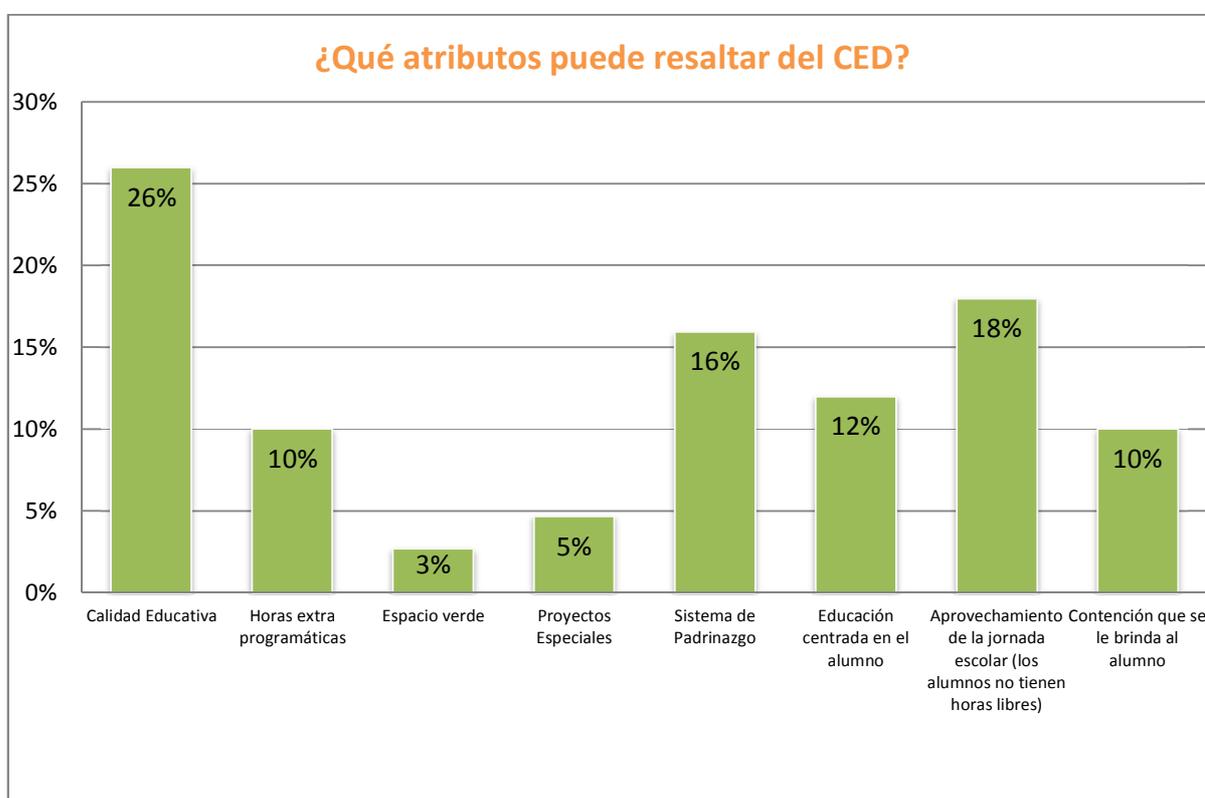
- Oferta Educativa: el 98% respondió que sigue estando presente la misma, mientras que el 2% aseguró que No esta presente porque la oferta educativa se modificó.
- Valores Cooperativos: del total el 77% considera que continúan estos valores en la institución, y el 33% que no se encuentran en el CED. Las razones por las cuales no siguen estando en el colegio fueron: 42% porque los chicos no aprenden estos valores, 29% porque se perdieron los valores cooperativos y el otro 29% porque la institución no los tiene en cuenta.
- En cuanto a los Proyectos Especiales un 94% de los encuestados aseguró que estos siguen estando presentes en la escuela, mientras que el 8% respondió que ya no se realizan proyectos especiales, por lo cual esta razón no sigue estando presente en el CED.
- Contención que se le brinda al alumno: el 97% manifestó que esta característica continúa en el colegio, mientras que para el 3% no sigue estando presente en la institución educativa debido a que ya no se interesan en el alumno como antes.
- Atención Personalizada a cada alumno, al igual que con la contención el 97% afirmó que esta razón no se ha perdido, pero el 3% piensa que la atención personalizada se ha perdido porque

aumentó el número de matrícula (67%) y porque prestar este servicio a cada uno de los alumnos del colegio implica una dificultad (33%).

- Continuidad entre primaria y secundaria: del total de los encuestados, un 87% plantea que esta razón sigue estando presente en el CED, mientras que para el 13% restante no continúa estando presente en el colegio porque los alumnos sufren el cambio (hicieron referencia a la articulación entre primaria y secundaria).
- Aquellos encuestados que eligieron a la institución por su estructura edilicia coinciden en que la misma se sigue manteniendo en el establecimiento.
- De aquellas personas que eligieron al Centro Educativo Dionisia por su Sistema de Padrinazgo, se expresa que un 9% respondió que el Sistema de Padrinazgo no sigue estando presente en el colegio ya que esto se debe a que ellos creen que tendrían que aumentar el porcentaje de la beca debido a que aumentó la cuota.

Del total de los encuestados, el 26% dijo que el atributo más importante de la institución, es su calidad educativa, el 18% destacó que el aprovechamiento de la jornada educativa (los alumnos no tienen horas libres) es una de las características más relevantes del colegio, a su vez el 16% eligió el Sistema de Padrinazgo y el 12% la Educación Centrada en el Alumno como atributos del colegio.

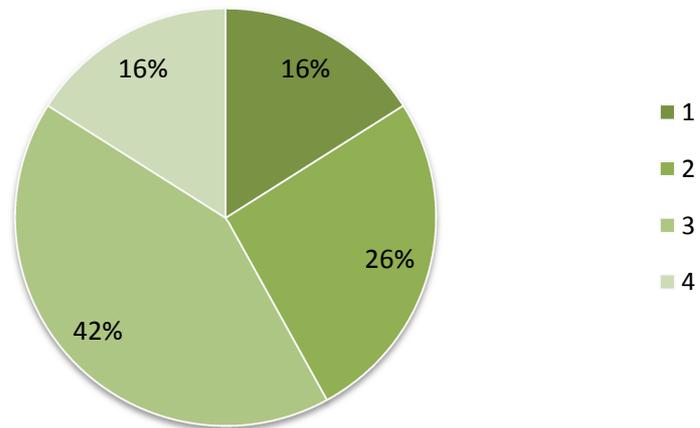
Con un menor porcentaje (10%) los encuestados destacaron como atributos de la institución las Horas Extra-programáticas y la Contención que se le brinda al Alumno en el colegio. Por último las características que los padres observaron como importantes fueron Proyectos Especiales (5%) y Espacio Verde (3%).



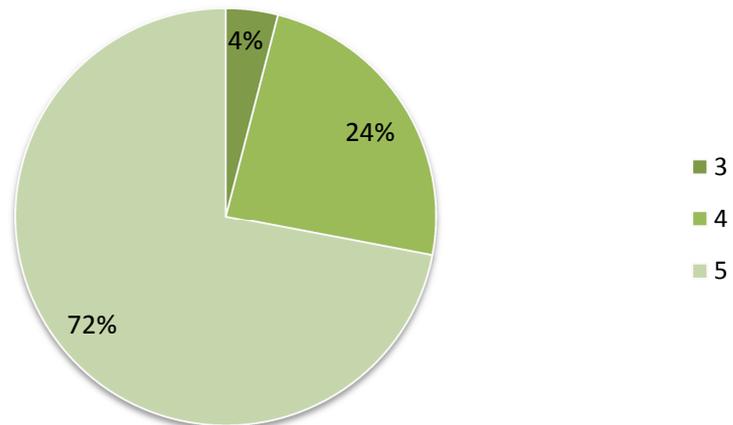
También se les pidió que le dieran una valoración (siendo 1 el valor más bajo y 5 el más alto) a los siguientes puntos: Docentes, Cuotas, Horario, Calidad Educativa y Atención personalizada hacia el alumno. De los que se obtuvieron los siguientes resultados:



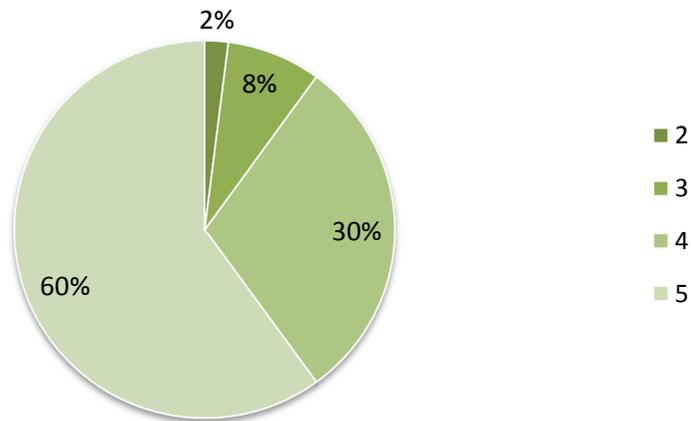
¿Qué valoración le da al horario? Siendo el 1 el valor más bajo y siendo el 5 el valor más alto



¿Qué valoración le da a la calidad educativa? Siendo el 1 el valor más bajo y siendo el 5 el valor más alto



**¿Qué valoración le da a la atención hacia el alumno?
Siendo el 1 el valor más bajo y siendo el 5 el valor más
alto**

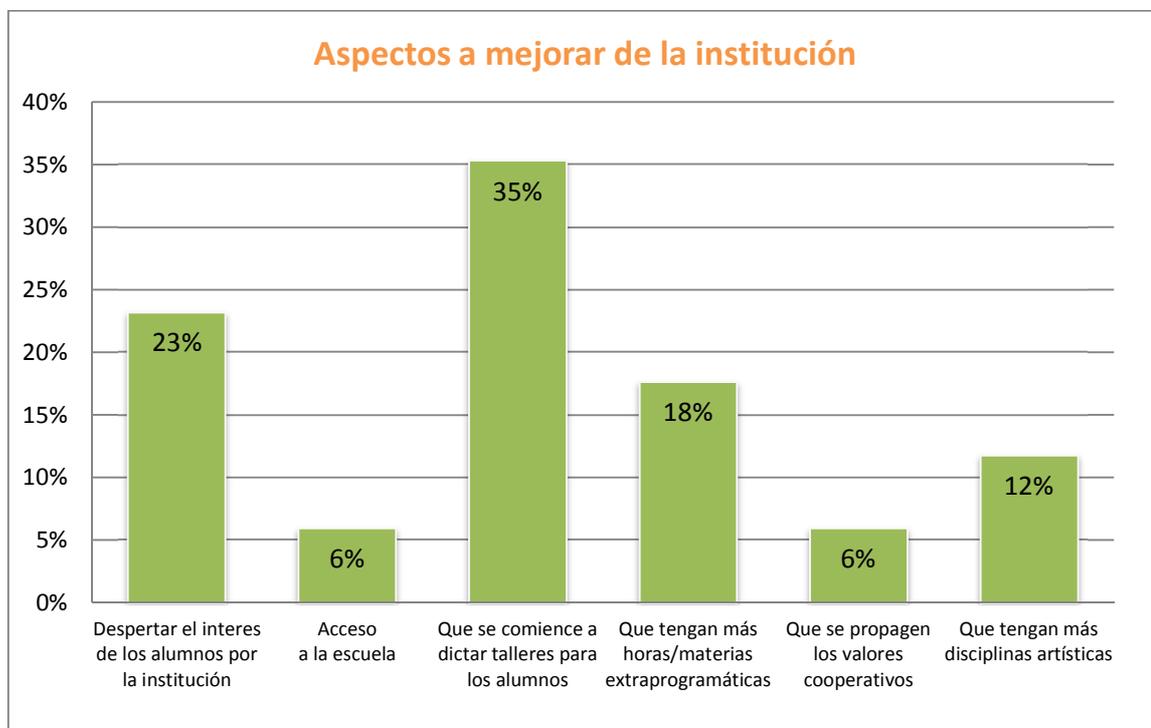


Esta información nos va a servir, para saber cuales son los factores que tienen mayor valor para los padres, y a su vez como están calificados para ellos en el CED estas características.

Algunos de los que se pueden resaltar son:

- El nivel que tienen los docentes en la Institución, ya que el mayor porcentaje se encuentra en los valores más altos (84%)
- Lo mismo sucede con la cuota, ya que para los padres es un factor que tiene una gran importancia.
- No ocurre lo mismo con el horario, debido a que la mayoría (58%) de los encuestados lo ubica en los niveles más bajos (1-2-3)
- La Calidad Educativa es para los padres el factor más importante de todos, ya que el 72% le dan una valoración de 5 puntos.
- El gran valor que le dan los padres a la atención personalizada que la Institución le brinda a sus hijos, es un ítem a tener en cuenta.

Y por último se los invitó a que expresen algunos aspectos a mejorar por parte de la institución lo que arrojó los siguientes resultados:



Estos aspectos se pueden utilizar para hacerle distintas propuestas a la institución en base a lo que sus clientes están demandando.

MATRICES

Análisis de la Competencia

Para tener conocimiento del comportamiento de la competencia y cuáles son las ventajas como así también las desventajas competitivas, se realizó un análisis utilizando fuentes primarias y secundarias.

Dentro de los establecimientos que brindan el mismo servicio que el Centro Educativo Dionisia (educación primaria y secundaria) se encuentran los siguientes:

- **Escuela Media N°2 "Luis Federico Leloir"**: Ubicada en el centro de la ciudad (Colon 2459), es un establecimiento de carácter público y se trata de la primer Escuela Secundaria que abrió en la localidad, por lo cuál cuenta con un buen posicionamiento. Las modalidades que ofrece la EMN°2 son Humanidades y Ciencias Sociales y Ciencias Naturales. Coincidiendo esta última con la modalidad ofrecida por el CED. A su vez, la institución da clases en triple turno: a la mañana, a la tarde y por la noche. Durante la mañana y la tarde, concurren aquellos jóvenes que están terminando sus estudios secundarios. Según lo expresado por la directora, cuentan con tres cursos de cada año, con un máximo de 30 alumnos por grado. Mientras que en el horario nocturno acuden aquellos adultos que quieren terminar la escuela. En ambos casos, los estudiantes no tienen uniforme. La atención brindada por el personal del establecimiento fue de un trato amable y respetuoso; y la estructura edilicia se encuentra mantenida, limpia y adecuada para poder dar clases. En cuanto a beneficios y/o horas extra programáticas, la Media N°2, no brinda este servicio. Solamente cumple con el Plan de Educación enviado por el Gobierno.
- **Escuela N°7 "Domingo Faustino Sarmiento"**: Se trata de una escuela primaria pública que tiene más de 100 años de presencia en Otamendi. Se sitúa en la calle Colon 2450, en el centro de la ciudad y enfrente a la Escuela Media N°2, con la cual tiene una articulación (los chicos que finalizan el primaria en la ESN°7 continúan sus estudios secundarios en EMN°2). La institución brinda clases en los turnos mañana y tarde, y cuentan con dos divisiones por año. A su vez, los alumnos concurren con guardapolvo al colegio. En la visita que se realizó a la misma, se pudo observar que la estructura edilicia se conserva a pesar de que tiene más de 100 años. La biblioteca posee libros y tomos viejos, los cuales los alumnos no utilizan; y la sala de informática solo tiene diez computadoras que no están actualizadas. La atención que se recibió por parte de las personas que trabajan en la institución no fue un trato cordial y respondían de mala manera a las preguntas que se le hacían. Esta escuela tampoco brinda un servicio de beneficios/actividades extraprogramáticas, solamente cumple con el plan impartido por la Dirección General de Cultura y Educación.

- Escuela Primaria Básica N°8 y Escuela Secundaria N°3:** Alejada del Centro de la localidad (Libertad entre Salta y O'Higgins) y con un acceso a través de calles de tierra, se encuentra la escuela, que al igual que el Centro Educativo Dionisia brinda el servicio de educación primaria y secundaria.

Esta institución de carácter público cuenta con un curso de cada año y la orientación que ofrece a los estudiantes del secundario es Comunicación. Por medio de la información manifestada por el Secretario de la Escuela se pudo saber que cada grado tiene cerca de 18/20 estudiantes.

Durante la mañana solo concurren los jóvenes de 5to y 6to año de Secundario; mientras que por la tarde van los alumnos de primer año de Primaria hasta cuarto año de Secundaria.

En cuanto al edificio del establecimiento se pudo advertir que los baños tenían caños rotos, motivo por el cual estaban inundados. Las aulas donde los chicos estudian se encontraban estropeadas y en algunos casos los docentes no contaban con el material para poder ejercer la clase.

El trato por parte del Secretario fue grato y respetuoso; y se mostró muy dispuesto a contestar las preguntas realizadas.

La escuela no otorga horas extra curriculares a sus alumnos ni tampoco beneficios.
- IMES:** Al igual que el CED, el IMES es la otra institución privada de Otamendi. Se encuentra en el Centro de la ciudad y brinda el servicio de educación secundaria desde 1963. La modalidad propuesta para los alumnos es la de Economía y Gestión, y tienen un curso por año.

La cuota del colegio es de \$250, lo que demuestra que es más económica que la del Centro Educativo Dionisia.

La estructura edilicia no es la indicada para dar clases, ya que se trata de una vieja casona adaptada, en donde las aulas son las antiguas habitaciones y no tienen sala de informática.

Se recibió un trato amable por parte de la portera, pero no se pudo hablar con un representante legal (Directora, Vicedirectora, entre otros) del colegio.

Un punto a destacar es que esta institución tiene una subvención del 100% por parte del Estado y su madrina es Karina Rabolini.

Matriz de Perfil Competitivo

A través de la matriz de perfil competitivo se pueden identificar los principales competidores del CED, y su posición estratégica dentro del mercado educativo en la localidad de Otamendi.

Los establecimientos educativos elegidos para la realización de la matriz son aquellos que brindan el mismo servicio que el Centro Educativo Dionisia: educación primaria y secundaria.

Los factores críticos de éxito han sido designados en base a los datos obtenidos en las encuestas realizadas (ambos públicos) y a la herramienta de observación.

	Peso	Centro Educativo Dionisia (CED)		Escuela Media Nº2 "Luis Federico Leloir"		Escuela Nº7 "Domingo Faustino Sarmiento"		Escuela Primaria Básico Nº8 y Escuela Secundaria Nº3		I.M.E.S	
		Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond
FCE	
Posicionamiento	0,25	1	0,25	3	0,75	4	1,00	2	0,50	3	0,75
Estructura edilicia	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	2	0,30	2	0,30
Calidad Educativa	0,40	4	1,60	3	1,20	3	1,20	1	0,40	2	0,80
Ubicación	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30	2	0,20	3	0,30
Servicios que brindan	0,10	4	0,40	2	0,20	2	0,20	1	0,10	2	0,20
	1		2,80		2,90		3,15		1,50		2,35

Como se puede observar el posicionamiento del colegio, se encuentra por debajo de la media, esto sucede porque el Centro Educativo Dionisia (CED) hace 6 años que se inauguró, a su vez esto también se pudo observar en las encuestas que se realizaron a los habitantes de Otamendi. En ellas, muy pocos se acordaban en primera instancia del CED cuando se les pedía que nombren a las instituciones educativas de mayor relevancia en la localidad y zonas aledañas.

En cuanto a la estructura edilicia el Centro Educativo Dionisia recibe la misma ponderación que la Escuela Media Nº2 y la Escuela Nº7. Esto se debe a que las tres instituciones presentan ambientes cómodos y aptos para los alumnos, y los edificios fueron diseñados para funcionar como escuelas. Lo contrario sucede con el IMES, el cuál es una vieja casona adaptada para dar

clases y las aulas son habitaciones de la casa, que fueron muy poco remodeladas. A su vez, la Escuela Primaria Básica N°8 y Escuela Secundaria N°3, presenta algunas roturas de caños en los baños, lo que hacen que estos se inunden. Las aulas son poco espaciaosas y los alumnos están todos amontonados.

Al tratarse de instituciones educativas , la calidad educativa fue quién recibió mayor peso. Como lo demostraron las encuestas el 48% de las personas encuestadas calificaron a la calidad educativa del CED como muy buena, por lo que recibió la mayor calificación dentro de la matriz.

En cuanto a la ubicación, el IMES, la Escuela N°7 y la Escuela Media N°2 reciben una mayor calificación, debido a que se localizan en el centro de la ciudad. El CED y Escuela Primaria Básico N°8 y Escuela Secundaria N°3 reciben una menor puntuación ya que su ubicación es alejada del centro de la localidad y además sus calles son de tierra, por lo que cuesta dirigirse a las instituciones los días de lluvia.

Por último, el CED se destaca en algunos de los servicios que brinda por sobre sus competidores directos, como son: los alumnos no tienen horas libres, tienen más horas de inglés que las que establece el Estado, poseen un sistema de padrinazgo para los alumnos que no pueden pagar la cuota del colegio (es la única institución educativa que cuenta con este servicio), entre otros. Por lo que recibió la mayor calificación en este factor crítico de éxito.

FODA

Fortalezas: son aquellas ventajas que posee una organización respecto de su competencia. En este caso en particular , las fortalezas más visibles son:

1. Capacidad para entregar con mayor calidad que la competencia los servicios que satisfagan las necesidades de los padres y los alumnos.
2. Servicios extra que brinda la institución
3. Eventos internos y de celebración, abiertos a la comunidad en general (fortalecimiento de la relación escuela-comunidad)
4. Docentes capacitados y altamente comprometidos con la institución.
5. Edificio. Infraestructura.

Debilidades: son defectos o faltantes en el servicio, que se pueden mejorar o suprimir. En este caso tomamos como debilidades:

1. Es un servicio relativamente nuevo, por lo cual tiene una falta de posicionamiento.
2. Falta de experiencia
3. Se encuentra alejado del centro de la ciudad.
4. No posee una Biblioteca dentro del establecimiento.

Tanto fortalezas como debilidades son variables internas y controlables.

Oportunidades: son aquellos factores externos que resultan positivos a la organización.

Pueden nombrarse:

1. Monopolio en el sector primario.
2. La obligación y derecho que tienen los jóvenes a terminar el colegio.
3. Apoyo económico y financiero de la Cooperativa de Electricidad de Dionisia Ltda y el sistema de padrinazgo.

Amenazas: están definidas como la competencia actual y potencial. En este caso particular, las amenazas serían:

1. Nuevas instituciones educativas.
2. Diferentes alternativas que puedan presentar la competencia.
3. La modalidad que se ofrece en secundaria también la brinda otra institución.
4. Crisis económica.

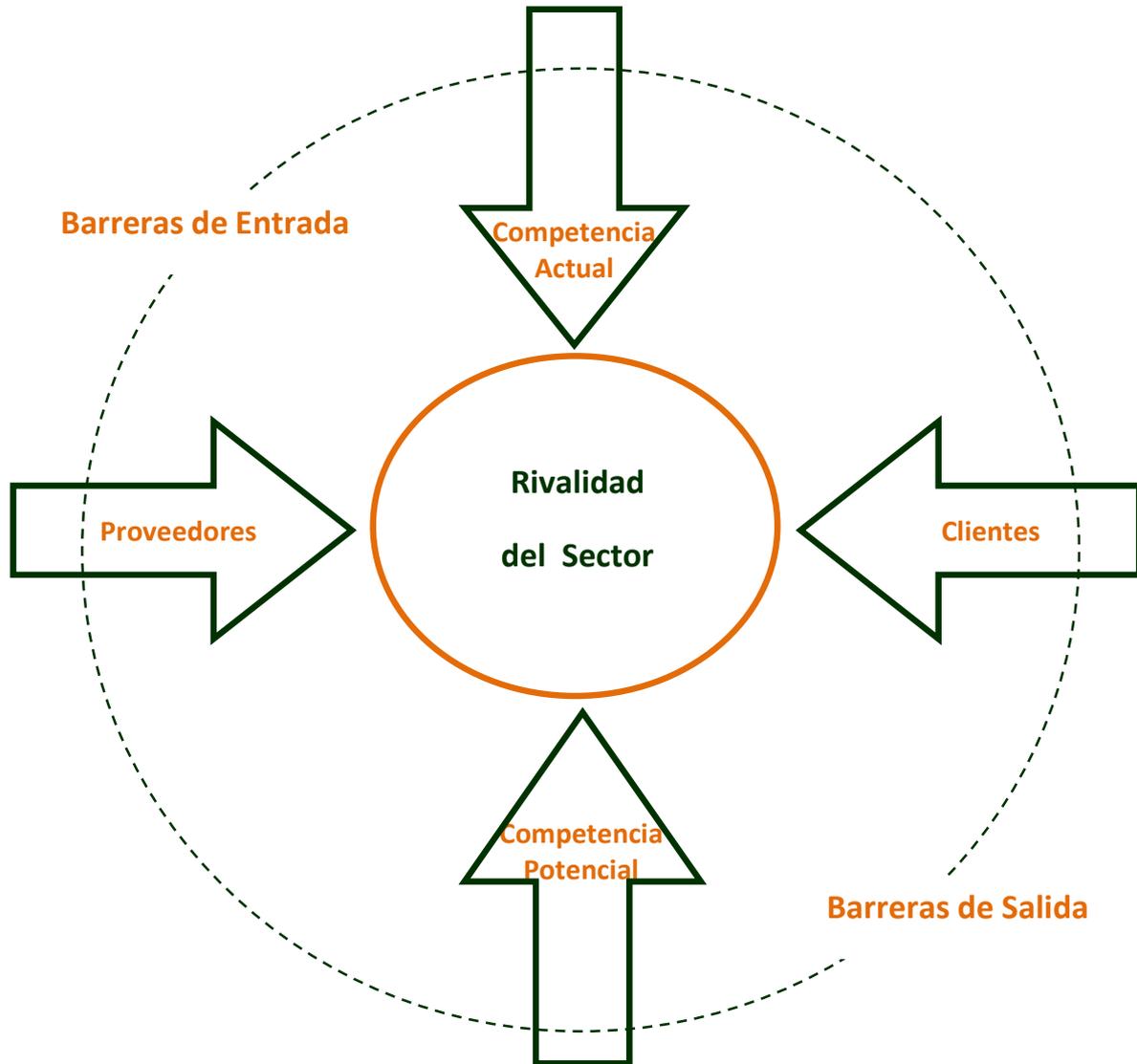
Tanto las oportunidades como las amenazas son externas e incontrolables.

	<p>Fortalezas</p> <p>1 - Capacidad para entregar con mayor calidad que la competencia los servicios que satisfaga las necesidades de los padres y los alumnos. 2- Servicios extra que brinda la institución 3- Eventos internos y de celebración, abiertos a la comunidad en general (fortalecimiento de la relación escuela-comunidad) 4- Docentes capacitados y altamente comprometidos con la institución. 5- Edificio. Infraestructura</p>	<p>Debilidades</p> <p>1- Es un servicio relativamente nuevo, por lo cual tiene una falta de posicionamiento. 2- Falta de experiencia 3- Se encuentra alejado del centro de la ciudad. 4- No posee una Biblioteca dentro del establecimiento.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>1- Monopolio en el sector primario. 2- La obligación y derecho que tienen los jóvenes a terminar el colegio. 3- Apoyo económico y financiero de la Cooperativa de Electricidad de Dionisia Ltda y el sistema de padrinazgo.</p>	<p>. F1 + O1= Cruzando estas dos variables, se descubre que el colegio está generando una barrera de entrada para los futuros competidores; brindando un servicio con mayor calidad a la comunidad. Cuando una nueva institución privada busque instalarse en la ciudad se encontrará con una competencia fuerte y bien posicionada en el nivel primario. . F3 + O3= Ambas variables se pueden utilizar para lograr un buen posicionamiento de la institución en la localidad de Otamendi, ya que es un colegio nuevo que tiene apenas 6 años. Tanto la Cooperativa como las empresas que se encuentran dentro del sistema de padrinazgo podrían auspiciar los eventos y actividades abiertas a la comunidad. . F2 + O3 = Sirve para que tanto el sistema de padrinazgo como la cooperativa ayuden a fortalecer a la institución haciendo hincapié en los servicios extra que brinda que marca una diferencia con la competencia. .O2 + F2= Dentro de los servicios</p>	<p>. O1 + D1= El hecho de que haya un monopolio en el sector primario ayuda a posicionar la escuela, más allá de que sea una institución relativamente nueva. Esto se podría lograr realizando publicidad y elevando informes sobre el desempeño académico de los alumnos. .O1 + D2= Lo mismo que sucede en el caso anterior, solamente que al ser la única escuela en el sector primario, hace que a la hora de que entren competidores al mercado la institución va a tener una experiencia sobre ella. . O3 + D4= Se podría aprovechar parte del apoyo económico y financiero de la cooperativa y del padrinazgo, para que el colegio pueda abrir una Biblioteca. . O3 + D3= Otra de las posibilidades es que la cooperativa o una persona o empresa que apadrina consiga una combi o un colectivo escolar y traslade a los alumnos hasta el colegio.</p>

	<p>extra se podrían ubicar también el sistema de padrinazgo que permite que chicos que no pueden pagar la cuota igual puedan asistir al colegio. Por lo tanto se podría decir que esto en algunos casos ayuda a que los alumnos terminen el colegio.</p> <p>. F5 + O3= Gracias al respaldo de la cooperativa, se buscará optimizar la infraestructura del lugar. Por ejemplo: reacondicionando las aulas en vista de las actividades que se brindan. Se podría comprar un proyecto para cada aula.</p>	
<p>Amenazas</p> <p>1- Nuevas instituciones educativas. 2- Diferentes alternativas que puedan presentar la competencia. 3- La modalidad que se ofrece en secundaria también la brinda otra institución. 4- Crisis Económica.</p>	<p>. A1 + F2= Lograr diferenciarse de las futuras instituciones gracias a los beneficios/ servicios extra que brinda el colegio. La institución tiene que generar constantemente nuevos atributos que la diferencien de las demás instituciones.</p> <p>.A3 + F2 +F1 = A pesar de que se ofrezca la misma modalidad, buscar la diferencia entre los servicios extra que brinda la institución y la capacidad para entregar con mayor calidad el servicio educativo. Por ejemplo: el laboratorio con el que cuenta el CED es superior en cuanto al de la competencia.</p> <p>. A3 + F4= Demostrar que el colegio tiene a los docentes más capacitados para dicha modalidad. En el sitio web de la institución, se pondrá una sección en donde se presente a cada docente, sus estudios y su carrera profesional.</p> <p>.A2 + F3= Posicionar los eventos/actividades que realice el colegio para diferenciarlos de la competencia. Por ejemplo: los cursos de informática que se brindan a la comunidad, que sea algo propio de la institución, como también se podría realizar alguna colonia de vacaciones en verano o en invierno, entre otros.</p>	<p>. A3 + D2= Puede suceder que debido a la falta de experiencia/posicionamiento en la localidad, lo padres prefieran que sus hijos vayan a otra institución.</p> <p>En este caso el CED tiene que resaltar sus atributos y demostrar que la calidad educativa que brinda es mejor que la de la competencia. Por ejemplo: elevando informes sobre el desempeño académico de los alumnos y noticias sobre los logros del establecimiento (resultados en distintas competencias)</p> <p>.A1 + D1= Puede llegar a afectar el posicionamiento si una nueva institución abre en lo inmediato, ya que casi no abría diferencia con la experiencia que pueda llegar a tener el establecimiento. Para esto el colegio debería fidelizar a sus clientes y seguir mejorando y posicionando su calidad educativa.</p> <p>.A4 + D3= Si llegase a existir una fuerte crisis económica y los padres buscarán un colegio más cercano a sus hogares, se podría plantear la posibilidad de que la cooperativa o una empresa consiga una combi o colectivo escolar y acerque a los chicos al colegio.</p>

	<p>-A4 + F1= A pesar de que haya un crisis económica, los padres pueden continuar eligiendo una educación de mayor calidad para sus hijos. Para ello el Centro Educativo Dionisia, no puede bajar la calidad de sus servicios.</p>	
--	--	--

Matriz de Porter



Barrera de entrada: Son impedimentos para poder entrar a este mercado. En este caso, el primer impedimento es el gran costo ya sea en infraestructura como también en docentes (durante los primeros meses). Luego otro impedimento está puesto por la DIPREGEP (Dirección Privada de Educación General Escuelas Privadas) quienes en su guía de trámites plantean un par de disposiciones a seguir, para poder abrir y habilitar una institución educativa, entre ellas se encuentran:

- Disposición 200/10 - Normativa para la apertura de Establecimiento de Gestión Privada.
- Disposición 201/10 - Condiciones Edilicias.
- Designación de representante legal.

A su vez las barreras impuestas por el CED son:

- Ofrecer actividades abiertas a la comunidad como charlas, cursos de informática, muestras de arte, talleres, etc.
- Sistema de padrinazgo para que los alumnos que quieran asistir al colegio (pero no pueden hacerlo por problemas económicos) puedan acudir.
- Generar servicios extra que brinda la institución.

Barreras de salida: Son factores económicos y emocionales, que impiden que las empresas puedan abandonar el mercado cuando ellos lo deseen. En el caso del colegio las barreras de salida emocionales son: que tanto los responsables legales como los directores no quieran cerrar el colegio por el cariño que tienen con los alumnos, la reubicación de los alumnos en otros establecimientos educativos.

Una de las barreras de salida de índole económica sería los gastos por indemnización del personal que puede tener el colegio. A su vez, en la guía de trámites anteriormente nombrada, hay un punto que describe sobre el cierre de servicios educativos.

Rivalidad del sector: Es en donde se encuentra la competencia directa, aquella que ofrece el mismo servicio que el CED.

- En el caso de la primaria, hay un monopolio, debido a que en la ciudad de Otamendi solamente el Centro Educativo Dionisia es el único establecimiento privado de nivel primario en la ciudad.
- En cambio, en el nivel secundario, hay un único competidor directo que es el IMES, un instituto que está presente en la localidad de Otamendi desde 1962.

Competencia indirecta: Son aquellos productos o servicios que son distintos a lo que se ofrece pero que cubren la misma necesidad.

- En el caso de la primaria la competencia indirecta son las escuelas públicas: Escuela N°7 "Domingo Faustino Sarmiento" y Escuela Primaria Básica N°8.
- En cambio en la secundaria, dentro de la competencia indirecta se encuentran la Escuela Media N°2 "Luis Federico Leloir" y la Escuela Secundaria N°3.

Competencia Potencial: Son todos aquellos que pueden aparecer y copiar el producto o servicio que brindamos. Por lo tanto, hay que estar generando continuamente barreras de entradas, para que a estos futuros competidores (ya sean directos o indirectos) no les sea fácil ingresar al mercado.

En el caso de la institución educativa, un futuro competidor puede llegar a ser un establecimiento educativo privado para el nivel primario ya que en este aspecto el CED es el único que hay en la ciudad de Otamendi. Sin embargo la inversión inicial necesaria es una barrera difícil de evitar.

Clientes: El cliente es quien compra mi producto, más allá de que él fuera quien lo va a consumir o no. Para el CED el cliente es el padre, madre o tutor, ya que es esa persona quién abonará la cuota mensual para que el niño o joven vaya al colegio. En este caso quien tiene una mayor fuerza es el padre, ya que si no le gusta los servicios que brinda el colegio, lo retira del mismo; y la institución pierde así uno o más alumnos (dependiendo de la cantidad de hijos que tenga en el colegio).

Para evitar esto, se debe comprometer emocionalmente a los padres; por ejemplo formando una comisión en donde ellos manifiesten sus preocupaciones, propuestas e informes sobre la educación que reciben sus hijos. A su vez, el colegio deberá evaluar o tomar en cuenta lo planteado para que los padres se sientan escuchados y lograr así el vínculo afectivo.

Proveedores: Los proveedores en el caso del Centro Educativo Dionisia son:

- Las empresas que les proveen el uniforme para que la institución pueda venderlos en el colegio. Quien confecciona el buzo y pantalón del colegio es un proveedor de la localidad. Lo mismo sucede con la mochila que llevan los alumnos de primaria. Y por último quien elabora la chomba es un proveedor de Buenos Aires. En esta relación ambos tienen fuerza, ya que los proveedores pueden adjudicarle a los uniformes el precio que ellos quieran, ya que son los únicos que lo hacen. Pero también la

institución educativa tiene fuerza debido a que si los precios les parecen muy elevados o no les gustan los productos pueden buscar otros proveedores.

- Los artículos de limpieza son dados por la Cooperativa a la cual pertenece el colegio. Así como los servicios de: luz, gas, agua, teléfono e internet, los cuales están subvencionados por la Cooperativa. Aquí el CED no tiene ninguna fuerza.
- Para finalizar, el último proveedor es quien lleva el pedido para el rincón saludable donde los alumnos consumen yogur, arroz inflado, barras de cereales, entre otros productos. La fuerza es de ambos, debido a que si el proveedor no lleva los productos los alumnos no tienen que consumir, pero mayor es la fuerza del CED ya que pueden cambiar de proveedor si ellos quisieran y esto no ocasionaría ningún inconveniente.

En resumen, quién tiene mayor fuerza es el CED; ya que no existe un proveedor lo suficientemente fuerte y este puede ser reemplazo por otro.

COMPORTAMIENTOS DEL CONSUMIDOR

Perfil del Consumidor

El Centro Educativo Dionisia tiene un doble cliente. Por un lado se encuentran los Padres que envían a sus hijos al CED. Y por otro, aquellos padres de la localidad de Otamendi y zonas aledañas que mandan a sus hijos a otros establecimientos educativos, que se convierten en potenciales clientes.

Comportamientos del consumidor

En esta etapa se estudia la forma en que las personas, grupos y organizaciones seleccionan, compran, usan y disponen de bienes, servicios, ideas o experiencias para satisfacer la necesidad.

- **Detecto la necesidad o desequilibrio:** En el caso de la institución educativa, la necesidad sería aprender, recibir una educación, instruirse culturalmente.
- **Elijo la forma de satisfacer la necesidad:** No se debe confundir necesidad con deseo, ya que son dos cosas diferentes; mientras las necesidades son las mismas para todos, el deseo no, ya que es la forma en que se toma esa necesidad. La forma de satisfacerla puede ser recurriendo a un colegio, haciendo un curso de corta o larga duración con respecto a un tema que me interese, leer libros, diarios, etc.
- **Me informo sobre las alternativas posibles:** Aquí los padres y/o futuros alumnos se informarían de los servicios que le brinda cada institución. Dentro de esta información encontramos varias alternativas como podría ser elegir una institución de gestión pública o privada, que dentro de su programa esté incluida la religión como no, las orientaciones y/o modalidades que tiene cada colegio, los servicios extra programáticos que brindan, como por ejemplo: talleres de teatro, guitarra, básquet, vóley, fútbol, entre otros.
- Un vez que me informo de todas las alternativas posibles, **elijo con cual me quedo.**
- Evaluó el resultado, analizando si la educación fue buena, la que se esperaba, si mandarían nuevamente a sus hijos al colegio, si lo recomendaría, que fue lo que la institución me dejó de saldo positivo, etc.

Necesidades de Maslow

En la pirámide de Maslow se expresa una jerarquía de necesidades humanas y defiende que, cuando se satisfacen las necesidades humanas más básicas (las necesidades primarias: fisiológicas y de seguridad), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (las necesidades secundarias: auto-realización, estima y afecto). Volcando esto al colegio, se puede observar que las necesidades que cubre son las necesidades de auto-realización y fisiológicas. Los padres eligen una institución educativa para que sus hijos puedan desarrollar su capacidad intelectual y puedan en un futuro llegar a acceder a una carrera universitaria. También otra de las necesidades que puede llegar a cubrir el establecimiento (sobre todo en el caso del CED por ser un colegio privado) son las necesidades de estima; en donde en algunas casos los padres buscan que ellos y sus hijos sean aceptados por una determinada clase social, mandando a sus hijos a un colegio privado.

Sujetos de compra

Los sujetos de compra son aquellas personas que ayudan en la compra de un producto o contratación de un servicio, debido a que rara vez toma la decisión una sola persona. Estos sujetos de compras son:

- **Iniciador:** es quien detecta la necesidad e inicia el proceso de la compra, en el caso del colegio el iniciador podrían ser aquellas personas que detectan que sus hijos o tutelados necesitan una educación, instruirse culturalmente o aprender.
- **Decisor:** es quién toma la decisión. En este caso será quien decide si puede o no pagar una educación privada y si acepta o no las pautas del colegio.
- **Influente:** Influye sobre el decisor para ayudarlo a elegir. En el caso de la institución educativa pueden ser amigos, compañeros de trabajo o familiares que le recomienden la institución ya que sus hijos asisten a ella. Alguna publicación que se haya emitido en el Boletín Informativo de la Cooperativa de Electricidad y Servicios Anexos Dionisia Ltda. O el status que otorgue dentro de la sociedad enviar a sus hijos a un colegio privado.
- **Comprador:** es quién lleva a cabo la acción de compra, para el colegio este comprador va a ser el padre que es quien paga la cuota del colegio y además los materiales que este necesita para el colegio, como son libros, cuadernos, útiles escolares, etc. En este caso es muy probable que el comprador sea el mismo que el decisor, ya que es quién decide si puede pagar la cuota y a su vez es quién la paga.
- **Usuario:** es quien utiliza el producto comprado. Aquí este sujeto serán los niños y adolescentes que concurran al establecimiento educativo.

Factores que influyen en el comportamiento

Son aquellas fuerzas internas y externas que pueden modificar la compra de un servicio o producto. Entre estos factores se encuentran:

- **Personales:** como la edad, la conformación de la familia, el estilo de vida, la personalidad, etc. Si esta información la volcamos al colegio, podemos decir que los factores personales que influyen en el mismo son, la edad, ya que por un lado son los hijos quienes concurrirán al establecimiento, pero en un primer momento son los padres quienes lo eligen. A su vez esto también incluye la conformación de la familia, si son 1,2,3 o más hijos los que tienen; además de la situación económica de dicha familia ya que serán los padres quienes decidan si pueden o no pagar el monto de la cuota.
- **Sociales:** hace referencia a los grupos de pertenencia o aspiracionales que influyen en el comportamiento del consumidor. En este caso, la familia, amigos, compañeros de trabajo pueden llegar a influir en la elección del colegio, como también el hecho de querer pertenecer a un determinado grupo que concurre al colegio y por eso los padres deciden mandarlo a la institución para tener o parecer que tienen determinado "status".
- **Psicológicos:** dentro de estos elementos encontramos la motivación, que influye en el proceso de compra; la percepción, que es la interpretación de la realidad de cada individuo. Están también las actitudes y creencias, que son las posturas positivas o negativas, los mitos o ideas sobre algo. En el caso de la institución educativa podemos decir que uno de los mitos es que la educación privada es mejor que la pública o viceversa, según quien sea la persona, y por último el aprendizaje, que se puede obtener a través de la búsqueda de información o través de la experiencia, en el caso del colegio averiguar si esta avalado por la DIPREGEP ya que si no la institución no puede entregar títulos.
- **Culturales:** se dividen en
 - **Cultura:** hace referencia a una comunidad o región. En el caso del CED, los alumnos que concurren serán de la localidad de Comandante Nicanor Otamendi y zonas aledañas.
 - **Subcultura:** hace referencia a subgrupos dentro de una comunidad o región.
 - **Clase Social:** que es la posición económica y educación. Esta institución educativa apunta al segmento C1,C2,C3 y probablemente D. Ya que el colegio tiene un sistema de padrinazgo y estas personas pueden llegar a acceder a la educación que se brinda en el establecimiento.

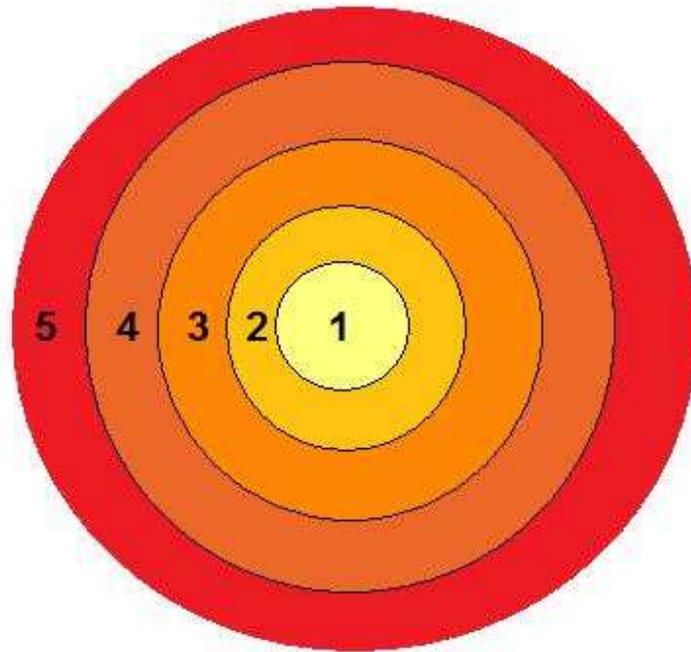
LAS 4 "P" DEL MARKETING

PRODUCTO

¿Qué vendo?

El Centro Educativo Dionisia es una escuela primaria y secundaria, destinada a brindar el servicio de educación a los ciudadanos de Otamendi y zonas aledañas.

Niveles del producto



- | |
|-----------------------|
| 1- Beneficio Central |
| 2- Producto Genérico |
| 3- Producto Esperado |
| 4- Producto Ampliado |
| 5- Producto Potencial |

- **Beneficio central:** se refiere a la necesidad o beneficio que cubre. En el caso del CED la necesidad que cubre es la Educación, definiéndose a la misma como: la crianza y enseñanza dada a los jóvenes.
- **Producto Genérico:** establece de qué forma se va a cubrir esa necesidad y con qué producto concreto. Hay distintas maneras de cubrir esta necesidad que es la Educación.

Por un lado, quienes educan en una primera instancia son los padres/familia, luego se puede ubicar a la escuela. También educan instituciones como los clubes, distintas asociaciones u organizaciones, entre otros.

Luego depende de cada una de estas instituciones que producto concreto ofrece para satisfacer la necesidad y de qué manera lo hará.

La forma en que una institución educativa cubrirá la educación es a través de un plan educacional impartido por la Provincia o por la Nación dependiendo a cuál de estos pertenece el colegio. A su vez la enseñanza estará dada por los maestros, el cual cada uno tendrá su propia asignatura y su material de trabajo.

En sí, el producto que se va a ofrecer para cubrirla es la escuela primaria y secundaria.

- **Producto Esperado:** es lo mínimo que el cliente espera por la prestación de servicio. Para los clientes el mínimo esperado por parte del colegio es que brinden una enseñanza básica y que además cumplan con lo prometido por el colegio en su plan educacional. Dentro de este se encuentran las materias extra programáticas, las cuales son distintas en todos los establecimientos educativos y razón por la cual el padre, madre o tutor puede llegar a elegir esta institución y no otra.

A su vez enviando a su hijo al colegio el padre busca que este tenga su primera experiencia de sociabilización fuera de la familia. Que cree lazos de amistad con otros niños y que se empiece a formar como una persona respetuosa, autónoma, responsable y competente.

También se espera un trato respetuoso y cordial para con su hijo por parte de los docentes y personal del establecimiento; que se le brinde contención al alumno y una buena calidad educativa.

- **Producto Ampliado:** Es el valor agregado que brinda la empresa, es aquello que le doy al cliente y no es esperado por él. El producto ampliado que ofrece el CED sería:
 - El sistema de padrinazgo que posee, al que pueden acceder los alumnos.
 - Las salas de informática en la que la cantidad de computadoras es igual al número máximo que puede tener de alumnos por curso.
 - El colegio es quien les da las fotocopias a los alumnos, no la tienen que comprar ellos.

- Cada uno de los alumnos de secundaria tiene un mail (con dominio: @ced.coopdionisia.com.ar) y un chat que se utilizan para fines específicos del establecimiento.
 - La realización de Proyectos Especiales como el Programa Activarse (este se basa en la propuesta del concurso que es transmitir la importancia de una alimentación saludable a partir de la receta preferida de las familias y de mejorar las mismas utilizando los conocimientos nutricionales trabajados por los alumnos en el aula junto a sus docentes y a la coordinadora del programa), la participación en la Feria de Ciencias y en el Concurso Escolar Cooperativo Provincial "FEDECOBA", entre otros.
 - Compromiso con el medio ambiente a través de la Jura Ambiental que realizan los alumnos.
 - Contención y educación centrada en el alumno, donde cada docente conoce la situación familiar, educativa y social del alumno.
 - Disponibilidad de Espacio Verde donde los alumnos desarrollan sus clases de educación física cuando el clima lo permite.
 - Salidas recreativas, visitas guiadas, campamentos, entre otras actividades extra curriculares.
- **Producto Potencial:** son aquellas cosas que todavía no voy a poner en práctica pero que para un futuro ya lo tengo diseñado. La institución tiene realizado un proyecto de articulación con empresas y talleres de orientación vocacional – ocupacional. Estas dos actividades están comprendidas en los últimos 3 años de la secundaria, pero todavía no se comenzaron a desarrollar, por lo que son un producto potencial.
A su vez, uno de los servicios que piden los padres (como se puede ver en las encuestas) y que el CED podría desarrollar como un producto potencial, es que se brinden diversos talleres en el establecimiento. Estos se podrían realizar en un horario contra turno o una vez finalizada la jornada escolar (es decir cuando los alumnos de primaria terminan el día de escuela); y los talleres serían por ejemplo: de teatro, baile, pintura, idiomas, entre otros. El CED sería el único establecimiento educativo que brinde este servicio, ya que ningún otro colegio lo hace.

También se podría realizar en el establecimiento una Colonia de Verano y diversas actividades durante las vacaciones de invierno. Ambas propuestas estarán abiertas a la comunidad.

Se propone a la institución, brindar un servicio de transporte, el cuál este tercerizado. El mismo lo podría desarrollar una empresa del sistema de padrinazgo o la misma cooperativa.

Se plantea formar una Comisión de Padres, en donde ellos manifiesten sus preocupaciones, propuestas e informes sobre la educación que reciben sus hijos. A su vez, el colegio deberá evaluar o tomar en cuenta lo planteado para que los padres se sientan escuchados.

Por último, se sugiere que se desarrollen diversas actividades en donde se puedan propagar los valores cooperativos (este es un aspecto a mejorar que se resalto en la encuesta por parte de los padres). Por ejemplo: realizar una colecta para el día del niño de juguetes para luego donarlos a alguna institución; en este caso el valor a promover sería el de la solidaridad y el de ayuda mutua.

Los niveles son dinámicos, es decir, una vez que el colegio realice el producto potencial, ese producto pasa a ser un producto ampliado. Una vez que la competencia copie ese producto pasa al nivel anterior, que es el nivel del producto esperado. Y así sucesivamente.

Servicios

El Centro Educativo Dionisia tiene determinadas características por el sólo hecho de ser un servicio.

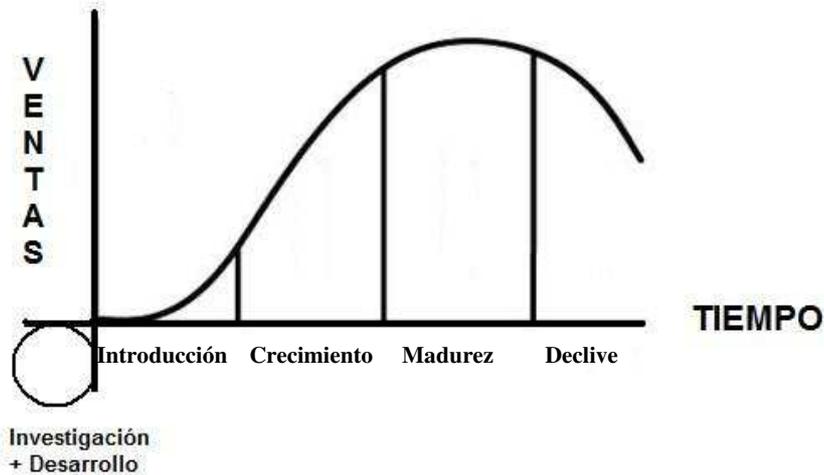
La primera característica es que la prestación de servicio es **VARIABLE**, es decir su prestación siempre resulta diferente. El CED lo que intenta hacer es reducir esta variabilidad, aspirando a que todos los alumnos puedan finalizar el año habiendo aprendido los contenidos propios de cada grado. A su vez, esta variabilidad es positiva, debido a que los docentes conocen la situación familiar, educativa y social de cada chico, y los padres lo pueden tomar como una atención personalizada.

La segunda característica es que el servicio es inherente a quien lo presta, es decir, es **INSEPARABLE** del suministrador del servicio. En este caso se plantea que no se puede separar al colegio y a los profesores de la educación ya que son ellos quienes suministran el servicio.

En tercer lugar es **INTANGIBLE**, es decir, es difícil de ver, valorar y cobrar. Se trata de tangibilizarlo, para darles seguridad, compromiso y confiabilidad a los clientes. Dentro de la institución educativa se podrá visualizar el servicio a través de la estructura edilicia, valorar la calidad de educación y contención que se les brinda a los alumnos.

Como última característica se encuentra que el servicio es **PERECEDERO**, no se puede stockear. En el caso del colegio, la oferta es constante y la demanda aumenta en época de inscripciones escolares. Una manera de stockearlo, es poniendo un límite a la cantidad de alumnos por aula. Una vez que este cupo ya está lleno, se abrirá una lista de espera.

Ciclo de vida del producto



El ciclo de vida del producto o servicio, supone que los mismos atraviesan una serie de etapas que comienza con la creación del producto o servicio y termina con su desaparición.

Estas etapas son la introducción, el crecimiento, la madurez y luego el declive.

Antes de la etapa de introducción, hay una etapa de **INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO**, en la cual el producto todavía no existe, sino que se da la concepción de la idea del mismo, el desarrollo del proyecto, se realizan investigaciones anteriores a la producción y posterior lanzamiento del producto o servicio, entre otras actividades. Esta etapa el instituto educativo ya la pasó, y fue a mediados del año 2007, cuando surgió entre los miembros del Consejo de Administración de la Cooperativa de Electricidad de Dionisia Ltda., la inquietud de responder a la demanda de varias familias de Comandante Nicanor Otamendi: brindar un nuevo servicio educativo.

La **INTRODUCCIÓN** es la etapa informativa. Hay una ganancia baja y además los clientes que se animan a comprar el producto o servicio son los clientes innovadores. Hay grandes gastos en publicidad y promoción del servicio.

En la etapa de **CRECIMIENTO** los clientes son aquellos seguidores que van a imitar a los innovadores o a los adaptadores temprano. Se comienza a fidelizar a los clientes; es a su vez una etapa persuasiva y en donde comienzan a aparecer los competidores. Los gastos se reducen y comienza a ver una mayor ganancia.

Durante la **MADUREZ**, es un momento de estanco donde las ganancias son estables y los clientes comienzan a ser también los consumidores conservadores.

Por último, en la etapa del **DECLIVE** los clientes son los adaptadores tardíos y es en donde se empiezan a perder las ventas. Es en esta etapa en donde tengo dos opciones: una de ellas es relanzar el servicio o producto y la otra es exprimir la marca.

El Centro Educativo Dionisia se encuentra en la etapa de transición entre la introducción y el crecimiento, ya que tiene características de ambas etapas.

Hace apenas 6 años que se inauguró el establecimiento y para una institución educativa, esto significa muy poco tiempo. Y a su vez, sus competidores llevan varios años inmersos en el mercado educativo.

Los clientes son aquellos padres que buscan una educación de calidad para sus hijos y se atreven a enviar a sus hijos al Centro Educativo Dionisia, en donde gran parte de ellos se fidelizaron con la institución.

En los últimos años, el CED comenzó a reducir sus gastos y aumentaron sus ingresos, razón por la cual se plantea que la institución educativa se encuentra en la etapa de transición entre el inicio y el crecimiento.

La implementación de este plan de negocios tiene como finalidad el aumento del alumnado y consecuentemente de las ganancias. Así como también el posicionamiento dentro del mercado, que permite alcanzar plenamente la etapa de crecimiento.

Decisiones estratégicas sobre el producto

A la hora de desarrollar un producto o servicio hay que tomar decisiones sobre el mismo. Para el Centro Educativo Dionisia las decisiones que se tuvieron que tomar fueron las de:

- **Atributos:** manifiesta la necesidad y el deseo que va a satisfacer. Para la institución el atributo es la educación, definida la misma como la crianza y enseñanza dada a los jóvenes. El CED cubre mayormente la necesidad de enseñanza.
- **Beneficios:** son los beneficios funcionales y emocionales percibidos por el consumidor. El beneficio que perciben los consumidores es la educación de calidad que les brinda el CED a sus hijos/tutelares, además del sentido de pertenencia que pueden llegar a tener los alumnos con la institución.
- **Calidad:** es la capacidad de satisfacer al consumidor. Es aquí en donde el CED tiene que tener la capacidad de distinguirse de las otras instituciones educativas, brindándole una educación de buena calidad a los alumnos, además de los valores de ayuda mutua, democracia, igualdad, equidad y solidaridad que se plantean que son propios del establecimiento; para así poder satisfacer a sus clientes. Además debe cumplir con lo que propone como son las materias extra programáticas y el sistema de padrinazgo para aquellos alumnos que no pueden pagar la cuota.
- **Valor agregado:** es lo que hace que me diferencie de la competencia. El colegio ofrece un sistema de padrinazgo para aquellos alumnos que no puedan pagar la cuota y en los últimos años de secundaria ofrece proyectos de articulaciones con empresas y talleres de orientaciones ocupacional- vocacional (todavía no se llevo a la práctica). A su vez en la sala de informática la cantidad de computadoras es igual a la cantidad de alumnos máxima que se puede tener en un curso. En el CED las fotocopias que los alumnos necesitan son entregadas por la institución, es decir, que los chicos no tienen que pagarlas. La participación en distintas competencias y las actividades extra que brinda, como por ejemplo, salidas recreativas, campamentos, entre otras.
- **Servicios de apoyo:** El CED podría brindar como servicio de apoyo una financiación para el pago de la matrícula o enviar a los padres/tutores, un informe de los alumnos sobre el seguimiento de los mismos o de actividades que realiza el colegio. También se

podrían realizar informes en donde se evaluará el aprovechamiento y el rendimiento de la Jornada Escolar.

- **Mercado meta:** son los padres con hijos en edad escolar. El colegio al no tener Jardín de Infantes, recién podrán recibir a alumnos que ingresan a primer grado. La educación que brinda el CED, se extiende desde primer grado hasta sexto año de la Secundaria.
- **Marca:** es el conjunto de atributos prometidos. Como finalización a lo descripto anteriormente podemos concluir en que la marca es el CED (Centro Educativo Dionisia).

PRECIO

“Una cosa vale lo que el consumidor está dispuesto a pagar”

El servicio que brinda el CED tiene un precio de \$800 para Secundaria. En cambio en primaria la cuota mensual es de \$650, para los primeros tres años; y de \$700 para los últimos tres años. Este es el precio que pagan los padres para enviar a sus hijos a la institución educativa, dependiendo al año que concurran.

Factores que afectan la sensibilidad del cliente

- **Efecto de valor único:** Los clientes son menos sensibles al precio del servicio cuando el servicio que se brinda es el único.
Este efecto no sucede con el Centro Educativo Dionisia, ya que en secundaria el CED tiene un competidor directo (IMES), en el cual la cuota es menor a la de la institución. En cambio en primaria, no tiene competidores directos ya que es el único instituto educativo de carácter privado.
A su vez, tanto en primaria como en secundaria, tienen competidores indirectos en donde los padres no tienen que pagar por la educación de sus hijos (Escuelas Públicas).
- **Efecto de conciencia de los sustitutos:** Los compradores son menos sensibles al precio cuando tienen poco conocimiento de sustitutos.
Esto tampoco sucede con el CED, ya que es una institución nueva en Otamendi y sus competidores son conocidos en dicha localidad.
- **Efecto de la comparación difícil:** El consumidor no es tan sensible al precio cuando no pueden comparar fácilmente la calidad de los sustitutos.
En lo que es educación para algunos puede resultar fácil de comparar la calidad educativa que brindan los diferentes establecimientos y para otros no. El CED tiene que resaltar cuáles son sus atributos para que a los clientes les resulte difícil poder compararlo con otras instituciones. En las encuestas, los atributos que resaltaban los padres que envían a sus hijos al Centro Educativo Dionisia son: la Calidad Educativa, el Aprovechamiento de la jornada escolar (los hijos no tienen horas libres), el Sistema de Padrinazgo y la Educación Centrada en el Alumno. Son estos puntos los que la

Institución tiene que destacar, para que a los clientes y futuros clientes les sea difícil comparar al CED con otros establecimientos educativos de Otamendi.

- **Efecto del gasto total:** A menor gasto con relación a sus ingresos, menos sensibles al precio son los compradores.

La cuota del colegio es para secundaria es de \$800 y para primaria es de \$650 y \$700(dependiendo del año al cual concurra el alumno) por lo cual el gasto es menor a sus ingresos. Igualmente esto dependerá de cada uno de las padres, ya que la institución se dirige a un público C1, C2, C3 y D, debido al sistema de padrinazgo que tiene el establecimiento al que pueden acceder los alumnos. Y también de acuerdo a la cantidad de hijos que concurran al colegio.

- **Efecto de la utilidad final:** Se trata de aquellos productos complementarios de otros productos que son más costosos. Esto no se aplica al CED, porque el colegio no es complementario de ningún servicio ni producto.

- **Efecto del costo compartido:** Los clientes son menos sensibles al gasto cuando otra parte absorbe un porcentaje del costo. Este efecto solamente ocurre en algunos padres de la institución debido a que no todos tienen asignado el padrinazgo para sus hijos. También se podría decir que los padres de primaria se ven afectados por este efecto ya que la institución tiene en primaria una subvención por parte del estado del 60%.

- **Efecto de la inversión hundida:** El consumidor es menos sensible al precio cuando se utiliza el producto con activos adquiridos previamente. Este efecto no le compete al CED.

- **Efecto de calidad – precio:** Los compradores son menos sensibles al precio cuando se trata de un producto prestigioso, exclusivo o de mayor calidad. La educación no es un servicio prestigioso ni exclusivo, pero el Centro Educativo Dionisia es un establecimiento educativo de carácter privado, al que no todos pueden acceder. Se puede entender entonces, que el CED brinda un tipo de servicio prestigioso. Al mismo

tiempo presenta una mayor exigencia académica que el servicio educativo de sus competidores, y esto podría ser entendido como una mayor calidad del servicio.

También se podría plantear que la educación si es un producto exclusivo para en un futuro poder ingresar a la Universidad o conseguir determinados trabajos ya que ambos exigen haber terminado el secundario.

- **Efecto del inventario**: Cuando los productos no se pueden almacenar el cliente no puede discernir cuál es en realidad el precio conveniente. Este efecto es propio de los servicios, ya que los servicios son perecederos, y por lo tanto se corresponde con el CED ya que lo que brinda es un servicio de educación. Por lo tanto los clientes no van a poder saber con efectividad si lo que están pagando es o no el precio conveniente.

Cálculo del precio

Los **COSTOS FIJOS** son aquellos costos que no se modifican aún cuando no haya actividad de producción, o en este caso aunque no haya actividad de prestación de servicios. Para el CED los costos fijos son los sueldos de los maestros y profesores, el sueldo de las directoras de ambos niveles (primaria y secundaria) , el sueldo del portero (que es el encargado del mantenimiento del edificio, es decir, de mantenerlo limpio y en condiciones) y los importes del seguro de responsabilidad civil de los alumnos y del seguro de accidentes personales. También los gastos de papelería (papeles y fotocopias, debido a que las fotocopias que los alumnos utilizan en clases corren por cuenta del establecimiento) y los materiales de limpieza.

Los gastos de servicios públicos como luz, agua y gas, son subvencionados por la Cooperativa de Electricidad de Dionisia Ltda., que fue quien inauguró la escuela en la localidad de Otamendi. Como también las expensas del teléfono e internet.

Los **COSTOS VARIABLES** son aquellos costos que se modifican de manera proporcional de acuerdo al nivel de actividad, ya sea de producción o de prestación de servicios de la empresa. En este caso algunos costos variables para el colegio, serán por ejemplo costos de publicidad y de papelería (talonarios, folletos, recibos) en época de matricular a los alumnos, los costos de materia prima, en el caso que tengan que arreglar y/o edificar la estructura edilicia, entre otros.

Otro de los costos variables son los costos de los actos, ya que el colegio alquila un equipo de audio y video para cada uno de los actos que se realizan en conmemoración de las fechas patrias.

La **UTILIDAD** es el beneficio mínimo esperado, es decir, la ganancia que se espera tener de ese producto.

$$\text{Precio} = \text{CF} + \text{CV} + \text{U}$$

Para el colegio los costos fijos son:

- Sueldos docentes y profesores: \$ 132.632
- Sueldos directoras: \$18.500
- Sueldo preceptora y secretaria: \$ 9.800
- Sueldo portero: \$ 4.250
- Seguro de responsabilidad civil y seguro de accidentes personales: \$ 2.000
- Papelería: \$ 2.000
- Materiales de limpieza: \$ 1.150

Por lo tanto los costos fijos, aproximadamente son \$ 170.332 por mes.

Los costos variables son:

- Papelería: \$ 8.000
- Alquiler de equipo de audio y video: \$3.500
- Materia prima: \$ 8.000

Por lo tanto los costos variables, son aproximadamente de \$ 19.500 al año, es decir alrededor de \$1.625 por mes.

Para poder sacar la utilidad de la empresa, primero se debe calcular cuál es el valor de los ingresos que tiene la institución, es decir el valor de la cuota por la cantidad de alumnos que tienen en el colegio y luego se le restará la suma de los costos fijos y los costos variables, esta suma nos indica cuánto debería ganar la empresa para no perder . El resultado de esta cuenta nos da cuál es la utilidad.

$$(\text{Cant. Alumnos} \times \text{Cuota}) - (\text{CF} + \text{CV}) = \text{U}$$

$$\$203.000 - \$ 171.957 = \text{U}$$

$$\$ 31.043 = \text{U}$$

Lo que se puede observar mediante esta cuenta, es que el CED, está obteniendo fondos de \$31.043 por mes (esta utilidad solamente se obtiene durante 10 meses al año, ya que los padres solamente abonan 10 cuotas).

Durante los meses de Enero y Febrero, es la cooperativa, quién se hace cargo del déficit de \$343.914 del CED. Debido a que no ingresa dinero por parte de los alumnos, ya que no se abona la cuota durante ese tiempo.

Todos los precios, son estimados ya que no fueron brindados por la institución. Y los costos corresponden a un mes de servicio educativo.

Punto de equilibrio

Se establece el punto de equilibrio cuando la entrada y salida de dinero es igual a 0. Es decir, que no contempla ganancias, ni quedan deudas. Lo cual permite que un negocio se auto sustente.

En el caso del colegio el punto de equilibrio sería cuando la cantidad de alumnos que vayan al colegio permitiera a este no tener pérdidas ni ganancias.

Para calcular el punto de equilibrio se tomará el precio que tiene la cuota. En este caso, se hará con un precio que se encuentre entre la cuota más alta y la cuota más baja que tiene el CED (\$800 - \$650) que será: \$725. Luego se dividirá los gastos que tiene el CED por el precio de la cuota. Lo que nos dará la cantidad de alumnos que debería tener el colegio para que el mismo no tenga ni ganancias, ni pérdidas, es decir, se encuentre en el Punto de Equilibrio.

De esta manera, el Punto de Equilibrio sin afectar dinero sería:

Gastos Fijos – P * Q = Punto de Equilibrio

170.332 – 725 * X = Punto de Equilibrio

170.332 = 725 * X

170.332/ 725 = X

235 = X.

Según lo estipulado anteriormente el número de alumnos tiene que ser igual 235 para que el CED no tenga pérdidas.

Lo que se traduce que, a partir del alumno 236 el colegio comienza a tener fondos.

A continuación con distintas ideas que se propondrán, se intentará incrementar el ingreso de dinero del CED y a su vez cumplir con parte de los objetivos del Plan de Negocios.

- Una de las propuestas que se les presentará será que se realice en verano una colonia de vacaciones. El establecimiento cuenta con un gran parque, en donde los chicos podrán realizar distintas actividades deportivas y recreativas (Fútbol, Handball,

Gimnasia Artística, Voley, Básquet, Atletismo, Expresión Corporal, Teatro, Talleres de Manualidades, Música, Danzas, entre otras), llevadas a adelante por los profesionales que se contratarán para desarrollar esta colonia.

Debido a que el colegio permanece cerrado en el mes de Enero y hasta mediados de Febrero, se utilizarán las instalaciones del mismo para la colonia, con los elementos con los que cuenta para realizar las actividades (pelotas, sogas, colchonetas, instrumentos musicales, etc). Es una manera de conseguir ingresos, sin tener que pagar tanto, ya que solamente se les pagará a los profesores.

La inscripción de la misma se desarrollará en el mes de Diciembre y contará en un principio solamente con la opción de media jornada (de 8.30 a 12.30) y tendrá un costo de \$1.000 final (Enero y mitad de Febrero). La colonia estará abierta a toda la comunidad, es decir que pueden asistir los chicos de 6 a 14 años que concurran o no al colegio. Y tendrá un cupo de 60 niños como máximo (ya que se necesita un profesor como máximo cada diez chicos)

Se contratarán a 6 profesionales (4 profesores de educación física, un profesor de música y un profesor de Arte) que son los que llevarán adelante la colonia. Y se les pagará \$4000 a cada uno, también se necesitará que los mismos sean monotributistas para no tener que abonar las cargas sociales. Lo que significa un total de \$24.000 finales. A su vez, se destinarán \$1000 para compra de materiales que no tenga la institución a su disposición: papeles, cartulinas, telas, entre otros.

Se necesitará un mínimo de 25 chicos para que se cubran todos los gastos.

Si se cubre todo el cupo (60 chicos), la ganancia para el establecimiento será de \$35.000 (ya descontando el sueldo de los profesores y el gasto extra de materiales).

- Otra de las propuestas que se les presentará, tendrá que ver con la realización de diversas actividades durante las vacaciones de Invierno. Todos los días de las vacaciones de invierno habrá en el colegio diversas actividades para los que los chicos disfruten de las mismas, algunas de ellas serán: talleres de música, de manualidades, maquillaje, murales, artesanías. También se realizarán los típicos juegos de kermesse: tiro a la lata, penales, embocar la pelota en el aro de básquet, dardos, entre otros. Y se proyectará una película distinta todos los días.

Este ciclo comenzará el primer lunes de las vacaciones de invierno y finalizará el sábado anterior a reanudar las clases. Lo que será un total de 13 días. Y el horario en que se desarrollará será de 14 a 18 hs.

La entrada tendrá un costo de \$30 pesos para los menores de 14 años y \$ 40 para los mayores de 14 años, la cual le permitirá tener acceso a todas las actividades. Se calcula que por día concurrirán un promedio de 70 personas (considerando que los fines de semana pueden asistir más personas que los días de semana). Siendo 45 de ellas menores de 14 años, lo que da un ingreso de \$1.350 y 25 personas mayores de 14 años, lo que produce ingreso de \$1.000, lo que por día serán: \$2.350. En total se obtendrá un ingreso de \$30.550.

Se estima que se gastará \$8.000, teniendo en cuenta los materiales (con algunos de ellos ya cuenta el colegio, como por el ejemplo el proyector para las películas, aro y pelotas de básquet, entre otras), las personas a cargo de las actividades y limpieza de los salones.

- A su vez, se les recomendará tercerizar el rincón saludable que tiene el colegio. Es el CED quien lleva adelante este kiosco, por lo cual sería conveniente que sean otras personas quienes brinden este servicio a los alumnos.

La mejor posibilidad de todas es que, los encargados del rincón saludable, le paguen a la institución un abono mensual, teniendo así asegurado un ingreso extra. A su vez se les permitirá que abran el negocio en verano, debido a que se encontrará abierta la colonia de verano y lo mismo sucederá con las actividades que se desarrollen durante las vacaciones de invierno. El canon que deberá abonar la persona que esté a cargo del rincón saludable es de \$2.000 por mes (tomando como referencia la disposición que establece la Ciudad de Buenos Aires para kioscos y buffet para los establecimientos educativos). Esto genera al año un ingreso de \$24.000.

- Por último se le ofrecerá al CED realizar distintos talleres, ya que los talleres fueron solicitados por los padres en las encuestas. Lo que se le propone a la institución, es que se utilice la infraestructura que dispone para dictar talleres y actividades deportivas, en el horario de tarde debido a que es cuando finalizan las clases de ambos turnos. Las actividades deportivas que se darán son aquellas que no están en los clubes que tiene la localidad de Otamendi, como son: Handball, Taekwondo, Gimnasia Artística y Baile (reggaetón, salsa, ritmos latinos, etc.). Y como talleres se les ofrecerá: Idiomas (Inglés,

Portugués e Italiano), Artística (Dibujo y Pintura, que se dictaran de manera conjunta) y Teatro.

A continuación se detallará los días y horarios para cada actividad y el espacio del colegio que se utilizará:

- Handball: Martes y Jueves de 17.45 a 18.45 hs - Lugar: Gimnasio.
- Taekwondo: Martes y Jueves de 19 a 20 hs -Lugar: Gimnasio.
- Gimnasia Artística: Miércoles y Viernes de 17.45 a 18.45 - Lugar: Gimnasio.
- Baile: Miércoles y Viernes de 19 a 20 hs. Lugar: Gimnasio.
- Taller de Pintura y Dibujo: Lunes y Miércoles de 18 a 19 hs- Lugar: Salón de Plástica.
- Idiomas: Ingles, Portugués e Italiano: Lunes 18 a 20 hs - Lugar: Salones de clase: uno para cada idioma.
- Teatro: Lunes de 18 a 19.30 hs. Lugar: Gimnasio.

Estas actividades tendrán un costo de 150 pesos para los alumnos del CED y de 200 para las personas que no concurren al CED.

Para aquellos alumnos del colegio que quieran concurrir a dos actividades: les saldrá \$250. A su vez, este pago de las actividades vendrá detallado en las cuotas. Y para aquellos niños que realicen actividades y no vayan al Centro Educativo Dionisia, lo pagarán en el horario de administración de la Escuela o de la Cooperativa.

A cada docente (habrá uno por actividad/taller) se le pagará la suma de \$70 la hora. Salvo al profesor/a de teatro que se le pagará \$100 la hora y media que desarrolla su actividad.

En total el dinero que se le abonará por mes a todos los docentes es de: \$5.500/\$6.000, dependiendo la cantidad de días que se desarrolle la actividad en el mes.

Según las encuestas los padres solicitaban en un 35% que el CED dictara talleres, lo que puede significar que alrededor de 98 chicos de la institución concurren a estos talleres/actividades deportivas. A esto se le suma que el 12% de los padres pedía más disciplinas artísticas.

Tomando estos datos como referencia, y calculando que 98 chicos del establecimiento educativo concurrirán a las actividades(una actividad por alumno) y que a su vez 40 chicos que no concurren a la escuela participarían de estas actividades (amigos, familiares de los alumnos, entre otros); se puede decir que el Centro Educativo Dionisia

tendrá un ingreso por mes de: \$22.700. A lo que restándole el sueldo de los docentes, le deja un ingreso de: \$16.700/\$17.200 por mes.

Si 30 alumnos del CED, de esos 98 que concurrirán a las actividades, realizan dos de ellas. Entonces los fondos serán de \$25.700 por mes. Si a estos fondos se le resta el sueldo de los profesores a cargo, queda un ingreso de \$19.700/\$20.200.

Se estiman que estas actividades se desarrollarán aproximadamente durante nueve meses, comenzando en Abril y finalizando en Diciembre.

Resumen de la Propuesta:

	Ingresos	Egresos
Colonia de Vacaciones en Verano	\$60.000	\$25.000
Actividades Vacaciones de Invierno	\$30.550	\$8.000
Tercerización del Rincón Saludable	\$24.000	
Talleres Extra-programáticos	\$231.300	\$51.750
Total	\$345.850	\$84.750

El resumen que se plantea arriba es teniendo en cuenta el mejor escenario posible en un año:

- El cupo de la colonia de vacaciones en verano estará completo, es decir, que concurren 60 chicos.
- Se planea que acudan alrededor de 70 personas por día (45 menores de 14 años y 25 mayores de 14 años) a las actividades de vacaciones de invierno.
- Por último, se calcula que 98 chicos del CED concurren a los talleres extra-programáticos, de los cuales 30 alumnos realicen dos de ellos. A su vez, se plasma que 40 jóvenes que no concurren a la escuela participarán de estos talleres.

Flujos de Fondos Anuales

Los flujos de fondos mensuales muestran las entradas y salidas de dinero de una empresa o institución, como bien lo indica su nombre en un mes.

En el Centro Educativo Dionisia, aproximadamente el egreso de dinero mensual corresponde a un monto de \$ 171.957 y el ingreso de dinero corresponde a un monto de \$203.000.

El Flujo de Fondos es creado con la intención de determinar cuál sería la rentabilidad que tendría el Centro Educativo Dionisia si accede a hacer las modificaciones propuestas en el plan de negocios.

En el siguiente cuadro se muestra el flujo de fondos anual, en donde se busca que pueda verse reflejado los objetivos del Plan de Negocios: Incrementar el número de alumnado en un 10% durante un año de aplicación del Plan de Negocios; aumentar en un 40% el conocimiento del CED como institución educativa por parte de los habitantes de Otamendi al año de la implementación del plan.; lograr un recuerdo espontáneo del Centro Educativo Dionisia de un 20% al año de la implementación del Plan de Negocios; aumentar los ingresos del colegio en un 15% aproximadamente durante el primer año de aplicación del Plan de Negocio y mejorar la percepción que tiene la población de las actividades abiertas a la comunidad.

Datos del Flujo de Fondos

- **Ingresos:**
 - Se calculó, en primer lugar, un aumento del 10% en el número de alumnado por año, de acuerdo al objetivo planteado por el Plan de Negocios.
 - A su vez, se calculó, el incremento del 10% de participantes en: la colonia de vacaciones en verano, las actividades de las vacaciones de invierno y en los talleres extra-programáticos; una vez que se empiecen a desarrollar las propuestas.
 - Ingresos por tercerización del Rincón Saludable: Cada año se producirá un aumento del 15% en el alquiler del mismo.
 - Debido a la inflación, se calculó un aumento del 15% por año, en todos los ingresos que tiene el Centro Educativo Dionisia.

- **Egresos:**
 - Se consideró un aumento del 15% por año, debido a la inflación, en todos los egresos del CED.

Flujo de Fondos	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3
Sitio web	6.000			
Honorarios	7.000			
Difusión	1.700			
Ingresos				
Cuota Alumnos		2.030.000	2.311.155	2.925.359,82
Colonia de Vacaciones		60.000	75.900	96.725
Actividades Vacaciones de Invierno		30.550	39.494	50.609
Tercerización Rincón Saludable		24.000	27.600	31.740
Talleres extra-programáticos		231.300	284.625	374.930,82
TOTAL Ingresos		2.375.850	2.738.744	3.479.364,64
Egresos				
Costos Fijos		2.063.484	2.373.006,6	2.728.957,59
Colonia de Vacaciones		25.000	33.370	38.362,5
Actividades Vacaciones de Invierno		8.000	9.200	10.580
Sueldo Profesores Talleres		51.750	59.512,5	68.439,38
Publicidad		3.200	3.680	4.232
TOTAL Egresos		2.148.634	2.478.769,1	2.846.868,64
TOTAL		224.416	259.974,9	628.793,17

Con este análisis realizado, se concluye que es viable la realización de este Plan de Negocios, ya que dentro del primer año se recupera lo invertido.

Factores que condicionan el precio

Para el CED los factores que afectan al precio a la hora de realizar la prestación de servicio son:

- **El costo del producto:**

Debido a que hay que saber cuánto están dispuestos a pagar los padres por la educación de sus hijos; y si esto se corresponde con los costos que tiene el colegio para brindar el servicio (sueldos, mantenimiento de infraestructura, seguros, materiales, etc.).

- **El marco legal:**

El Estado establece cuál debe ser el sueldo mínimo de los docentes.

También puede ser que haya algún aumento en el salario de los docentes, establecido por el Estado. Y que sea el colegio quién tiene que hacerse cargo de dicho aumento.

A su vez, sucede lo mismo si el establecimiento quiere aumentar la cuota, ya que la Primaria del CED tiene un 60% de subvención por parte del Estado. En este caso es el Estado quien designa de cuanto puede ser el aumento de la cuota.

No sucede lo mismo con la Secundaria, ya que esta no tiene ningún aporte estatal, por lo que pueden aumentar libremente la cuota. Aunque este aumento tiene que ser comunicado con anterioridad a los padres.

- **Competencia directa e indirecta:**

En el caso de la secundaria, la cuota de la competencia directa (IMES) es de \$250 y tiene una subvención del 100% por parte del Estado, lo que indica que el arancel es menor que el que abonan los padres del CED.

Y su vez, tanto para primaria como para secundaria, pueden concurrir a los establecimientos públicos (competencia indirecta), en los cuales no hay que pagar cuota.

Formas de variar el precio

Los precios no necesariamente se mantendrán fijos. Estos se pueden variar estratégicamente.

La Directora de Secundaria del establecimiento, María Amelia García, en la entrevista comentó que el colegio tiene padres que son morosos o que pagan la cuota tarde. Esto sería la única causa por la cual el CED podría realizar un descuento por pronto pago. Por ejemplo:

- Si la cuota se paga antes del día 10 de cada mes, habrá un descuento del 5%. En este caso el total a pagar en Secundaria sería de \$760. En los tres primeros años de Primaria sería de \$ 617,50 y los últimos tres años de Primaria sería de \$665. Suponiendo que el alumno paga el total de la cuota, ya que algunos cuentan con el sistema de padrinazgo, en el que tienen un porcentaje de beca.

Si este descuento comienza a implementarse a mitad de año del 2015, se entregará con cada cuota de los 3 meses anteriores un volante en donde se explicará la nueva modalidad de cobro. El mismo volante podrá ser digitalizado para ser enviado por mail y subido a las redes sociales y sitio web.

A su vez, en las reuniones de padres realizadas durante el transcurso del año se informará de este beneficio.

Sres. Padres:



Les informamos que a partir de Julio, quienes abonen la cuota antes del día 10 de cada mes, obtendrán un descuento del 5% del total de la misma como un beneficio extra por pronto pago.

Saludamos atentamente.

Equipo Directivo del Centro Educativo Dionisia.

DISTRIBUCIÓN

Distribución es poner el producto o servicio al alcance del consumidor. Es ubicar el producto cómo, dónde y cuándo el cliente espera encontrarlo. La institución educativa al ser un servicio es casi imposible adquirirlo en un lugar que no sea el establecimiento. Por lo tanto el **CANAL** de distribución del CED es **DIRECTO** es decir que no tiene intermediarios que alcancen el servicio a los consumidores.

Sin embargo, actividades extra curriculares y los talleres propuestos, también podrán abonarse en la Cooperativa de Electricidad Dionisia Ltda, que se encuentra más cercana al centro de la ciudad.

Por otra parte, cabe destacar que se propone enviar la cuota por mail para evitar que el padre tenga que acercarse al colegio a buscarla. La misma se puede abonar en los siguientes centros de cobro:

- Ripsa, Moreno 2215.
- Bapro, San Martín 155.
- Banco de la Nación Argentina, 194.
- Banco Provincia, Av. Pueyrredon 2243.

Asimismo, para acercar el servicio al cliente, se presentará la opción de contar con una combi o colectivo escolar el cual lleve a los chicos al colegio. Este beneficio será tercerizado.

Otra forma de distribución del servicio se realiza durante las fechas de inscripción. La misma se divide en tres llamados:

- Durante el primer llamado se inscribe a:
 - Hermanos de alumnos que concurren al establecimiento.
 - Hijos y/o nietos de empleados de la Cooperativa de Electricidad y de los consejeros en funciones
 - Familias que participaron en el proyecto de fundación.
 - Hijos y/o nietos de empresarios o particulares que participan del Programa de Padrinazgo Institucional.
- En el segundo se anota a Hijos de socios de la Cooperativa de Electricidad.
- Y en el último al Público en General.

Para aprovechar la capacidad que queda ociosa durante el verano y las vacaciones de invierno se propone llevar a cabo una colonia de vacaciones y diversas actividades respectivamente.

La colonia de verano se abonará en la Cooperativa y las actividades de invierno en el establecimiento el día que se concurre a las mismas.

PROMOCIÓN

La comunicación empresarial está compuesta por: la comunicación **INTERNA**, la que se efectúa con el personal de la empresa, la cuál es de vital importancia para poder transmitir a los clientes la imagen que se quiere de la empresa. Y la comunicación **EXTERNA**: que es la que se dirige a los clientes, potenciales clientes, sociedad, entre otros.

Dentro de la comunicación externa se diferencia la **COMUNICACIÓN COMERCIAL** de la **COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**. La primera está destinada a posicionar una marca, lanzar un producto, a incursionar en nuevos mercados, incrementar las ventas, captar nuevos clientes, etc.; y la segunda a generar una imagen positiva de la empresa o generar buenos vínculos con otras organizaciones.

En el Centro Educativo Dionisia, la comunicación interna se da de manera directa, es decir que la directora de cada área (primaria o secundaria) es quien se dirige a cada uno de los docentes. Lo mismo sucede con los profesores o maestros cuando se quieren comunicar con las directoras, esta comunicación se da sin intermediarios.

Además todos los miembros de la institución educativa, quieran o no, realizan una comunicación externa, ya que difunden la imagen que ellos mismos tienen del colegio. Es por eso, que es de vital importancia que la comunicación interna del colegio sea efectiva y que los docentes se identifiquen con el CED, para que transmitan una imagen positiva del establecimiento educativo.

Con respecto a la comunicación externa, el Centro Educativo Dionisia no ha desarrollado hasta el momento estrategias que lo puedan beneficiar.

La comunicación externa sirve para:

- **Generar una imagen positiva de la empresa:** Se buscará formar una buena impresión del colegio en los padres y familiares de los alumnos, ya que como se pudo observar en las encuestas el 35% de los encuestados conocieron al colegio por amigos, el 33% por familiares y se destaca también aquellos que lo conocieron por medio de padres que envían a sus hijos al CED.

También como se expuso antes, los docentes son un pilar fundamental a la hora de transmitir la imagen del colegio. Por lo cual, la institución educativa tiene que generar

en los docentes la identificación con el CED. Para ello se desarrollarán distintas acciones:

- El día del maestro o del profesor, la escuela deberá agasajar a los docentes, mediante una cena, en la que todos juntos festejen este día.
- Comunicándoles todo lo que suceda en la institución, ya sea información que sea valiosa como aquella que no se considere importante; por ejemplo: problemas con algún padre, distinciones que pueda recibir el colegio por participar en ferias de ciencias, olimpiadas, entre otros.
- Cuidar el ambiente de trabajo; en cual los docentes se sientan comprendidos y cuidados.

Tanto los padres y/o familiares de los alumnos que concurren al colegio, como los docentes son muy importantes a la hora de generar y transmitir la imagen del colegio a aquellos que no pertenecen ni conocen la institución.

- **Fidelizar los clientes**, al encontrarse la institución en la etapa de transición entre la introducción y el crecimiento, el colegio tiene que afianzar a sus clientes y a su vez atraer a nuevos clientes. Para ello se deberá crear un vínculo emocional con los padres y el colegio; y también entre los chicos y el colegio. Generar una idea de pertenencia al mismo.

Ya que los padres son, como los docentes, quienes van a transmitir la imagen del colegio; con ellos se podría conformar una Comisión de Padres para que por un lado estos se sientan parte de la institución y por otro que se creen relaciones entre los distintos padres, con los profesores y con los directores. A través de esta comisión los papás van a poder manifestar sus preocupaciones, propuestas e informes sobre la educación que reciben sus hijos. A su vez, el colegio deberá evaluar o tomar en cuenta lo planteado para que los mismos se sientan escuchados y lograr así el vínculo afectivo. De esta manera se propone fidelizar a los clientes.

- **Posicionar el servicio**, para esto lo que se debe hacer es que se vincule al CED con los atributos que se destacan en la institución, como puede ser la Calidad Educativa, el Aprovechamiento de la jornada escolar (los chicos no tienen horas libres), el Sistema de

Padrinazgo, la Educación Centrada en el Alumno, Contención que se le brinda al Alumno, Horas extra programáticas, Espacio Verde y Proyectos Especiales , para poder conseguir que los ciudadanos de la localidad de Otamendi se sientan identificados con esta institución, y así lograr el posicionamiento deseado.

A su vez también se pueden realizar distintos eventos en la localidad, abiertos a toda la comunidad, que sean propios del CED, y que lleven su nombre, para que se empiece a escuchar el nombre del Centro Educativo Dionisia e ir posicionándolo. Estos eventos pueden ser peñas folklóricas, bicicleteadas, entre otros. Por ejemplo: "La bicicleteada del CED".

- **Incrementar el número de inscriptos al colegio por año.** Esto se puede lograr si la comunicación externa es efectiva, lo que tendrá como resultado la fidelización de los clientes (en este caso padre/madre/tutor) y el aumento de la cantidad de alumnos, como así también de fondos para el colegio.

Plan de Comunicación

Para que el plan de comunicación sea efectivo, primero debo conocer a mi público objetivo y tener en cuenta lo que se ha investigado y desarrollado hasta este momento.

El público objetivo del CED son los padres, madres o tutores de la localidad de Comandante Nicanor Otamendi y zonas aledañas, que tengan hijos, niños o adolescentes en edad escolar con un nivel socio-económico perteneciente a las clases C1,C2, C3 y D.

A su vez se pueden dividir a estos como los clientes presentes (que son quienes envían a sus hijos/tutelados al Centro Educativo Dionisia) y los clientes futuros (aquellos que en un futuro puede llegar a enviar a sus hijos/tutelados al CED).

A los ambos tipos clientes se les va a informar y comunicar acerca de la calidad educativa del Centro Educativo Dionisia, como así también de la oferta educativa, el aprovechamiento de la jornada escolar, la educación centrada en el alumno y el sistema de padrinazgo que posee el establecimiento. Estos fueron los atributos que se destacaron en las encuestas que se realizaron anteriormente.

También se los notificará sobre las actividades abiertas a la comunidad que realiza el CED, entre otras tareas a desarrollar.

Será necesario para llegar al público llevar a cabo distintas acciones de comunicación.

Herramientas de Comunicación

La comunicación será fundamental para poder llevar a cabo este proyecto y cumplir los objetivos del mismo. Las herramientas de comunicación a utilizar serán:

- **Ventas:** esta herramienta se utilizará para aumentar las ganancias, en este caso para aumentar los fondos del colegio, ya que al depender de la Cooperativa de Electricidad de Dionisia Ltda. no puede percibir ganancias.

A su vez, se consideran a las ventas fundamentales para crear relaciones con los clientes.

Todo el personal tendrá que estar informado de las actividades educativas y recreativas que desarrolle la institución, eventos, competencias, premios, menciones y tarifas. Debido a que se comunica desde todos los ámbitos, tanto directivos, representantes legales como los docentes deberán contar con buena presencia y un óptimo desarrollo del lenguaje; ya que serán ellos principalmente quienes comuniquen a los clientes y/o futuros clientes.

Para eso, se entregará todos los meses al personal de la institución un boletín informativo digital donde se detallarán las novedades. Las directoras de ambos niveles estarán a cargo de esta tarea.

- **Relaciones públicas:** hace referencia a los vínculos que se crean con los diferentes públicos, buscando generar una relación positiva de la institución educativa. En el caso del CED se podría por ejemplo, llevar a cabo las siguientes estrategias:
 - Estar presente en la Fiesta Provincial de la Papa; que se desarrolla en la localidad de Otamendi, con un stand del colegio. El fin del mismo sería que todas las personas que visiten dicha Fiesta se enteren de la existencia del Centro Educativo Dionisia y empezar a generar el posicionamiento del mismo.
 - Otra propuesta es que el colegio participe (si está permitido) en el desfile que se lleva a cabo el día que finaliza la Fiesta Provincial de la Papa.
 - Realizar agasajos para fechas puntuales: el Día del Maestro, el Día del Niño, el Día de la familia, Aniversario del colegio, entre otros.
 - Continuar con las actividades abiertas que se ofrecen a la comunidad como charlas, cursos de informática, muestras de arte, talleres, etc.

- **Marketing directo:** para poder llevar esta herramienta adelante es necesario contar con una base de datos, ya que se trata de la comunicación personalizada.

Lo primero que debe hacer el colegio, es contar con una base de datos completa de los padres/madres o tutores de los chicos que concurren al colegio. Ya que el establecimiento no cuenta con una base de datos completa, se pedirá que en la fecha de inscripción de los alumnos o en las reuniones de padres, los mismos llenen un formulario para obtener la información faltante.

Una vez que cuenta con dicha base de datos, se podrían llevar a cabo las siguientes estrategias:

- Informar a los padres/madres o tutores el día y horario correspondiente a la reunión de padres dependiendo del curso al que vaya su hijo o tutelado.
- Comunicar el día de cierre de cada trimestre y cuando se entregarán los boletines. Esta acción se realizará tres veces al año.
- Avisar cuando comienza la fecha de inscripción, quienes se inscriben en 1ra instancia, quienes en 2da y luego quienes en 3ra. A su vez, también se podría notificar el aumento de las cuotas o fecha de vencimiento de las mismas. Si el colegio lo permitiera se podría enviar por mail, la cuota del mes para que el padre la pueda imprimir.
- Se utilizaría la base de datos para informar el calendario escolar, los actos escolares y muestras que se realicen en el CED, como también enviar felicitaciones por cumpleaños, Navidad, Fin de Año, entre otros.

Para que estas acciones no lleven mucho tiempo ni tampoco impliquen mucho esfuerzo, se programará el correo electrónico, de manera tal que sea más práctico y sencillo de realizar.

- **Publicidad:** esta herramienta de comunicación es la que puede abarcar mayor cantidad de público, pero también es la que puede llegar a implicar los costos más elevados.

El Centro Educativo Dionisia no realiza ningún tipo de publicidad en Medios de Comunicación Masivos, solamente realiza publicaciones esporádicas en el boletín informativo de la Cooperadora Dionisia, como las siguientes:

Ciclo Lectivo 2014

Noticias

Bienvenida !!!

Marzo marca un nuevo comienzo escolar, una nueva oportunidad para construir juntos, para renovar, para crear y aprender, para crecer y aceptar nuevos desafíos. Iniciaremos un nuevo año con páginas en blanco, páginas que comenzaremos a escribir como comunidad educativa, cada uno con su impronta personal pero fortaleciendo el trabajo grupal y cooperativo. Alumnos, padres, docentes, auxiliares, representantes legales, miembros del Consejo de Administración ¡¡BIENVENIDOS a ESCRIBIR!! ... ya que entendemos que sólo con el aporte de todos lograremos el mejor libro.



Dirección del Centro Educativo Dionisia - CED

Programa De Padrinazgo Institucional

Al iniciar un nuevo ciclo escolar se hace llegar un agradecimiento a las empresas y particulares que desde hace varios años forman parte del Programa de Padrinazgo Institucional, a través del cual acompañan a nuestros niños y jóvenes en su camino educativo.

Programa "Activarse" de la Fundación Pepsico y Conciencia

La Dirección del CED agradece a la Fundación Pepsico y Conciencia por seguir fortaleciendo un trabajo conjunto y por la implementación de este Programa Nutricional en la Institución educativa, el cual seguirá desarrollándose durante el ciclo lectivo 2014.

Noticias del



Campamento Educativo

Abril es un mes muy movilizante para alumnos, docentes y padres ya que como cada año enmarcados en el Proyecto Vida en la Naturaleza, se realizaron los primeros CAMPAMENTOS EDUCATIVOS. Los alumnos de 2º ciclo junto a sus profesores, docentes y directora viajaron a Mar Chiquita donde disfrutaron de dos Jornadas de intensas actividades: tracking, canotaje, recorrida por la albufera, juegos en la playa, juegos nocturnos en el camping y el tradicional fogón.

Los alumnos de 1º ciclo realizaron su Campamento en el camping "El Durazno" de la ciudad de Miramar entre las actividades campentiles se realizaron juegos dentro del predio del camping, tracking, juegos nocturnos y fogón.

Este tipo de actividades son sumamente enriquecedores para la convivencia institucional del resto de año.

La Dirección del CED - Nivel Primario, felicita a los alumnos por el entusiasmo, las ganas y el comportamiento, esto permitió disfrutar de dos días inolvidables y seguir sumando experiencias positivas. También agradecer a los docentes y profesores por el trabajo en equipo y el compromiso demostrado en todo momento, claves para el éxito de este tipo de actividades educativas; y a las familias por la confianza y el acompañamiento.

Charla sobre alcoholismo

El pasado 30 de abril con la visita de integrantes del Intergrupo de Autoayuda de Alcohólicos Anónimos de la ciudad de Mar del Plata, en el marco del Proyecto "Hacia una vida sana ...", se dio inicio en el nivel secundario al ciclo de charlas previstas para los alumnos y abiertas a las familias, sobre distintos temas que hoy en día colocan a nuestros adolescentes en situación de vulnerabilidad, siendo "trastornos alimenticios" el tema a abordar durante el mes de mayo.

Comisiones evaluadoras turno mayo

La Dirección del nivel secundario informa que durante los días 14 al 19 de mayo se conformarán las Comisiones Evaluativas correspondientes al Turno Mayo, para los alumnos con materias pendientes de acreditación.

Bocas de Cobro

BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA

San Martín 194

Banco Provincia

Av. Pueyrredón 2243

BAPRO

San Martín 155

RIPSA

Moreno 2215
Buenos Aires y Corrientes

Es por eso que una de las propuestas es publicitar en radio; ya que la localidad de Otamendi no dispone de ningún canal de televisión propio. Se sugiere que la radio elegida sea una radio de influencia en Otamendi y la zona; y que el mensaje sea conciso pero eficiente, para que quede en la mente del oyente que el Centro Educativo Dionisia es un establecimiento educativo de Comandante Nicanor Otamendi y así generar el posicionamiento de la Institución Educativa.

En este caso la emisora propuesta es FM 107.1 Otamendi, quién además tiene como zona de cobertura a las localidades de Batán, Miramar y Mechongué, ampliando de esta manera los potenciales clientes. Otro beneficio que ofrece esta radio es que se puede escuchar a través de Internet en vivo.

El Centro Educativo Dionisia pautará publicidad en la radio de dos maneras:

- La primera: en época de inscripciones (Octubre - Noviembre y Diciembre), debido a que es en el período en el que se acercan nuevos clientes (padres que buscan colegios para sus hijos) y a su vez, se confirma que continúan los clientes que ya pertenecen a la institución.

El spot publicitario deberá ser un mensaje que llame la atención de los oyentes y en el cual se exprese que es el CED, cuáles son sus atributos (lo que lo diferencian de los otros establecimientos educativos) y sus beneficios.

A continuación se redactan dos textos a modo de sugerencia para este medio:

- *El Centro Educativo Dionisia informa que ya está abierta la inscripción para el ciclo lectivo 2016. Brindamos una excelente calidad educativa, contención y atención personalizada. Acercate a Corrientes 1764 o comunícate al (02291) 480127. Y comenzá a vivir desde ahora el futuro de tu hijo.*
- *Ya está abierta la inscripción para el ciclo lectivo 2016. ¿Conoces las tres razones para que tu hijo estudie en el Centro Educativo Dionisia? Calidad educativa, contención y atención personalizada. Acercate a Corrientes 1764 o comunícate al (02291) 480127. CED, construyendo el futuro.*

A partir de las tarifas propuestas por la radio, se establece que la más conveniente para la acción publicitaria es la que ofrece: diez salidas diarias (lunes a sábado), en tandas rotativas, con textos que no superen los sesenta segundos a \$400 mensuales.

- Lo segundo que tendrá que comunicar el CED son las actividades abiertas a la comunidad como son las charlas, exposiciones, muestras y talleres gratuitos. Las mismas se comunicarán de Marzo a Diciembre.

A continuación se redacta un texto, a modo de ejemplo, de una muestra fotográfica.

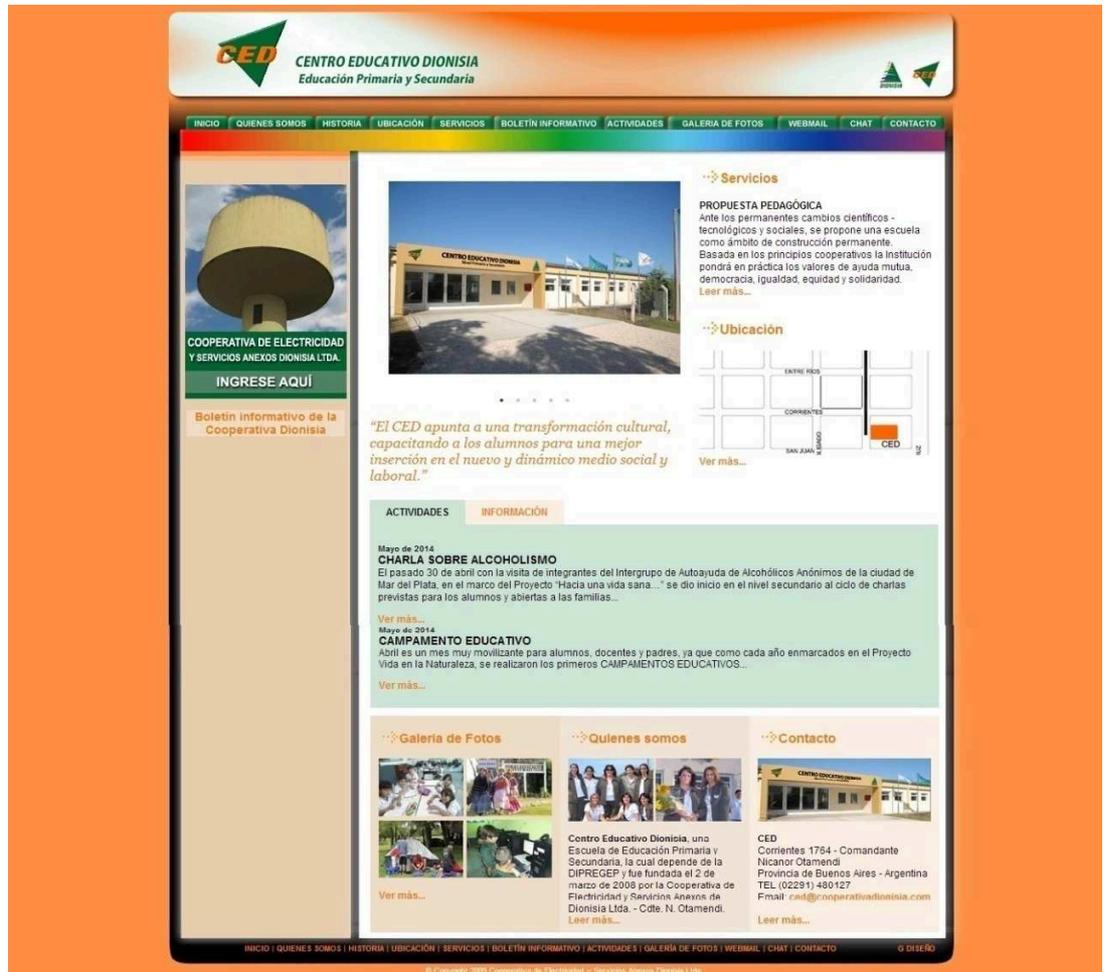
- *El Centro Educativo Dionisia, invita a toda la comunidad, a visitar la muestra fotográfica "100 años con Julio" de Sara Facio, que expone imágenes inéditas de la vida del escritor Julio Cortázar. Acercate a Corrientes 1764 de lunes a viernes de 18 a 20, entrada libre y gratuita.*

Esta acción tendrá 5 salidas diarias (lunes a sábado), en tandas rotativas y el costo mensual será de \$200.

A su vez, se pedirá a la emisora que la Tanda publicitaria del Centro Educativo Dionisia no se pase los días viernes de 10.30 a 11.30, ya que se emite un programa del IMES, y este es la competencia directa del colegio.

- **Nuevos Medios:** esta herramienta es la implementación de las nuevas tendencias, como las redes sociales, el marketing 2.0, web 2.0, entre otros.

○ Sitio Web:



Así luce actualmente el sitio web de la institución.

Lo primero que se la va a sugerir al colegio es cambiar el dominio de su sitio para que la mismo se encuentre dentro de la ARIU (Asociación Redes de Interconexión Universitaria), que son quienes brindan el dominio .edu.ar de forma gratuita a todas las entidades educativas de la República Argentina.

Actualmente la página correspondiente al establecimiento educativo es: <http://www.ced.coopdionisia.com.ar>. Y la misma pasaría a ser: <http://www.ced.edu.ar>.

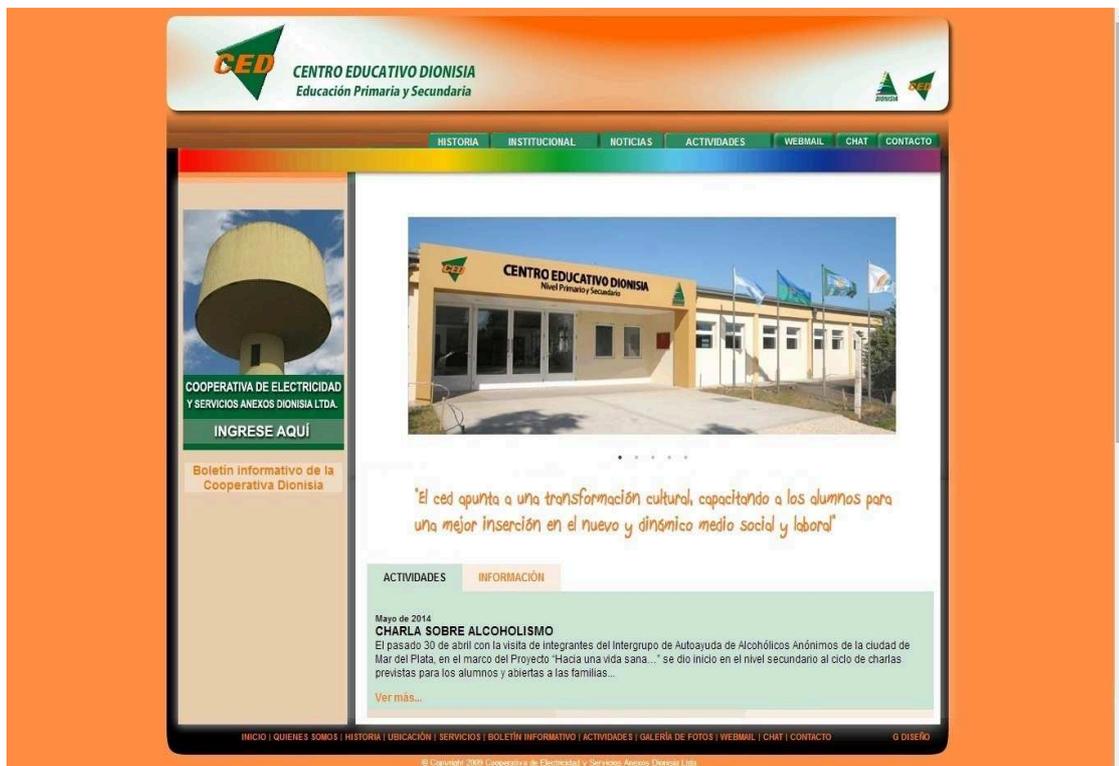
Luego se les presentarán dos propuestas para rediseñar el sitio web:

- La primera propuesta consiste en que la página tenga un diseño más dinámico y moderno. Que no contenga tanta información en el inicio.

Al entrar a la página los usuarios se encontrarían con cinco imágenes que rotarán cada cinco segundos. Y debajo de ellas el lema del establecimiento. La única información extra que se localizará en el home serán unos apartados de actividades y noticias.

También se propone que se unan algunas de las solapas que contiene el sitio web como son: Quienes somos - Historia, Contacto - Ubicación. En vez de llamarse "Boletín Informativo", esa página se podría llamar Noticias (un nombre más atractivo) y modificar el nombre "Servicios" por "Institucional". A su vez dentro de Institucional tendría que estar separado entre Primaria y Secundaria; y que en cada una de ellas se presente la propuesta educativa que tiene el colegio, los docentes y profesores(estudios y carreras profesionales), y la galería de imágenes correspondiente a cada nivel.

A modo de ejemplo la página principal quedaría de la siguiente manera:



- La segunda opción que se le propone a la Institución es la de crear un nuevo sitio web. El mismo tendrá en el inicio la imagen del establecimiento en el centro. En la parte superior a la derecha se encontrarán las siguientes solapas: Institucional, Nivel Primario, Nivel Secundario, Actividades y Contacto. Y debajo de ellas el acceso directo al Facebook del Colegio.

Debajo de la fotografía principal se encontrará la solapa de Noticias.

Dentro de la categoría Institucional se encontrará la historia del Centro Educativo Dionisia, cuál es su misión y visión y quienes son las autoridades de turno.

Al igual que se propuso anteriormente, en cada uno de los Niveles, "Nivel Primario" y "Nivel Secundario", se presentará la propuesta educativa que tiene el colegio, los docentes y profesores(estudios y carreras profesionales), y la galería de imágenes correspondiente a cada ciclo.

Y a su vez dentro del Nivel Secundario se podrá elegir entre acceder al "Webmail" o al "Chat". Estas son aplicaciones propias de los alumnos de secundaria, que se utilizan para comunicarse con los docentes por cualquiera de los dos medios; ya que cada alumno de secundaria tiene su propio mail con el dominio @ced.coopdionisia.com.ar

Luego en la solapa de Actividades, se encontrarán aquellas actividades que son abiertas a la comunidad y que brinda el CED para que participen todos los habitantes de la localidad de Comandante Nicanor Otamendi.

Para finalizar dentro de "Contacto" se encontrará la información para comunicarse con el colegio como son: Dirección, teléfono, mail, entre otros. También habrá un formulario de consultas para completar, y a su vez un mapa de ubicación del colegio.

La siguiente imagen se utiliza para establecer como quedaría el inicio del nuevo sitio web del Centro Educativo Dionisia.



NOTICIAS

La actualización constante de las noticias no tendría ningún costo extra ya que actualmente esta actividad la realiza la secretaria del colegio, y es quien encarga de subirlas a la web.

Lo mismo sucede con la actualización de las actividades abiertas a la comunidad.

El diseño y lanzamiento de un nuevo sitio web ó la reestructuración del sitio que ya poseen tendrá un costo de \$ 6.000 aproximadamente por única vez.

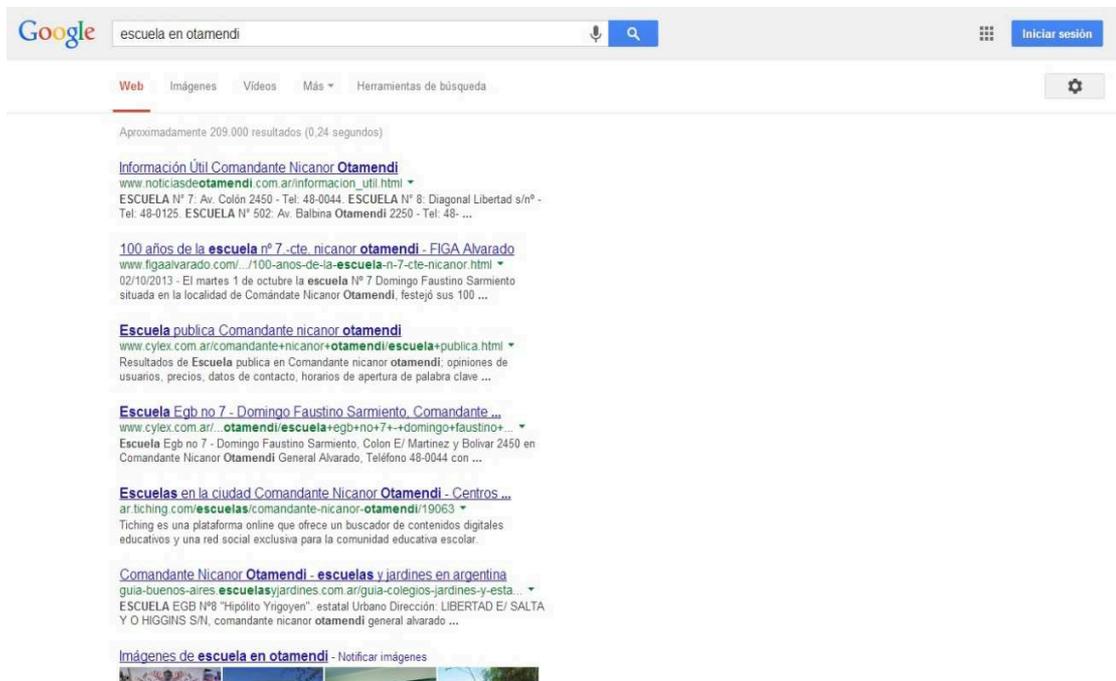
Otra herramienta a utilizar será el posicionamiento del colegio en los buscadores, para que aparezca este en los primeros resultados de la búsqueda al utilizar las siguientes palabras:

- Colegio/Escuela en Otamendi
- Escuela Secundaria en Otamendi
- Escuela Primaria en Otamendi
- CED

Existe la posibilidad de realizar publicidad en Google, con los Adwords, que sirven para aparecer como destacado entre los resultados y así poder estar a mano de las personas en el momento en que deseen acceder a la información.

La ventaja que tiene esta herramienta es que el colegio puede decidir el dinero que desea invertir en esta forma de publicitar y se pagará solamente cuando alguna persona haga clic en el anuncio.

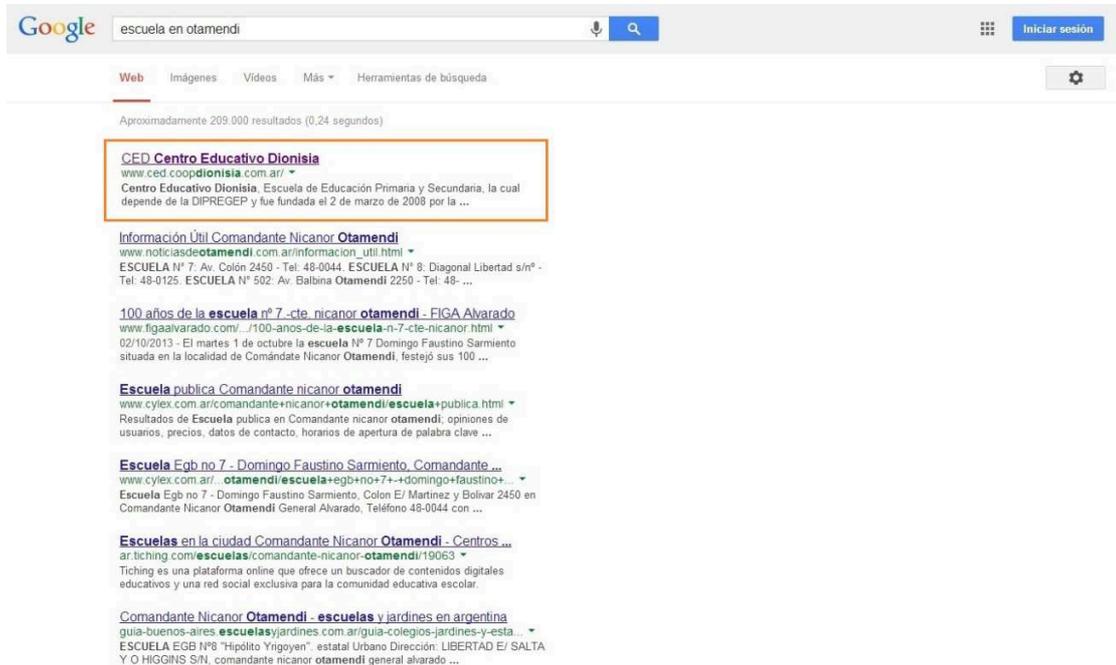
Actualmente cuando una realiza la búsqueda con las palabras "Colegio en Otamendi" los resultados son los siguientes:



The image shows a Google search interface with the query "escuela en otamendi". The search results are as follows:

- Información Útil Comandante Nicanor Otamendi**
www.noticiasdeotamendi.com.ar/informacion_util.html
ESCUELA N° 7: Av. Colón 2450 - Tel: 48-0044. ESCUELA N° 8: Diagonal Libertad s/n° - Tel: 48-0125. ESCUELA N° 502: Av. Balbina Otamendi 2250 - Tel: 48-...
- 100 años de la escuela nº 7 -cte. nicanor otamendi - FIGA Alvarado**
www.figaalvarado.com/.../100-anos-de-la-escuela-n-7-cte-nicanor.html
02/10/2013 - El martes 1 de octubre la escuela N° 7 Domingo Faustino Sarmiento situada en la localidad de Comandante Nicanor Otamendi, festejó sus 100 ...
- Escuela publica Comandante nicanor otamendi**
www.cylex.com.ar/comandante+nicaror+otamendi/escuela+publica.html
Resultados de Escuela publica en Comandante nicanor otamendi; opiniones de usuarios, precios, datos de contacto, horarios de apertura de palabra clave ...
- Escuela Egb no 7 - Domingo Faustino Sarmiento, Comandante ...**
www.cylex.com.ar/...otamendi/escuela+egb+no+7++domingo+faustino+...
Escuela Egb no 7 - Domingo Faustino Sarmiento, Colon E/ Martinez y Bolivar 2450 en Comandante Nicanor Otamendi General Alvarado, Teléfono 48-0044 con ...
- Escuelas en la ciudad Comandante Nicanor Otamendi - Centros ...**
ar.tiching.com/escuelas/comandante-nicanor-otamendi/19063
Tiching es una plataforma online que ofrece un buscador de contenidos digitales educativos y una red social exclusiva para la comunidad educativa escolar.
- Comandante Nicanor Otamendi - escuelas y jardines en argentina**
guia-buenos-aires.escuelasyjardines.com.ar/guia-colegios-jardines-y-esta...
ESCUELA EGB N°8 "Hipólito Yrigoyen", estatal Urbano Dirección: LIBERTAD E/ SALTA Y O HIGGINS S/N, comandante nicanor otamendi general alvarado ...
- Imágenes de escuela en otamendi** - Notificar imágenes

Empezando a utilizar la herramienta Adwords que brinda Google, la búsqueda quedaría de la siguiente manera:



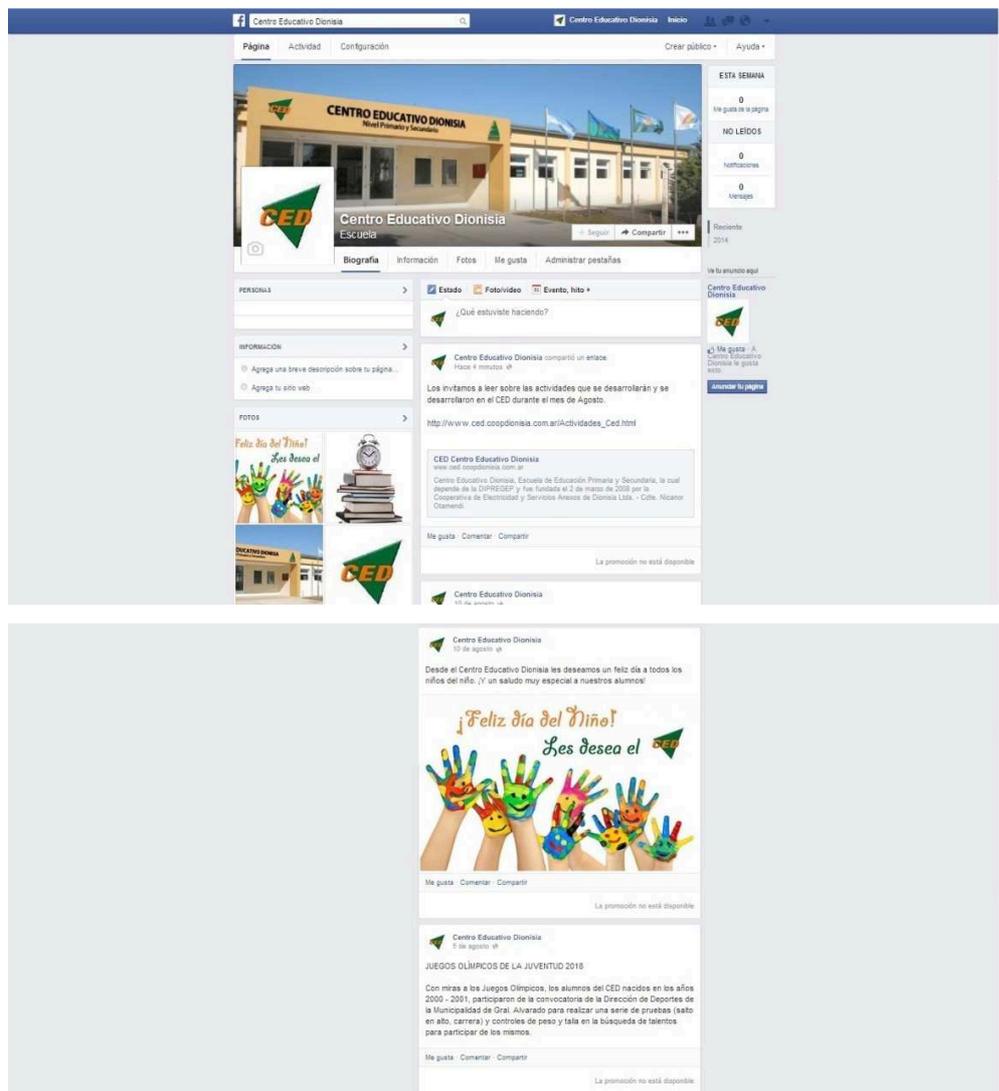
Para esta campaña se contará con un presupuesto de \$1.200 pesos anuales, lo que significa que por mes se pagará \$100.

○ Redes Sociales:

Lo primero que se le recomendará a la Institución es la creación de una Fan Page en la Red Social Facebook, en donde se podrá interactuar con los clientes actuales y con los clientes potenciales.

A través de la página de Facebook se podrán informar diferentes noticias como: si los alumnos ingresan más tarde al colegio, fechas de reunión de padres, imágenes de los alumnos en las distintas actividades que realiza el colegio (campamentos, salidas educativas, feria de ciencias, jornadas escolares, etc.), fecha de inscripción para los ciclos lectivos, mesas de exámenes, entre otras. También se podrán informar aquellas actividades, muestras, talleres y charlas abiertas a la comunidad que brinda la institución.

A su vez lo que se busca con las publicaciones que se realizan en Facebook, es que los padres compartan las mismas. Esto genera, lo que se llama viralidad, es decir que los amigos de quienes pusieron “Me Gusta” en la fan page del Centro Educativo Dionisia y compartieron las publicaciones también verán las mismas.





Las imágenes que se muestran son un ejemplo de cómo quedaría la Fan Page de Facebook de la institución educativa.

La actualización y generación de contenido de la red social estará a cargo de la secretaria de la institución, quien realiza esta misma acción para el sitio web y solo se responderá a los comentarios en el horario de jornada escolar.

También se utilizará el Facebook para realizar promoción de las siguientes actividades: Colonia de Vacaciones, Talleres extra- programáticos, las actividades que se desarrollen durante las Vacaciones de Invierno, los atributos del CED y fechas de inscripción.

Al contar con la posibilidad de variar el anuncio por día, semana o mes se planificará de la siguiente manera cómo se comunicará:

- De Septiembre a Noviembre: Fechas de Inscripción.
- De Noviembre a Enero: Colonia de vacaciones de verano.
- Julio: Actividades Vacaciones de Invierno.
- De Marzo a Diciembre: Actividades abiertas a la comunidad y talleres extra-programáticos.
- Durante todo el año: los atributos del CED.

Para esto se propone contar con un presupuesto de \$500 anuales que tendrá un alcance de 6.000 personas aproximadamente por mes.

A continuación un ejemplo de esta acción:



Centro Educativo Dionisia

Anuncios · 🌐

Ya comenzó la inscripción a la Colonia de Vacaciones abierta a toda la comunidad. Acercate a Corrientes 1764 o comunicate al (02291)480-127



EVALUACIÓN Y CONCLUSIÓN

El presente trabajo tuvo como objetivo desarrollar un plan de negocios para el posicionamiento del Centro Educativo Dionisia de la localidad de Comandante Nicanor Otamendi.

Para ello, se realizó una investigación acerca de la situación actual del CED, la del mercado, quiénes son sus competidores, cómo están posicionados estos; y las características del cliente. Junto a la recolección de datos cualitativos y cuantitativos, se elaboraron distintas estrategias acordes a la realidad de la institución educativa.

Para evaluar si el plan funciona o no, se propone realizar un seguimiento continuo del mismo. Es decir que, el Centro Educativo Dionisia deberá respetar el procedimiento si es que quiere obtener los resultados pretendidos.

A su vez se deduce que el proyecto es financieramente factible ya que durante el primer año de implementación se recupera la inversión que debe hacer el establecimiento. Esto se debe a que se trató de aprovechar al máximo todos los recursos y la mayoría de las propuestas planteadas no demandan un gran desembolso de dinero por parte del CED.

Por último, tomando como referencia los resultados que se obtuvieron en las encuestas, en lo que refiere al mercado, y el estudio general del mismo, se determinó que el plan es viable. Esto concluye en la intención de adquirir el servicio por parte de los clientes.

BIBLIOGRAFIA

- Alonso Rivas, Javier (2010) "Comportamiento del Consumidor" Decisiones y estrategia de marketing. Editorial Esic.
- Baez Evertsz, Carlos (2000): "La Comunicación Efectiva"
- Kotler, Philip (2004): "Los 10 Pecados Capitales del Marketing" indicios y soluciones. Editorial Gestión 2000.
- Kotler, Philip (2006): "Dirección de Marketing" Duodécima edición. Editorial Pearson.
- Internet.

ANEXO



Dirección General de
Cultura y Educación



LA PLATA, 16 de junio de 2010

VISTO la Ley de Educación Provincial N° 13688; Y

CONSIDERANDO:

Que conforme lo establecido en la presente Ley se han producido cambios en la estructura de los Niveles y Modalidades del Sistema Educativo Provincial;

Que el Plan Educativo 2008 – 2011 de la Dirección General de Cultura y Educación propone implementar un sistema de procedimientos administrativos tendiente a la reducción o simplificación de los trámites;

Que de las distintas acciones implementadas para conseguir el logro del objetivo precitado, surge la necesidad de optimizar la tramitación para la autorización de funcionamiento de nuevos servicios educativos de gestión privada;

Que en función de lo señalado precedentemente la Dirección Provincial de Educación de Gestión Privada, promovió el análisis de la normativa para la autorización de establecimientos educativos de gestión privada, en el seno del Consejo Consultivo;

Que de la interpretación armónica de los Artículos 130, 133 y 134 de la Ley N° 13688 y Resolución N° 2536/08 surgen las competencias atribuidas por dicha norma a esta Dirección Provincial, habiéndose recibido expresas indicaciones de la Subsecretaría

Administrativa de la Dirección General de Cultura y Educación, que corresponde a este Director adoptar y aplicar las medidas de orden establecidas en la Ley;

Por ello,

EL DIRECTOR PROVINCIAL DE EDUCACION DE GESTION PRIVADA DISPONE:

ARTÍCULO 1º Derogar la disposición N° 641 de fecha 26 de diciembre de 2001. ARTÍCULO 2º Aprobar el Anexo I, Condiciones Generales para la Autorización de

Servicios Educativos – Carpeta de Apertura.

ARTÍCULO 3º Aprobar el Anexo II, Autorización de Servicios Educativos de Propiedad

Municipal – Carpeta de Apertura.

ARTÍCULO 4º Establecer que la solicitud deberá ser presentada a la Inspección de Enseñanza, para su consideración, hasta el 30 de julio del año anterior a la apertura del establecimiento escolar.

ARTICULO 5º Autorizar a matricular, en caso de corresponder, a partir del 30 de octubre del año anterior al del inicio de su funcionamiento.

ARTICULO 6º Considerar clandestino en los términos de la Ley 13688., al servicio que no proceda conforme a lo pautado en la presente.

ARTICULO 7º Registrar esta Disposición. Comunicarla a quienes corresponda. Cumplido, reservar en esta Dirección Provincial.

DISPOSICIÓN N° 200

Fdo: Dr. Néstor José RIBET Director

Dcción. Prov. De Educación de Gestión Privada

Dcción. General de Cultura y Educación de la Pcia. de Buenos Aires

ANEXO I:

**CONDICIONES GENERALES PARA LA AUTORIZACIÓN DE SERVICIOS EDUCATIVOS EN
EL AMBITO DE LA GESTION PRIVADA**

CARPETA DE APERTURA

ACCIONES	PLAZOS	DOCUMENTACION	INSTANCA RESPONSABLE
<p>1.- Presentación de Carpeta de Apertura (Original y copia) ante la Jefatura Regional de Inspección de la jurisdicción Correspondiente</p>	<p>Hasta el 30 de julio del año anterior a la apertura del servicio.</p>	<p>La carpeta de apertura deberá contener los siguientes datos y elementos:</p> <p>1.- Solicitud de autorización de funcionamiento en papel timbrado por el Banco de la Provincia de Buenos Aires (Valor mínimo).</p> <p>Constará de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Datos del Propietario (personas físicas o jurídicas) - Domicilio de la entidad propietaria (persona/s físicas o jurídicas) constituido en la Provincia de Buenos Aires. - Nombre del Establecimiento según normativa vigente (Resol. 1935/84 y 7282/93) - Domicilio donde funcionará el Establecimiento. - Niveles, 	<p>Propietario.</p> <p>El inspector actuante al momento de la recepción de la/s carpeta/s de apertura deberá corroborar la presentación completa (del punto 1 los ítems 1 al 5) de la documentación, caso contrario deberá devolverla bajo acta. La carpeta original quedará archivada en Jefatura conjuntamente con un acta suscripta por el RL y el Inspector interviniente, indicando de manera pormenorizada la documentación que la compone y la faltante que origina su</p>

		<p>Modalidades y/o Carreras que atenderá y horarios de funcionamiento de cada uno.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Detalle de los módulos extracurriculares a dictar y horario de los mismos. Para los Jardines Maternales no se contempla el dictado de módulos extracurriculares por la naturaleza de la matrícula que atiende) - Firma del propietario o persona autorizada legalmente para hacerlo. <p>2.- Datos del Propietario:</p> <p>2.1.- Personas Físicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de antecedentes policiales expedidos por la Policía de la Provincia de Buenos Aires y certificado de Buena Conducta, expedido por el Registro Nacional de Reincidencia. - Informe de anotaciones personales expedido por 	devolución.
--	--	--	-------------

		<p>la Dirección del Registro de la Propiedad Inmueble del Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Denuncia de domicilio real y teléfono. En caso de no estar localizado en la Prov. de Buenos Aires, deberá constituir un domicilio legal en la Prov. de Buenos Aires, a efectos de la Ley de Procedimiento Administrativo (Decreto Ley 7647/70). - Certificado de aptitud psico – física (de Institución Oficial o Privada suscrito por médico clínico) para la función que cumple. - Acreditación de situación previsional ante el I.P.S., en todos los casos. - Presentación de un proyecto de gastos y cálculo de recursos que asegure la 	
--	--	--	--

		<p>prestación del servicio educativo hasta completar la totalidad de los años que conforman el Nivel y/o Modalidad, con carácter de Declaración Jurada.</p> <p>2-.2.- Personas Jurídicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estatuto societario donde conste el carácter educativo de la Institución. - Acta de constitución de autoridades. La que deberá ser actualizada conforme los cambios que se produzcan, según lo establecido en el Estatuto Societario. - Domicilio en la Provincia de Buenos Aires y teléfono. En caso de poseer un domicilio fuera de la jurisdicción, deberá constituir un domicilio legal en la Provincia de Buenos Aires. - Acreditación de la Personería Jurídica. Certificado de libre deuda del 	
--	--	--	--

		<p>I.P.S.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentación de proyecto de gastos y cálculo de recursos que asegure la prestación del servicio educativo hasta completar la totalidad de los años que conforman el Nivel y/o Modalidad, con carácter de Declaración Jurada. <p>3.- De los Representantes Legales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nota con la designación de dos (2) representantes legales por parte del propietario, con indicación de los datos filiatorios. - Los mismos deberán poseer y presentar: Título Secundario - Certificado de antecedentes policiales expedidos por la Policía de la Provincia de Buenos Aires y certificado de Buena Conducta, expedido por el Registro Nacional de 	
--	--	---	--

<p>Verificación de la documentación presentada</p>	<p>30 de Agosto del año anterior al inicio de la actividad, el Inspector Jefe podrá ampliar los plazos de la verificación de la documentación hasta la culminación de año calendario en que se presenta la solicitud, para aquellas certificaciones cuya demora se deba a Organismos Oficiales, o por razones debidamente justificadas.</p>	<p>Reincidencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informe de anotaciones personales expedido por la Dirección del Registro de la Propiedad Inmueble del Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires. - Certificado de aptitud psico – físico (de Institución Oficial o Privada suscripto por un médico clínico), para la función que debe cumplir. - Fotocopia del D.N.I. - Nota de aceptación de la designación como Representante Legal de la Institución que se invoca. 	<p>Inspector e Inspector Jefe.</p>
<p>Autorización transitoria para matrícula</p>	<p>Al 30 de octubre del año anterior al inicio de la actividad la Jefatura de Región autorizará, mediante acta, a matricular transitoriamente para el ciclo lectivo siguiente. En la modalidad Formación Profesional/Jardín Maternal el inicio del Ciclo podrá establecerse</p>	<p>El propietario y/o Representantes Legales sólo podrán desempeñarse en tareas docentes en la Institución cuando las mismas revistan la mayor jerarquía pedagógica. Todas las fotocopias, del punto 3, deberán estar certificadas por la</p>	<p>Inspector Jefe de Región</p> <p>Inspector Jefe de Región.</p>
<p>Ratificación de la matriculación transitoria</p>	<p>Al 30 de octubre del año anterior al inicio de la actividad la Jefatura de Región autorizará, mediante acta, a matricular transitoriamente para el ciclo lectivo siguiente. En la modalidad Formación Profesional/Jardín Maternal el inicio del Ciclo podrá establecerse</p>	<p>El propietario y/o Representantes Legales sólo podrán desempeñarse en tareas docentes en la Institución cuando las mismas revistan la mayor jerarquía pedagógica. Todas las fotocopias, del punto 3, deberán estar certificadas por la</p>	<p>Inspector Jefe de Región.</p>

	<p>en función de la duración de cada curso.</p> <p>Al 15 de febrero del año en que se inician las actividades educativas la Jefatura Regional, como plazo máximo y sin excepción, previa verificación de que se han cumplimentado todos los requisitos, ratificará la autorización transitoria.</p>	<p>Jefatura de Región.</p> <p>4.- Ideario sobre el cual se sustentará el Proyecto Educativo.</p> <p>5.- Documentación del inmueble:</p> <p>Si la Persona Física o Jurídica que solicita la autorización de funcionamiento del servicio educativo es propietaria del mismo deberá presentar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de original (validez un año). - En caso de condominios, instrumento de cesión de uso a favor del Propietario del servicio educativo por la totalidad de los condominios que involucra el Proyecto y con las firmas certificadas ante autoridad competente. <p>Si la Persona Física o Jurídica que solicita la autorización de funcionamiento del servicio educativo no es propietaria del inmueble escolar, deberá presentar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Documento que instrumente la relación 	
--	---	--	--

		<p>legal que habilite la utilización del inmueble por el lapso de tres (3) años con opción a tres (3) más (Contrato de locación, comodato o cesión, entre otros puntos). Las firmas deberán estar certificadas en original por autoridad competente.</p> <p>En ambos casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de potabilidad del agua, para consumo humano emitido por entidad pública o privada especializada. <p>En caso de no contar con suministro de agua potable deberá presentar una declaración jurada firmada por el Representante Legal asegurando la provisión normal de la misma durante todo el año, y exhibiendo comunicación fehaciente de la prohibición de utilizar el agua de la red interna para bebida.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habilitación Municipal para 	
--	--	---	--

		<p>funcionar como establecimiento educativo.</p> <p>- Del Plano y croquis: Fotocopia del plano aprobado del inmueble, la cual deberá ser perfectamente legible, especialmente en relación a sus dimensiones. Además, se presentará un croquis, firmado por profesional matriculado en la especialidad, con indicación del/los destinos de cada ambiente o espacio, sin omitir el correspondiente a Educación Física, si correspondiere el dictado de dicha asignatura en el Proyecto.</p> <p>Podrá presentarse sólo el Plano aprobado cuando la construcción hubiera sido realizada con fines de constituirse en una Institución Educativa y coincidan los destinos de los</p>	
--	--	--	--

		<p>ambientes con los del Proyecto Educativo propuesto.</p> <p>En caso de plantearse, por cualquier motivo, etapas de construcción y/o mejoras, deberán tener fechas concretas de realización y estar aprobadas por el organismo municipal correspondiente, cuando ello fuera pertinente.</p> <p>No podrán extenderse más allá del 30 de octubre del año anterior del inicio de las actividades, dando cumplimiento a la totalidad de los requerimientos necesarios para el funcionamiento del establecimiento. En caso de ampliaciones edilicias, éstas deberán efectuarse en períodos que no afecten el normal desarrollo de las clases y cumplan con las condiciones de seguridad e higiene correspondiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informe en original, amplio y detallado, de Profesional matriculado en la especialidad que certifique las condiciones de habitabilidad, seguridad e 	
--	--	--	--

		<p>higiene de las instalaciones conforme el destino propuesto; la firma del profesional estará certificada por el Colegio Profesional respectivo.</p> <p>- No podrá efectuarse cambio de domicilio durante el trámite de autorización de funcionamiento. De producirse, caducará el trámite de apertura, debiendo iniciarse nueva carpeta.</p> <p>- Si se produjera cambio de propietario, deberá darse cumplimiento a las prescripciones de la Resolución N° 1621/99 o la norma que la reemplace.</p> <p>Análisis de toda la documentación presentada. Visita al inmueble ofrecido. Criterio sobre la factibilidad de apertura.</p>	
--	--	--	--

		<p>Asesoramiento técnico – pedagógico. Notificación de las posibilidades aproximadas de funcionamiento: secciones, años y alumnos por turno, de acuerdo con la capacidad edilicia y en función del Proyecto Educativo y de los plazos otorgados para el cumplimiento de entrega de nueva documentación y/o acciones faltantes. Informa a la Jefatura de las acciones realizadas y labra acta/s de cada una de sus intervenciones.</p> <p>Se labrará acta donde la Jefatura de Región notificará a la entidad propietaria que autoriza a matricular transitoriamente para el ciclo lectivo siguiente.</p> <p>De contarse con la documentación completa, correctamente cumplimentada en todos sus requerimientos y con el número mínimo de alumnos exigido por la normativa, se ratificará la autorización transitoria para matricular en el/los niveles y/o modalidades</p>	
--	--	--	--

		<p>y secciones expresamente consignadas por el propietario en la carátula de la carpeta de apertura (Punto 1 – solicitud de autorización de funcionamiento).</p> <p>Presentación al inicio del ciclo lectivo del formulario DIPREGEP 17.</p> <p>Se notificará fehacientemente sobre la obligación de realizar los aportes al I.P.S. a partir del comienzo de las actividades docentes (Ley 12150) y confeccionar mensualmente la planilla DIPREGEP 20, certificada por el Inspector actuante.</p> <p>Si al inicio del Ciclo Lectivo no se ha logrado el número mínimo de alumnos previstos para el funcionamiento, se revocará esta autorización</p>	
2.- Inicio de las actividades escolares	<p>Inicio del Ciclo Lectivo, el inspector areal verifica y certifica la autenticidad de los datos de la Declaración Jurada del Personal Docente, que quedará agregada a la carpeta de apertura.</p>	<p>Deberá presentar bajo Declaración Jurada: (con firma en todos los folios del Propietario y/o Representante Legal, una planilla con los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nómina del Personal Docente: Apellido y Nombre Nacionalidad. 	<p>Propietario o Representante Legal</p>

		<p>D.N.I. Título Número de Registro de Título en la Dirección General de Cultura y Educación. Constancia de contar en su legajo con certificado de aptitud psico – física en original o preocupacional de A.R.T.</p> <p>La totalidad del personal docente deberá contar con título habilitante para el nivel, situación que deberá ser constatada por el inspector en el servicio. Asimismo deberá constituirse un legajo de cada docente con originales o fotocopias autenticadas, según corresponda, y se archivará en el Establecimiento.</p>	
<p>3.- Verificación de funcionamiento y rutina de supervisión.</p>	<p>A los 30 (treinta) días corridos del inicio de la actividad y posteriormente conforme la periodicidad que se establezca en cada región. Siempre que no se produzcan</p>	<p>Verificación del funcionamiento del servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realiza visitas al Servicio Educativo documentando las mismas. - Brinda asesoramiento. - Elabora informe con emisión de criterio sobre: 	<p>Inspector e Inspector Jefe Regional.</p>

	<p>situaciones que obliguen a realizar las acciones correspondientes cuando se considere pertinente. A los 60 días corridos del inicio de la actividad deberá verificarse el cumplimiento del aporte al IPS y la documentación correspondiente al pago de sueldos del personal.</p>	<p>Condiciones higiénico – pedagógicas. Estados administrativos. Mobiliario y material didáctico Caracterización de la matrícula atendida Títulos del personal docente Conducción Pedagógica Actualización y Perfeccionamiento Docente. Evaluación del PEI Fecha de inicio de actividades, planes vigentes en los cursos, especificación de años y secciones atendidas.</p> <p>Informa a la Jefatura las acciones realizadas y labra acta/s de cada una sus intervenciones.</p> <p>Eleva la documentación, con emisión de criterio fundado, para su caratulación al DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA DIRECCION PROVINCIAL</p>	
--	---	--	--



Dirección General de
Cultura y Educación



LA PLATA, 16 de junio de 2010

VISTO la Ley de Educación Provincial N° 13688; Y

CONSIDERANDO:

Que conforme lo establecido en la presente Ley se han producido cambios en la estructura de los Niveles y Modalidades del Sistema Educativo Provincial;

Que los cambios mencionados suscitan nuevos requerimientos en los ámbitos escolares de los distintos Niveles y Modalidades del Sistema Educativo Provincial;

Que resulta necesario realizar las adecuaciones pertinentes a los efectos de ajustar la normativa a los nuevos requerimientos;

Que en función de lo señalado precedentemente la Dirección Provincial de Educación de Gestión Privada, promovió el análisis de la normativa reguladora de los aspectos edilicios para la autorización y reconocimiento de establecimientos educativos de gestión privada, en el seno del Consejo Consultivo;

Que de la interpretación armónica de los Artículos 130, 133 y 134 de la Ley N° 13688 y Resolución N° 2536/08 surgen las competencias atribuidas por dicha norma a esta Dirección Provincial, habiéndose recibido expresas indicaciones de la Subsecretaría Administrativa de la Dirección General de Cultura y Educación, que corresponde a este Director adoptar y aplicar las medidas de orden establecidas en la Ley;

Por ello,

EL DIRECTOR PROVINCIAL DE EDUCACION DE GESTION PRIVADA DISPONE:

ARTÍCULO 1º Derogar la disposición N° 659 de fecha 29 de septiembre de 1999. ARTÍCULO 2º Aprobar el Anexo I, Condiciones Edilicias para los establecimientos

educativos de los distintos Niveles y Modalidades de la Gestión Privada.

ARTÍCULO 3º Establecer que las normas que se aprueban por el Artículo 2º serán de aplicación para la autorización y reconocimiento de nuevos servicios educativos.

ARTÍCULO 4º Las medidas de seguridad pautadas en el Anexo I, serán de cumplimiento obligatorio para la totalidad de los servicios educativos de los distintos Niveles y Modalidades del Sistema Educativo Provincial.

ARTICULO 5º Las remodelaciones y/o ampliaciones que se realicen en los establecimientos reconocidos deberán ajustarse a las prescripciones de la presente norma.

ARTICULO 6º Registrar esta Disposición. Comunicarla a quienes corresponda. Cumplido, reservar en esta Dirección Provincial.

DISPOSICIÓN N° 201

Fdo: Dr. Néstor José RIBET Director

Dcción. Prov. De Educación de Gestión Privada

Dcción. General de Cultura y Educación de la Pcia. de Buenos Aires

ANEXO I - CONDICIONES EDILICIAS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS DE LOS DISTINTOS NIVELES Y MODALIDADES EN LA GESTIÓN PRIVADA

NIVEL INICIAL

JARDÍN DE INFANTES

1. INFRAESTRUCTURA EDILICIA Y ANEXOS SUPERFICIE TERRENO

No menos de 350m² con un mínimo de dos aulas construidas, SUM, dependencias administrativas y de servicio. El crecimiento deberá considerarse en relación directa con la superficie por alumno, 1,25m² por alumno. Espacio libre del terreno 30% de la superficie total, como mínimo.

2. DEPENDENCIAS Y DIMENSIONES MÍNIMAS

- Dirección: independiente, mínimo 8 m² (ubicación acorde con su funcionalidad).
- Sala: 30 m²
- Preceptoría: 6 m²
- Salón multiuso: 100 m².
- Circulación: un ancho mínimo de 1,50m
- Sanitarios para alumnos: 1,80 m² por cada sanitario (incluidos inodoros, piletas y espacio para circulación). Mínimo dos sanitarios por sección.
- Baños para docentes: mínimo 2 m².
- Cocina de uso exclusivo e independiente: 8 m²
- Depósito: 6 m²

3. ÁREAS DE RECREACIÓN

Las áreas de juegos deben estar totalmente separadas de las áreas de recreación de otros niveles y con dotación de aparatos de juegos. Éstos se colocarán con las medidas de seguridad necesarias, las que serán revisadas permanentemente. En caso de poseer areneros, remitirse a la normativa vigente.

4. AULAS

4.1.- Dimensiones mínimas de las aulas: Superficie 30m².

Altura mínima: 2,60 m, techo aislante y material ignífugo. Metros cúbicos por alumnos: 3 a 4 m³.

Ancho mínimo: 60% del largo.

4.2.- Iluminación natural: vanos de superficie no menor de 1/10 de la superficie del piso.

4.3.- Iluminación artificial: No menor de 500 lux. La iluminación deberá tener protección.

4.4.- Ventilación: 1/3 de la superficie de iluminación.

4.5.- Puertas: Las aulas tendrán no menos de una puerta hacia áreas de circulación con un ancho mínimo de 0,80m y apertura hacia afuera. Las puertas de acceso al establecimiento tendrán un ancho mínimo de 1,60m y apertura hacia fuera, debiendo disponer de adaptaciones para uso de alumnos con discapacidad. Las puertas del SUM también tendrán un ancho mínimo de 1,60m y abrirán para afuera.

4.6.- Ventanas: Las ventanas de los pisos superiores y las que comuniquen con la vía pública contarán con protectores de seguridad. Las aberturas deberán, en todos los casos, dar a áreas de circulación y/o espacios libres. Los vidrios de las mismas serán laminados, armados o de policarbonato. Deberán poseer mosquiteros.

5. SANITARIOS

Los servicios sanitarios deberán responder a las siguientes características, siendo de USO exclusivo de los alumnos del nivel:

5.1- Los baños que están dentro de las salas deberán contar con un antebañó.

- 2 inodoros por cada sección,
- 1 piletón de 0,60 m de altura con 2 canillas,
- Tanto el baño como la adecuación de los artefactos responderán a las necesidades de los niños, incluyendo los alumnos con discapacidad.

5.2 – Los sanitarios fuera de salas deberán identificarse para uso de las niñas y otro de los niños, debiendo contar con:

- 2 inodoros de sección separados por tabiques que permitan la independencia del niño y la supervisión del adulto para su seguridad. Con puertas que garanticen la privacidad y el fácil acceso.
- 1 piletón de 0,60 m de altura con 2 canillas,
- Tanto el baño como la adecuación de los artefactos responderán a las necesidades de los niños, incluyendo los alumnos con discapacidad.

5.3- Provisión de agua: deberán contar con provisión de agua constante, fría y caliente.

5.4- Condiciones de higiene: Los sanitarios tendrán piso de mosaico y estarán revestidos de azulejos, hasta una altura no menor de 1,50m. En ambos casos podrán usarse otros materiales que aseguren igual o mayor facilidad de limpieza.

5.5- Circulación: Se garantizará fluidez en las circulaciones.

6. CIRCULACIÓN

Se considera óptimo un ancho mínimo inicial de 1,50m incrementando en 0,20m por aula que dé a dicha circulación, hasta un máximo de 3,50 metros.

7. ESCALERAS Y/O RAMPAS

Deberán evitarse. En caso de ser indispensable el ancho no será menor de 1,50 m. Tendrán pasamanos de ambos lados. Las paredes laterales no podrán tener una altura inferior a 1,50m. Los peldaños tendrán nariz redondeada y revestimiento antideslizante e incombustible y cerrado mediante puerta en los extremos. Las escaleras serán de tramos rectos, no permitiéndose las compensadas. Los peldaños serán cerrados, y amplios.

Asimismo, cuando haya pisos superiores que sobrepasen los 600m², existirá escalera auxiliar exterior con salida de emergencia.

Las rampas no superarán una pendiente del 5% con descansos cada 3m de largo y un ancho mínimo de 1,20m.

8. INSTALACIÓN ELÉCTRICA

En todo el establecimiento los cables estarán empotrados o recubiertos con varillas protectoras. Los toma corriente se colocarán fuera del alcance de los niños y tendrán tapas protectoras. Será obligatoria la instalación de aparatos interruptores diferenciales de electricidad. Los tubos fluorescentes se instalarán con protección. Los ventiladores serán sólo de pared e instalados por personal idóneo, a una altura no menor de 2,20m.

9. SEGURIDAD

El local dispondrá de elementos necesarios para detectar y combatir efectos de siniestros.

En todos los ambientes y en especial aulas, patios y circulaciones, no habrá elementos que puedan causar accidentes o daño personal (salientes de puertas y ventanas, filos cortantes, soportes, manijas, bombeadores sin adecuada protección.). Es obligatoria la colocación de un matafuego (tipo ABC) cada 200 m² cubiertos y uno por piso. Las ventanas contarán con rejas o tejido metálico de seguridad. En galerías, balcones y todo tipo de vano que dé al vacío, se colocarán parapetos resistentes de altura no inferior a 1,50m. Se evitará la colocación de mobiliario que posibilite que los niños puedan trepar o acceder al vano. Independientemente de la cantidad de ocupantes, cuando algún punto del piso diste más de 40 metros de la salida, deberá poseer una segunda salida de escape. Asimismo, cuando haya pisos superiores cuya superficie sobrepase los 600 m² existirá escalera auxiliar exterior (salida de emergencia).

10. CALEFACCIÓN

Deberá contar con un sistema de calefacción que reúna las condiciones de seguridad y ventilación adecuadas según normas de organismos competentes. No será permitido el uso de pantallas de infrarrojo ni garrafas.

11 OTROS REQUISITOS:

- Las salas no podrán ser utilizadas por otros niveles, en otros turnos.
- Todas las aulas tendrán iluminación natural, ventilación permanente y calefacción adecuada.
- Contar con tanque de agua propio, asegurando la reserva de este elemento, en caso de corte de red general, hasta la finalización de la jornada escolar, la cual deberá ser apta para consumo humano.

- Las instalaciones deberán contemplar la posibilidad de albergar niños con discapacidad.
- La cocina estará aislada del resto de las dependencias, con ventilación al exterior, paredes azulejadas, piso de fácil limpieza y con extractor y/o campana.
- Los pisos y paredes deberán ser lisos, de fácil limpieza y posibles de desinfectar.
- Las dependencias reunirán requisitos de seguridad, higiene y funcionalidad, apropiados al Nivel.
- Los espacios abiertos para recreación tendrán cercos perimetrales de mampostería con un alto mínimo de 1,80 m.
- En caso de poseer macetones, columnas, etc. deberán estar revestidos con material blando y amortiguaciones.
- Para Jardines de Infantes que incorporen salas de 2 años deberán sumar al terreno 150 m², y las aulas deberán acondicionarse según los requisitos del Jardín Maternal, con espacio de recreación al exterior independiente al de Jardín de Infantes.
- En caso de existir cámaras sépticas o pozos para aguas negras deberán estar ubicados en lugares con poco tránsito y perfectamente resguardados.

JARDÍN MATERNAL

1. INFRAESTRUCTURA EDILICIA Y ANEXOS SUPERFICIE TERRENO

No menos de 180 m², en relación directa con las superficies, por alumno, por turno (2 m² por lactante y 1,5 m² para deambuladores y 2 años). Esta relación deberá tenerse en cuenta para el crecimiento institucional. Espacio libre del terreno 30% de la superficie total como mínimo. Deberá contar con SUM, dependencias administrativas y de servicio.

2. DEPENDENCIAS Y DIMENSIONES MÍNIMAS

- Dirección: independiente, mínimo 8 m² (ubicación acorde con su funcionalidad).

- Salas: se respetará los metros cuadrados mínimos por niño. Teniendo en cuenta la cantidad total de niños por grupo se autoriza exclusivamente para:

o lactantes una sala, no inferior a 16 m².,

o sala de deambuladores no inferior a 22,50 m²,

o sala de 2 años no inferior a 27 m².

- Salón multiuso/comedor: mínimo 30 m².

- El SUM / comedor podrá compartirse con el Jardín de Infantes, estableciendo un acuerdo de uso compartido, sin que exista superposición horaria entre el Jardín

de Infantes y el Jardín Maternal.

- Sanitarios para alumnos: 3,60 m². por cada dos sanitarios, por sección (incluidos inodoros, piletas y espacio para circulación). Con espacio de cambiado y

provisión de agua caliente y fría para garantizar la higiene.

- Baños para docentes de uso exclusivo: mínimo 2 m².
- Cocina de uso exclusivo e independiente, de 8m².
- Circulación ancho 1,20m.
- Depósito: 6m².

3. ÁREAS DE RECREACIÓN

Las áreas de juegos deben estar totalmente separadas de las áreas de recreación de otros niveles y con dotación de aparatos de juegos cuya altura y material debe corresponderse a las características de los niños de Jardín Maternal. Estos se colocarán con las medidas de seguridad necesarias, las que serán revisadas permanentemente. En caso de poseer areneros, remitirse a la normativa vigente.

4. SALAS

4.1. Dimensiones: 2 m² por lactante y 1,5 m² para deambuladores y 2 años.

4.2. Cada aula contemplará la organización de sectores que permitan la atención integral del alumno asegurando así la atención permanente de los niños con 2 (dos) adultos a cargo del grupo.

4.3. Iluminación natural: Vanos de superficie no menor de 1/10 de la superficie del piso.

4.3. Iluminación artificial: No menor de 500 lux. Las luminarias deberán contar con protección.

4.4. Ventilación: 1/3 de la superficie de iluminación.

4.5. Puertas: Las aulas tendrán no menos de una puerta hacia áreas de circulación con un ancho mínimo de 0,80m y apertura hacia afuera. Las puertas de acceso al establecimiento tendrán un ancho mínimo de 1,60m. y apertura hacia fuera, debiendo disponer de adaptaciones para uso de alumnos con discapacidad.

4.6. Ventanas: Las ventanas de los pisos superiores y las que comuniquen con la vía pública contarán con protectores de seguridad. Las aberturas deberán, en todos los casos, dar a áreas de circulación y/o espacios libres. Los vidrios de las mismas serán armados, laminados o de policarbonato. Deberán poseer mosquiteros

4.7. Provisión de agua: Pileta con canilla. Se deberá contar con provisión de agua caliente y fría en los sectores de higiene y cambiado de los niños.

4.8. El mobiliario destinado a cambiado y sueño deberá permitir, asimismo, la adecuada y segura deambulación de los niños.

5 CIRCULACIONES

Tendrán un ancho 1,20 m.

6. ESCALERAS Y/O RAMPAS

Deberán evitarse. En caso de ser indispensable El ancho no será menor de 1,50 m. Tendrán pasamanos de ambos lados. Las paredes laterales no podrán tener una altura inferior a 1,50 m. Los peldaños tendrán nariz redondeada y revestimiento antideslizante e incombustible y cerrado mediante puerta en los extremos. Las escaleras serán de tramos rectos, no permitiéndose las compensadas.

Asimismo, cuando haya pisos superiores que sobrepasen los 600 m², existirá escalera auxiliar exterior con salida de emergencia.

Las rampas no superarán una pendiente del 5% con descansos cada 3m de largo y un ancho mínimo de 1,20m.

7. INSTALACIÓN ELÉCTRICA

En todo el establecimiento los cables estarán empotrados o recubiertos con varillas protectoras. Los toma corriente se colocarán fuera del alcance de los niños y tendrán tapas protectoras. Será obligatoria la instalación de aparatos interruptores diferenciales de electricidad. Los tubos fluorescentes se instalarán con protección. Los ventiladores serán sólo de pared e instalados por personal idóneo, a una altura no menor de 2,20 m., extremando las medidas de control periódico con constancia escrita.

8. SEGURIDAD

El local ofrecerá adecuadas condiciones de seguridad. Dispondrá de elementos necesarios para detectar y combatir siniestros. En todos los ambientes y en especial aulas, patios y circulaciones, no habrá elementos que puedan causar accidentes o daño personal (salientes de puertas y ventanas, filos cortantes, soportes, manijas, bombeadores sin adecuada protección.). Es obligatoria la colocación de un matafuego

(tipo ABC) cada 200 m² cubiertos y uno por piso. Las ventanas contarán con rejas o

tejido metálico de seguridad. En galerías, balcones y todo tipo de vano que dé al vacío, se colocarán parapetos cerrados, resistentes, de altura no inferior a 1,50m. Se evitará la colocación de mobiliario que posibilite que los niños puedan trepar o acceder al vano. Independientemente de la cantidad de ocupantes, cuando algún punto del piso diste más de 40 metros de la salida, deberá poseer una segunda salida de escape. Asimismo,

cuando haya pisos superiores cuya superficie sobrepase los 600 m² existirá escalera auxiliar exterior (salida de emergencia).

9. CALEFACCIÓN

La institución deberá contar con un sistema de calefacción que reúna las condiciones de seguridad y ventilación adecuadas según normas de organismos competentes. No será permitido el uso de pantallas de infrarrojo ni garrafas.

10. OTROS REQUISITOS:

- Todos los salones tendrán iluminación natural, ventilación permanente y calefacción adecuada.
- Contar con tanque de agua propio, asegurando la reserva de este elemento, en caso de corte de red general, hasta la finalización de la jornada escolar, la cual deberá ser apta para consumo humano.
- El diseño arquitectónico deberá reunir las condiciones edilicias de funcionalidad acorde con la finalidad del servicio que se brinda.
- Las instalaciones deberán contemplar la posibilidad de albergar niños con discapacidad.
- La cocina estará aislada del resto de las dependencias, con ventilación al exterior, paredes azulejadas, piso de fácil limpieza y con extractor y/o campana.
- Los espacios abiertos para recreación tendrán cercos perimetrales de mampostería con un alto mínimo de 1,80 m.
- En caso de poseer macetones, columnas, etc. deberán estar revestidos con material blando y amortiguaciones.
- En caso de existir cámaras sépticas o pozos para aguas negras deberán estar ubicados en lugares con poco tránsito y perfectamente resguardados.

NIVEL PRIMARIO

1. TERRENO

No menos de 600 m² en relación directa con las superficies por alumno, por turno y actividades a desarrollar (Educación Física), que más abajo se detallan. Esta relación deberá tenerse en cuenta para el crecimiento institucional.

2. DEPENDENCIAS Y DIMENSIONES MÍNIMAS

- Dirección 8 m². (Ubicación acorde a su funcionalidad).
- Secretaría: 8 m².
- Aula: 30 m².
- Salón de Usos Múltiples (opcional): superficie mínima 80 m².
- Baños para docentes: 2 m².
- Sala de docentes.

El edificio escolar no ocupará más del 60% de la superficie total del terreno.

3. ÁREAS DE RECREACIÓN

3.1. Los espacios de recreación guardarán una relación de uso de 2 m² por alumno, de los cuales, 50% como mínimo deben ser descubiertos; asegurándose espacios cubiertos para circulación. Estos espacios deberán estar libres de elementos que obstaculicen la normal circulación de los alumnos, ej.: cancheros, mástil, columnas, etc. Para ser consideradas como espacio cubierto de recreación, las galerías tendrán un ancho mínimo de 2 m.

4. AULAS

4.1. Dimensiones: Superficie 1,25 m² por alumno.

Superficie mínima del aula: 30 m² respetando la relación de 1,25 m² por alumno. Altura mínima: 2,60 m techo aislante e ignífugo.

Metros cúbicos por alumnos: 3 a 4 m³. Largo máximo: no superará los 8,50 m.

Ancho mínimo: 60% del largo.

4.2. Iluminación natural: Vanos de superficie no menor de 1/10 de la superficie del piso.

4.3. Iluminación artificial: No menor de 500 lux.

4.4. Ventilación: 1/3 de la superficie de iluminación.

4.5. Puertas: Las aulas tendrán no menos de una puerta hacia áreas de circulación con un ancho mínimo de 0,80m y apertura hacia afuera. Las puertas de acceso al establecimiento tendrán un ancho mínimo de 1,60 m, al igual que el resto de los accesos a dependencias destinadas a la totalidad de los alumnos; deberán disponer de adaptaciones para uso de alumnos con discapacidad.

4.6. Ventanas: Las ventanas de los pisos superiores y las que comuniquen con la vía pública contarán con protectores de seguridad. Las aberturas deberán, en todos los casos, dar a áreas de circulación y/o espacios libres. Los vidrios de las mismas serán en todos los casos laminados, armados o de policarbonato.

5. SANITARIOS

Los servicios sanitarios deberán responder a las siguientes características:

5.1. Cantidad de unidades necesarias

Requerimientos mínimos:

- 1 inodoro cada 35 alumnos mujeres o 50 varones.
- 1 mingitorio cada 35 alumnos varones (Cuando no existan artefactos se considerará un mingitorio cada 0,50m).
- 1 lavabo cada 35 alumnos mujeres o varones.
- 1 bebedero cada 50 alumnos mujeres o varones.
- Baños para alumnos con discapacidad.
- CEC: Duchas instaladas para ambos sexos con agua fría y caliente.

Los recintos para inodoros tendrán como mínimo 0,80 m de ancho y 1,20 m de largo, con puertas no inferiores a 0,70 m de ancho.

5.2. Provisión de agua: deberán contar con provisión de agua constante; ésta requerirá condiciones de potabilidad.

5.3. Condiciones de Higiene: El local sanitario tendrá pisos impermeables y alisados que imposibiliten la absorción de líquidos, y antideslizantes y estará revestido con azulejos hasta no menos de 2,10 m de altura. En ambos casos podrán usarse otros materiales que aseguren igual o mayor facilidad de limpieza, con especial exclusión del cemento alisado

5.4. Circulación: Se garantizará fluidez en las circulaciones.

5.5. Los servicios sanitarios no se compartirán con otros niveles. Se asegurará la higiene y desinfección entre turnos.

- Los docentes tendrán sanitarios aparte
- En caso de contar con más de una planta habilitadas para el uso de los alumnos y docentes deberá contarse con sanitarios en cada una de ellas para ambos sexos.

6- CIRCULACIONES:

Tendrá un ancho mínimo inicial de 1,25 m, para las primeras 100 personas, incrementándose 0,15 m cada 50 personas de exceso o fracción.

7- ESCALERAS Y/O RAMPAS

El ancho no será menor de 1,50 m. Tendrán pasamanos de ambos lados. Las paredes laterales no podrán tener una altura inferior a 1,50 m. Los peldaños tendrán nariz redondeada y revestimiento antideslizante e incombustible. Las escaleras serán de tramos rectos, no permitiéndose las compensadas. Las rampas no superaran una pendiente del 5%, con descansos cada 3 m de largo y un ancho mínimo de 1,20 m.

8- INSTALACIÓN ELÉCTRICA

En todo el establecimiento los cables estarán empotrados o recubiertos con varillas protectoras. Las tomas corrientes se colocarán fuera del alcance de los niños. Será obligatoria la instalación de aparatos interruptores diferenciales de electricidad. Los tubos fluorescentes se instalarán con protección. Los ventiladores de pared serán instalados por personal idóneo, a una altura de 2,20 m., extremando las medidas de control periódico con constancia escrita.

9- SEGURIDAD

El local ofrecerá adecuadas condiciones de seguridad. Dispondrá de elementos necesarios para detectar y combatir siniestros. En todos los ambientes y en especial aulas, patios y circulaciones, no habrá elementos que puedan causar accidentes o daño personal (salientes de puertas y ventanas, filos cortantes, soportes, manijas, bombeadores sin adecuada protección, etc.). Es obligatoria la colocación de un

matafuego (tipo ABC) cada 200 m² cubiertos y uno por piso. Las ventanas contarán con

rejas o tejido metálico de seguridad. En galerías, balcones y todo tipo de vano que dé al vacío, se colocarán parapetos resistentes de altura no inferior a 1,50 m.

Independientemente de la cantidad de ocupantes, cuando algún punto del piso diste más de 40 m de la salida, deberá poseer una segunda salida de escape. Asimismo, cuando haya pisos superiores cuya superficie sobrepase los 600 m², existirá escalera auxiliar exterior (salida de emergencia).

El edificio deberá contar con una adecuada señalización referida a cuestiones de seguridad, teniendo un plan de evacuación diseñado por personal habilitado para tal fin.

10. CALEFACCIÓN

Reunirá las condiciones de seguridad y ventilación adecuadas según normas de organismos competentes y no será permitido el uso de pantallas infrarrojo ni garrafas. Para evitar accidentes se colocarán protecciones de madera de 0,17 m por encima del borde superior y 0,05 m hacia adelante y los costados.

11. OTRAS INSTALACIONES

Aula de informática: Los requisitos serán los mismos que para las aulas comunes.

Para C.E.C.: Cocina instalada, con despensa.

12- DEPENDENCIAS TECNICO-ADMINISTRATIVAS

Acordes con los cargos de P.O.F. previstos para el nivel y modalidad.

13- OTROS REQUISITOS

- a. Todos los salones tendrán iluminación natural, ventilación permanente y calefacción adecuada.
- b. La cocina estará aislada del resto de las dependencias, con ventilación al exterior, paredes azulejadas y piso de fácil limpieza. Instalación de agua fría y caliente. Los pisos y paredes deberán ser lisos, de fácil limpieza y posibles de desinfectar.
- c. Contar con tanque de agua propio, asegurando la reserva de este elemento, en caso de corte de red general, hasta la finalización de la jornada escolar, la cual deberá ser apta para consumo humano.
- d. El diseño arquitectónico deberá reunir las condiciones edilicias de funcionalidad acorde con la finalidad del servicio que se brinda.
- e. Educación Física: El espacio para la realización de la actividad curricular de la E.F. no será menor de 300 m². Las clases deberán realizarse según Circular Técnica Conjunta N° 1/97. Toda alteración a lo pautado será resuelta por la Jefatura de Región previo informe del Director/a del Establecimiento y aval del Inspector Areal.
- f. Las paredes medianeras de los espacios abiertos serán de mampostería con un alto de 1,80 m. Cuando el edificio cuente con locales o instalaciones cuyo uso resulte ajeno a la actividad escolar, éstos deberán aislarse mediante cerramientos adecuados.

En caso de existir cámaras sépticas o pozos para aguas negras deberán estar ubicados en lugares con poco tránsito y perfectamente resguardados.

NIVEL SECUNDARIO Y MODALIDAD TÉCNICO PROFESIONAL

1. TERRENO

No menos de 600 m² y en relación directa con las superficies, por alumno, por turno y actividades a desarrollar (Educación Física, modalidad, etc.), que más abajo se detallan. Esta relación deberá tenerse en cuenta para el crecimiento institucional.

2. DEPENDENCIAS Y DIMENSIONES MÍNIMAS

- Dirección: 8 m² (ubicación acorde con su funcionalidad).
- Secretaría: 8 m²
- Aula: 30 m².
- Salón de Usos Múltiples (opcional): 80 m².
- Baños para docentes: 2 m².
- Sala de docentes.

El edificio escolar no ocupará más del 60% de la superficie total del terreno.

Para la Modalidad Técnico - profesional se tendrán en cuenta los documentos de entornos formativos emitidos por las Direcciones correspondientes y el Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET):

3. ÁREAS DE RECREACIÓN

3.1. Los espacios de recreación guardarán una relación de 2 m² por alumno, de los cuales, 50% como mínimo deben ser descubiertos; asegurándose espacios cubiertos para circulación. Estos espacios deberán estar libres de elementos que obstaculicen la normal circulación de los alumnos, ej.: cancheros, mástil, columnas, entre otros. Para ser consideradas como espacio cubierto de recreación, las galerías tendrán un ancho mínimo de 2,20 m.

4. AULAS

4.1. Dimensiones: Superficie 1,25 m² por alumno.

Superficie mínima del aula: 30 m² respetando la relación de 1,25 m² por alumno. Altura mínima: 2.60 m techo aislante e ignífugo.

Metros cúbicos por alumnos: 3 a 4 m³.

Largo máximo: no superará los 8,50 m. Ancho mínimo: 60% del largo.

4.2. Iluminación natural: Vanos de superficie no menor de 1/10 de la superficie del piso.

4.3. Iluminación artificial: No menor de 500 lux.

4.4. Ventilación: 1/3 de la superficie de iluminación.

4.5. Puertas: Las aulas tendrán no menos de una puerta hacia áreas de circulación con un ancho mínimo de 0,80m y apertura hacia afuera. Las puertas de acceso al establecimiento tendrán un ancho mínimo de 1,60m y apertura hacia fuera, debiéndose disponer de adaptaciones para uso de alumnos con discapacidad.

4.6. Ventanas: Las ventanas de los pisos superiores y las que comuniquen con la vía pública contarán con protectores de seguridad. Las aberturas deberán, en todos los casos, dar a áreas de circulación y/o espacios libres. Los vidrios de las mismas serán laminados, armados o de policarbonato.

5. SANITARIOS

Los servicios sanitarios deberán responder a las siguientes características:

5.1. Cantidad de unidades necesarias. Requerimientos mínimos:

- □□ 1 inodoro cada 35 alumnos mujeres o 50 varones.
- □□ 1 mingitorio cada 35 alumnos varones (cuando no existan artefactos se considerará un mingitorio cada 0,50 m).
- □□ 1 lavabo cada 35 alumnos mujeres o varones.
- □□ 1 bebedero cada 50 alumnos mujeres o varones

- □ □ Sanitarios para alumnos con discapacidad.

Los recintos para inodoros tendrán como mínimo 0,80 m de ancho y 1,20 m de largo, con puertas no inferiores a 0,70 m de ancho.

5.2. Provisión de agua: deberán contar con provisión de agua constante y potable.

5.3. Condiciones de Higiene: El local sanitario tendrá pisos de mosaico y estará revestido con azulejos hasta no menos de 2,10 m de altura. En ambos casos podrán usarse otros materiales que aseguren igual o mayor facilidad de limpieza, con especial exclusión del cemento alisado

5.4. Circulación: Se garantizará fluidez en las circulaciones.

5.5. Los servicios sanitarios no se compartirán, en el mismo turno, con otros niveles. Se asegurará la higiene y desinfección entre turnos. Los docentes tendrán sanitarios aparte.

6. CIRCULACIONES

Tendrán un ancho mínimo inicial de 1,25 m para las primeras 100 personas, incrementándose 0,15m cada 50 personas de exceso o fracción.

7. ESCALERAS Y/O RAMPAS

El ancho no será menor de 1,50 m. Tendrán pasamanos de ambos lados. Las paredes laterales no podrán tener una altura inferior a 1,50 m. Los peldaños tendrán nariz redondeada y revestimiento antideslizante e incombustible. Las escaleras serán de tramos rectos, no permitiéndose las compensadas. Las rampas no superaran una pendiente del 5%, con descansos cada 3 m de largo y un ancho mínimo de 1,20 m.

8. INSTALACIÓN ELÉCTRICA

En todo el establecimiento los cables estarán empotrados o recubiertos con varillas protectoras. Será obligatoria la instalación de aparatos interruptores diferenciales de electricidad. Los tubos fluorescentes se instalarán con protección. Los ventiladores de pared serán instalados por personal idóneo, a una altura no menor de 2,20 m., extremando las medidas de control periódico con constancia escrita.

9. SEGURIDAD

El local ofrecerá adecuadas condiciones de seguridad. Dispondrá de elementos necesarios para detectar y combatir siniestros. En todos los ambientes y en especial

aulas, patios y circulaciones, no habrá elementos que puedan causar accidentes o daño personal (salientes de puertas y ventanas, filos cortantes, soportes, manijas, bombeadores sin adecuada protección.). Es obligatoria la colocación de un matafuego (tipo ABC) cada 200 m² cubiertos y uno por piso. Las ventanas contarán con rejas o tejido metálico de seguridad. En galerías, balcones y todo tipo de vano que dé al vacío, se colocarán parapetos, cerrados, resistentes de altura no inferior a 1,50m independientemente de la cantidad de ocupantes; cuando algún punto del piso diste más

de 40 metros de la salida, deberá poseer una segunda salida de escape. Asimismo, cuando haya pisos superiores cuya superficie sobrepase los 600 m² existirá escalera auxiliar exterior (salida de emergencia).

10. CALEFACCIÓN

La institución deberá contar con un sistema de calefacción que reúna las condiciones de seguridad y ventilación adecuadas según normas de organismos competentes. No será permitido el uso de pantallas de infrarrojo ni garrafas.

11. OTRAS INSTALACIONES

11.1. Aula de informática

Los requisitos serán los mismos que para las aulas comunes, debiendo poseer mobiliario acorde al equipamiento. Con todas las medidas de seguridad que requiere el sector.

11.2. Biblioteca

Estará ubicada en zona aislada de los ruidos interiores o exteriores del establecimiento. Las dimensiones mínimas serán las establecidas para las aulas y el nivel mínimo de iluminación será de 500 lux.

11.3. Laboratorios

Los Laboratorios de Física y Química tendrán dos accesos y un sistema de ventilación forzada que permita una constante renovación del aire. Contarán asimismo con una campana con ventilación forzada independiente, para la realización de experiencias que originen emanaciones nocivas o molestas. Las mesas de trabajo tendrán una piletta cada 8 alumnos y un reborde perimetral que impida el derrame de los líquidos hacia el lugar de trabajo de los alumnos.

En todos los casos se dispondrá de los elementos necesarios de seguridad y protección contra siniestro y accidentes.

La superficie mínima y los requerimientos de iluminación y ventilación natural, iluminación artificial, calefacción y acústica así como las exigencias relativas a las terminaciones, serán las mismas que para las aulas.

En cuanto al equipamiento, responderá al requerido por la/s orientaciones y/o modalidad/es que desarrolle el servicio educativo.

12. DEPENDENCIAS TECNICO-ADMINISTRATIVAS:

Acordes con los cargos de P.O.F. previstos para el nivel y la/s orientaciones y/o modalidad/es.

13. OTROS REQUISITOS:

- a. Todos los salones tendrán iluminación natural, ventilación permanente y calefacción adecuada.
- b. Contar con tanque de agua propio, asegurando la reserva de este elemento, en caso de corte de red general, hasta la finalización de la jornada escolar, la cual deberá ser apta para consumo humano.
- c. El diseño arquitectónico deberá reunir las condiciones edilicias de funcionalidad acorde con la finalidad del servicio que se brinda.
- d. Para las clases de Educación Física se deberá contar con un espacio de 900 m². Si se realizaran fuera del establecimiento, deberá acreditarse la relación legal que habilita su utilización, la superficie dispondrá de un cerco perimetral, agua potable y sanitarios (Resolución N° 12.231/93) y se deberá cumplir con lo dispuesto en la Disposición de apertura y hallarse incluido el predio en el DIPREGEP 17, seguro de Responsabilidad Civil.
- e. Si las actividades prácticas y/o prácticas profesionalizantes, se realizaran fuera del establecimiento, deberá extenderse el seguro de Responsabilidad Civil y Accidentes Personales al lugar donde se desarrollen las actividades. Debiendo asegurarse, además, que el establecimiento reúna las condiciones de Seguridad e Higiene correspondientes y la habilitación del Organismo Municipal/Provincial con jurisdicción en el área profesional de que se trate.
- f. Los espacios abiertos para recreación tendrán cercos perimetrales con un alto mínimo de 1,80 m.
- g. Cuando el edificio cuente con locales o instalaciones cuyo uso resulte ajeno a la actividad escolar, éstos deberán aislarse mediante cerramientos adecuados.