

*INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN
NO FORMAL Y VALIDACIÓN DEL BACHILLERATO*

PAOLA ANDREA IBÁÑEZ BELLO

CORPORACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR-UNITEC

FACULTAD DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

SANTAFÉ DE BOGOTÁ D.C

2000

*INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN
NO FORMAL Y VALIDACIÓN DEL BACHILLERATO*

PAOLA ANDREA IBÁÑEZ BELLO

*TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDA PARA OPTAR AL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD*

DORA INES MURCIA L.

ASESOR

CORPORACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR-UNITEC

FACULTAD DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

SANTAFÉ DE BOGOTÁ D.C

2000

CONTENIDO

	<i>pág</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	1
1. <i>JUSTIFICACIÓN</i>	2
2. <i>MARCO TEÓRICO</i>	3-11
3. <i>OBJETIVOS</i>	12
3.1 <i>OBJETIVOS GENERALES</i>	12
3.2 <i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	13
3.2.1 <i>Segmento Instituciones</i>	13
3.2.2 <i>Segmento Alumnos Inscritos</i>	14
3.2.3 <i>Segmentos Alumnos Potenciales (Empresas -Empleados)</i>	14-15
4. <i>METODOLOGÍA</i>	16
4.1 <i>Técnica</i>	16
4.2 <i>Tipo</i>	16
4.3 <i>Clase</i>	16
4.4 <i>Público Objetivo</i>	16-17
4.5 <i>Tamaño Muestral</i>	17
4.6 <i>Procesamiento de la Información</i>	17

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS	18
5.1 SEGMENTO INSTITUCIONES	18
5.1.1 <i>Análisis Cualitativo</i>	18-19
5.1.1.1 <i>Requisitos, costos.</i>	20
5.1.1.2 <i>Segmento al que van dirigidos, competencia, futuro</i>	21-22
5.1.2 <i>Análisis Cuantitativo</i>	23
5.1.2.1 <i>Promedio de personas pertenecientes al cuerpo docente</i>	23
5.1.2.2 <i>Medios por los cuales la gente se entera de la institución</i>	23
5.1.2.3 <i>Frecuencia con la que se utilizan estos medios</i>	23
5.1.2.4 <i>Meses en los que más se utiliza los medios publicitarios</i>	23
5.1.2.5 <i>Horarios manejados por la institución</i>	24
5.1.2.6 <i>Proporción de gente que desea terminar sus estudios</i>	24
5.1.2.7 <i>Razones por las cuales abandonan los estudios</i>	24
5.1.2.8 <i>Capacidad instalada para atender el número de alumnos</i>	25
5.1.2.9 <i>Convenio con empresas o universidades</i>	25
5.1.2.10 <i>Financiación para pago de estudios</i>	25
5.1.2.11 <i>Servicios adicionales ofrecidos a los estudiantes</i>	26
5.2 SEGMENTO ALUMNOS INSCRITOS	27
5.2.1 <i>Educación no formal significa . . .</i>	27
5.2.2 <i>Tiempo de estudio bajo este sistema</i>	27

5.2.3	<i>Razones por las cuales se escogió esta modalidad</i>	28
5.2.4	<i>Horarios o jornadas ofrecidos por las instituciones</i>	28
5.2.5	<i>Recordación de institutos de educación no formal</i>	28
5.2.6	<i>Medio por el cual llegó a la institución</i>	29
5.2.7	<i>Evaluación calificada de las instituciones</i>	29
5.2.8	<i>Ventajas que se atribuyen al sistema</i>	30
5.2.9	<i>Desventajas encontradas en el sistema de estudio</i>	30
5.2.10	<i>Actividades a realizar después de terminar de estudiar</i>	31
5.2.11	<i>Ventajas atribuidas a IFEI</i>	31
5.2.12	<i>Desventajas encontradas en IFEI</i>	31
5.2.13	<i>Disposición para recomendar IFEI a familiares y amigos</i>	32
5.3	SEGMENTO EMPRESAS	33
5.3.1	<i>Promedio de empleados parte operativa</i>	33
5.3.2	<i>Nivel educativo alcanzado por los empleados</i>	33
5.3.3	<i>Edad promedia de empleados</i>	34
5.3.4	<i>Interés empleados por terminar sus estudios</i>	34
5.3.5	<i>Disposición empresa para apoyar a los empleados en la terminación de sus estudios</i>	34
5.3.6	<i>Existencia de convenios con instituciones educativas</i>	35
5.3.7	<i>Proporción en la que se ha recibido información acerca de esos institutos</i>	35

<i>5.3.8 Manejo programas de capacitación en las empresas</i>	35
<i>5.3.9 Interés por recibir información sobre estos institutos</i>	36
5.4 SEGMENTO ALUMNOS POTENCIALES	37
<i>5.4.1 Último curso de secundaria que realizo y aprobó</i>	37
<i>5.4.2 Motivos por los cuales no se terminaron los estudios</i>	37
<i>5.4.3 Conocimiento de programas para la terminación de estudios</i>	38
<i>5.4.4 Proporción en la que sé esta estudiando actualmente</i>	38
<i>5.4.5 Interés en continuar con los estudios</i>	38
<i>5.4.6 Recordación de institutos</i>	39
<i>5.4.7 Medios por los cuales se enteran de los institutos</i>	39
<i>5.4.8 Costo promedio de cada curso</i>	39
<i>5.4.9 Horario y jornada que más se adapta a las necesidades</i>	40
<i>5.4.10 Ventajas atribuidas al sistema</i>	40
<i>5.4.11 Desventajas atribuidas al sistema</i>	41
<i>5.4.12 Proporción en la que se conoce o recuerda a IFEI</i>	41
6. CONCLUSIONES	42-45
7. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES	46-47
BIBLIOGRAFÍA	48
ANEXOS (Gráficas, Tablas, Cuestionarios, Contactos)	49-106

LISTA DE GRAFICAS

<i>Gráfica 1. Promedio de personas pertenecientes al cuerpo docente</i>	49
<i>Gráfica 2. Medios por los cuales la gente se entera de la Institución</i>	49
<i>Gráfica 3. Frecuencia con la que se utilizan estos medios</i>	50
<i>Gráfica 4. Meses específicos en los que se utiliza estos medios</i>	50
<i>Gráfica 5. Horarios manejados por la institución</i>	51
<i>Gráfica 6. Proporción en la cual la gente desea terminar sus Estudios</i>	51
<i>Gráfica 7. Razones por la cual la gente abandona sus estudios</i>	52
<i>Gráfica 8. Capacidad instalada suficiente para atender el número de alumnos</i>	52
<i>Gráfica 9. Convenios empresas o universidades</i>	53
<i>Gráfica 10. Plan becas o auxilios para los estudiantes</i>	53
<i>Gráfica 11. Financiación para pago de estudios</i>	54
<i>Gráfica 12. Servicios adicionales ofrecidos a los estudiantes</i>	55
<i>Gráfica 13. Educación no formal significa</i>	55
<i>Gráfica 14. Tiempo de estudio que se tiene bajo este sistema</i>	56
<i>Gráfica 15. Razones por las cuales se escogió la modalidad de Estudio</i>	56

<i>Gráfica 16. Horarios o jornadas ofrecidos por los institutos</i>	57
<i>Gráfica 17. Recordación de instituciones de educación no formal</i>	57
<i>Gráfica 18. Medios por los cuales se enteran de la existencia de los institutos</i>	58
<i>Gráfica 19. Medio por el cual se llegó a la institución</i>	58
<i>Gráfica 20. Recordación de la publicidad de la institución</i>	59
<i>Gráfica 21. Evaluación calificada de las instituciones en diferentes aspectos</i>	59
<i>Gráfica 22. Ventajas atribuidas al sistema de estudio</i>	60
<i>Gráfica 23. Desventajas encontradas en el sistema de estudio</i>	60
<i>Gráfica 24. Actividades a realizar después de terminar los estudios en la institución</i>	61
<i>Gráfica 25. Ventajas atribuidas a IFEI</i>	62
<i>Gráfica 26. Desventajas encontradas a IFEI</i>	62
<i>Gráfica 27. Disposición para recomendar a IFEI a familiares y Amigos</i>	63
<i>Gráfica 28. Se cataloga la educación formal como</i>	64
<i>Gráfica 29. Promedio de empleados que se tiene en la parte operativa</i>	64
<i>Gráfica 30. Nivel educativo alcanzado por los empleados</i>	65
<i>Gráfica 31. Edad promedio de los empleados</i>	65

<i>Gráfica 32. Interés por parte de los empleados para terminar estudios</i>	66
<i>Gráfica 33. Disposición de la empresa para apoyar a los empleados en la terminación de estudios</i>	66
<i>Gráfica 34. Existencia de convenio con instituciones educativas para la terminación de estudios</i>	67
<i>Gráfica 35. Proporción en la que se ha recibido información acerca de dichos institutos</i>	67
<i>Gráfica 36. Manejo de programa de capacitación propia en la empresa</i>	68
<i>Gráfica 37. Interés en recibir información acerca de los institutos</i>	68
<i>Gráfica 38. Último curso de secundaria que realizo y aprobó</i>	69
<i>Gráfica 39. Motivos por los cuales no se terminaron los estudios</i>	69
<i>Gráfica 40. Conocimiento de programas para la terminación de estudios</i>	70
<i>Gráfica 41. Programas que se conocen</i>	70
<i>Gráfica 42. Proporción en la que sé esta estudiando actualmente</i>	71
<i>Gráfica 43. Interés en continuar estudios</i>	71
<i>Gráfica 44. Recordación de institutos</i>	72
<i>Gráfica 45. Institutos conocidos</i>	72

<i>Gráfica 46. Medio por los cuales se enteran de la existencia de los institutos.</i>	<i>73</i>
<i>Gráfica 47. Costo promedio que debería tener cada curso</i>	<i>73</i>
<i>Gráfica 48. Horarios y jornadas que más se adaptan a las necesidades de los estudiantes.</i>	<i>74</i>
<i>Gráfica 49. Ventajas atribuidas al sistema de estudio</i>	<i>74</i>
<i>Gráfica 50. Desventajas encontradas en el sistema</i>	<i>75</i>
<i>Gráfica 51. Proporción en la que se conoce o recuerda a ifei</i>	<i>75</i>
<i>Gráfica 52. Razones por las cuales se conoce a IFEI</i>	<i>76</i>

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1. Promedio de personas pertenecientes al cuerpo docente</i>	77
<i>Tabla 2. Medios por los cuales la gente se entera de la institución</i>	77
<i>Tabla 3. Frecuencia con la que se utilizan estos medios</i>	77
<i>Tabla 4. Meses específicos en los que se utiliza estos medios</i>	78
<i>Tabla 5. Horarios manejados por la institución</i>	78
<i>Tabla 6. Proporción en la cual la gente desea terminar sus estudios</i>	78
<i>Tabla 7. Razones por la cual la gente abandona sus estudios</i>	79
<i>Tabla 8. Capacidad instalada suficiente para atender el número de alumnos</i>	79
<i>Tabla 9. Convenios empresas o universidades</i>	79
<i>Tabla 10. Plan becas o auxilios para los estudiantes</i>	79
<i>Tabla 11. Financiación para pago de estudios</i>	80
<i>Tabla 12. Servicios adicionales ofrecidos a los estudiantes</i>	80
<i>Tabla 13. Educación no formal significa</i>	81
<i>Tabla 14. Tiempo de estudio que se tiene bajo este sistema</i>	81
<i>Tabla 15. Razones por las cuales se escogió la modalidad de estudio</i>	82

<i>Tabla 16. Horarios o jornadas ofrecidos por los institutos</i>	83
<i>Tabla 17. Recordación de instituciones de educación no formal</i>	84
<i>Tabla 18. Medios por los cuales se enteran de la existencia de los institutos</i>	85
<i>Tabla 19. Medio por el cual se llevo a la institución</i>	85
<i>Tabla 20. Recordación de la publicidad de la institución</i>	86
<i>Tabla 21. Evaluación calificada de las instituciones en diferentes aspectos</i>	86
<i>Tabla 22. Ventajas atribuidas al sistema de estudio</i>	87
<i>Tabla 23. Desventajas encontradas en el sistema de estudio</i>	87
<i>Tabla 24. Actividades a realizar después de terminar los estudios en la institución</i>	88
<i>Tabla 25. Ventajas atribuidas a ifei</i>	88
<i>Tabla 26. Desventajas encontradas a ifei</i>	89
<i>Tabla 27. Disposición para recomendar a ifei a familiares y Amigos</i>	89
<i>Tabla 28. Se cataloga la educación formal como</i>	90
<i>Tabla 29. Promedio de empleados que se tiene en la parte operativa</i>	90
<i>Tabla 30. Nivel educativo alcanzado por los empleados</i>	90
<i>Tabla 31. Edad promedio de los empleados</i>	91

<i>Tabla 32. Interés por parte de los empleados para terminar Estudios</i>	91
<i>Tabla 33. Disposición de la empresa para apoyar a los empleados en la terminación de estudios</i>	91
<i>Tabla 34. Existencia de convenio con instituciones educativas para la terminación de estudios</i>	92
<i>Tabla 35. Proporción en la que se ha recibido información acerca de dichos institutos</i>	92
<i>Tabla 36. Manejo de programa de capacitación propia en la Empresa</i>	92
<i>Tabla 37. Interés en recibir información acerca de los institutos</i>	93
<i>Tabla 38. Último curso de secundaria que realizo y aprobó</i>	94
<i>Tabla 39. Motivos por los cuales no se terminaron los estudios</i>	94
<i>Tabla 40. Conocimiento de programas para la terminación de Estudios</i>	94
<i>Tabla 41. Programas que se conocen</i>	95
<i>Tabla 42. Proporción en la que sé esta estudiando actualmente</i>	95
<i>Tabla 43. Interés en continuar estudios</i>	95
<i>Tabla 44. Recordación de institutos</i>	96
<i>Tabla 45. Institutos conocidos</i>	96

<i>Tabla 46. Medios por los cuales se enteran de la existencia de los Institutos</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 47. Costo promedio que debería tener cada curso</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 48. Horarios y jornadas que más se adaptan a las necesidades de los estudiantes</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 49. Ventajas atribuidas al sistema de estudio</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 50. Desventajas encontradas en el sistema</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 51. Proporción en la que se conoce o recuerda a IFEI</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 52. Razones por las cuales se conoce a IFEI</i>	<i>99</i>

INTRODUCCIÓN

El tema de la educación no formal y validación del bachillerato nacido incorporada gradualmente en el diseño de las políticas educativas de cada país.

Hoy en día existen muchos programas de educación no formal y a su vez muchos institutos que los ofrecen, con gran viabilidad en horarios, precios, para la necesidad de cada persona.

La investigación de estas instituciones de educación no formal y validación se fundamenta en las necesidades que presenta el IFEI por reconocer hechos de que algún modo afecten o sean una manera de competencia para sus programas.

1. JUSTIFICACIÓN

La investigación propuesta busca mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de mercado encontrar explicaciones a la situación que se presenta con la notable disminución de personas que toman el tipo de educación no formal.

2. MARCO TEÓRICO

- ❖ *La validación es el procedimiento por medio del cual una persona demuestra que ha alcanzado el dominio de los conocimientos, habilidades y destrezas en las asignaturas y áreas de los grados o niveles de educación básica primaria, básica secundaria y media vacacional sin necesidad de probar su asistencia a clases regulares.*

- ❖ *Las validaciones se realizarán mediante pruebas escritas o de aplicaciones informáticas sobre los contenidos básicos de los programas correspondientes a las asignaturas y áreas de los grados o niveles de educación básica primaria, básica secundaria, y media vocacional.*

- ❖ *Los programas de validación se ofrecen para quienes se encuentre entre otras en las siguientes situaciones:*
 1. *Quienes hayan cursado estudios en establecimientos educativos no aprobados por el Ministerio de Educación Nacional, en colegios intervenidos por las autoridades educativas competentes, en instituciones*

2. *que hayan desaparecido o en donde se hayan perdido los archivos.*
3. *Quienes por cualquier circunstancia no hayan aprobado un grado.*
4. *Quienes por un error administrativo hayan sido promovidos al grado siguiente, sin el lleno de los requisitos.*
5. *Quienes hayan adelantado estudios de cualquier grado a través del programa de bachillerato por radio, televisión, a distancia o por su propia cuenta.*

Las demás que se aduzcan y sean consideradas procedentes.

- ❖ *Corresponde al Servicio Nacional de Pruebas ICFES, programar, diseñar, administrar y calificar las pruebas de validación. Pueden validar ante el ICFES, presentando un solo examen general y sin ningún requisito de edad, aquellas personas que requieran validar el ciclo de educación básica secundaria el nivel o grados de ^{la} educación media vocacional y la totalidad de la formación que conduce al bachillerato académico.*
- ❖ *Previa autorización de las Secretarías de Educación, las escuelas oficiales podrán realizar examen de validación de áreas, periodos o grados de educación básica primaria.*

De la misma manera, los establecimientos de educación básica secundaria y media vocacional podrán practicar validaciones de grados, a los estudiantes

que aspiren a continuar en ellos sus estudios y solo para atender los siguientes eventos.

- 1. Transferencia de alumnos provenientes de establecimientos educativos no aprobados pero que acrediten licencia de iniciación de labores.*
- 2. Haber realizado estudios en el exterior y tener uno o varios grados no cursados o certificados de acreditación que no esté debidamente legalizados.*

Son requisitos previos para la validación, a través de Servicio Nacional de Pruebas ICFES, los siguientes:

- 1. Diligenciar los documentos de inscripción, dentro de las fechas establecidas, en forma completa, correcta y veraz.*
- 2. Presentar el día del examen, tarjeta de identidad, Cédula de ciudadanía, cedula de extranjería o pasaporte.*
- 3. Cancelar el valor de los derechos de examen de acuerdo con las tarifas establecidas por el ICFES En los casos de validación del grado once o del nivel de educación media vocacional, adjuntar los certificados de los grados anteriores.*

4. Verificados los documentos presentados por él validarte, el ICFES por conducto por el Servicio Nacional de Pruebas citara a examen a quien acredite el cumplimiento de los requisitos exigidos.

5. En caso contrario, el ICFES procederá a devolver la documentación correspondiente, junto con el recibo de consignación del derecho de examen, para que interesado pueda utilizarlos en la siguiente convocatoria, cancelando el respectivo excedente.

6. No habrá lugar a devolución de los derechos de examen, cuando el aspirante a validar, haya sido citado a examen y por cualquier razón no lo presente.

➤ Las áreas obligatorias para los exámenes de validación, son las siguientes:

1. Validación de educación básica primaria: Ciencias Naturales y Salud, Ciencias Sociales, Español y Literatura, Matemática.

2. Validación del nivel o grados de educación básica secundaria: Ciencias Naturales y salud, Ciencias Sociales, Español y Literatura, Idioma extranjero(inglés), Matemáticas.

3. Validación del nivel o grados de educación media vocacional: Ciencias Naturales y Salud (Química y Física), Español y literatura, Filosofía, Idioma Extranjero (Francés), Matemáticas.

4. *Validación de bachillerato académico: Ciencias Naturales y Salud (biología, Química y Física), Español y Literatura (aptitudes y conocimientos), Prueba Electiva, Ciencias Sociales (Historia, Geografía y Filosofía), Matemática (Aptitudes y Conocimientos).*

➤ *Los resultados de los exámenes realizados por el Servicio Nacional de Pruebas del ICES deberán anularse si se presenta fraude, intento de fraude, sustracción del material de examen, suplantación de persona o cuando efectuados los controles de aplicación o calificación, se infiera la ocurrencia de circunstancias irregulares en su desarrollo que afecten su validez.*

➤ *El Servicio Nacional de Pruebas ICFES, informará a cada validante sobre los resultados de su examen y le expedirá el certificado respectivo., Los certificados de aprobación que expedida el ICFES, habilitan para continuar validando a través de Servicio Nacional de Pruebas, o para la promoción al grado correspondiente en instituciones educativas oficiales o privadas.*

➤ *Cuando los resultados de los exámenes presentados otorguen al validante el derecho para la obtención del título de Bachiller, el ICFES expedirá*

el correspondiente diploma de acuerdo con lo dispuesto en las normas vigentes y en nombre de Ministerio de Educación Nacional.

Las pruebas de los exámenes de validación se elaboraran en forma gradual y progresiva atendiendo las disposiciones vigentes sobre programas curriculares, en especial los decretos 1002 de 1984 y 080 de 1974. El presente decreto deroga las normas que le sean contrarias y rige a partir de la fecha de su publicación en el Diario Oficial.

En un sentido formal, la educación básica de adultos puede abarcar todas las modalidades de educación organizada, incluyendo la Alfabetización que tengan por objetivo la satisfacción de las necesidades de aprendizaje de la población adulta.

Estadísticamente un adulto es cualquier persona de 15 años o más desde un punto de vista técnico alfabético esta en relación con las destrezas de Alecto-escritura aunque actualmente muchos programas de alfabetización o validación llamado en Colombia giran en torno a objetivos y contenidos bastantes amplios.

La educación es una actividad mucho mas amplia que la escuela, fue en muchos casos la misma estructura escolar, que al identificar nuevas necesidades educativas que ellas no podían suplir comenzó a generar programas extensivos a la misma escuela o paralelas a ella (de 432 proyectos a ENE educación no normal estudiados en Colombia se encontró que el 16.7% se originaran en instituciones de educación formal).

Nadie puede negar el hecho de que millones de personas no tienen ni podrá tener acceso al EF educación formal. Estructurada en las etapas PRE-primaria, primaria, secundaria, universitaria o superior, sí bien en primaria la Pirámide de asistencia tiene una base muy amplia que varía según las nociones.

En secundaria y superior el acceso es Reservado a un numero cada vez más reducido.

➤ A pesar de todos los esfuerzos del EF. Ha excluido de hecho constante y sistemáticamente a las mayorías pobres lamentablemente los sistemas de escolarización han sido, son y parece que seguirán demasiado caros para el desposeído, la sociedad global desde el punto de vista educacional contribuye, aún sin quererlo a una mayor estratificación vertical de las clases sociales.

Como respuesta se ha sentido la necesidad de buscar alternativas inmediatas, efectivas y más rápidas, la educación no formales ha presentado con características de flexibilidad y adaptabilidad a situaciones cambiantes.

Independientemente de la escuela, la aparición de múltiples proyectos comenzó a ser un fenómeno notable, estos proyectos presentan variedad de objetivos, metodologías, materiales e Incentivos y se clasifican actualmente bajo la denominación de educación no formal.

Las posibilidades y la flexibilidad de los programas de ENF. Ha conducido a no seguir aumentando las tareas y funciones de la escuela y a delimitar mejor su papel en lo que parece insustituible.

Los programas de ENF han demostrado que muchas de acciones que cumple la escuela son necesarias inclusive dentro de la misma ENF. Por su propia naturaleza los programas de ENF son menos selectivos, más populares y atienden usuarios en todas las edades.

➤ *La historia del uso de materiales en la escuela es larga y variada, sin embargo en la ENF puede seguir el sistema formal. Nuevas formas de utilizar*

el medio circundante como recurso educativo, proponen otros elementos de estimulación diferentes al texto escrito. Ideas sobre materiales de bajo costo elaborados por el educando y el mejoramiento constante de acuerdo a las necesidades enfatizando mas en el taller que el laboratorio.

➤ *La educación no formal puede sugerir métodos activos con énfasis en la experiencia basados en un proceso que valora las actividades lúdicas y creativas. También plantea la posibilidad de auto - control del educando enfocando la educación desde un punto de vista más global que considera no sólo los aspectos cognoscitivos sino también la esfera social y afectiva, Sin desconocer las acciones de instituciones de la escuela la ENF ofrece perspectivas para un futuro mucho más coherente con las necesidades y aspiraciones de los individuos y la colectividad, específicamente como medio para ofrecer educación a las masas pobres.*

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVOS GENERALES

- ✓ • Conocer las instituciones que ofrecen programas de educación no formal, identificando ubicación, cubrimiento, sistemas administrativos, servicios que ofrecen, programan de validación, costos e imagen en general.
- ✓ • Medir el grado de percepción que tiene el grupo objetivo frente a estas instituciones.
- ✓ • Identificar razones de disminución de demanda inscrita a estos programas.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

3.2.1 SEGMENTO INSTITUCIONES ✓

- ❖ *Conocer la imagen y posicionamiento que tiene las instituciones de educación no formal*
- ❖ *Jerarquizar las entidades de educación no formal existentes en Santa fe de Bogota*
- ❖ *Evaluar la imagen que se tiene de cada una.*
- ❖ *Hacer una relacione de los servicios que ofrecen cada una de estas instituciones.*
- ❖ *Identificar programas ofrecidos, horarios y costos*
- ❖ *Determinar los medios publicitarios que utilizan para pautar*
- ❖ *Analizar la frecuencia y fechas en que pautan.*
- ❖ *Establecer una aproximación al perfil del estudiante en estas instituciones.*

3.2.2 SEGMENTO ALUMNOS INSCRITOS

- Conocer el porqué estos alumnos tomaron esta modalidad de estudio. ↓
- Identificar los institutos que conocen ↓
- Determinar razones de referencia ↓
- Conocer tipo de programa o modalidad en que se inscriben ↓
- Evaluar la imagen que tienen de IFEI ↓
- Calificar el grado de recordación publicitaria que tienen acerca de este tipo de educación. ↓

3.2.3 SEGMENTOS ALUMNOS POTENCIALES (Empresas y Empleados)

- Relacionar los motivos por los cuales estos alumnos no terminaron sus estudios de bachillerato ↓
- Conocer el interés que despierta en los alumnos el sistema de validación. ↓
- Determinar motivos por los cuales no se han inscrito para terminar sus estudios

- *Identificar el conocimiento que se tiene acerca de instituciones de educación no formal. ✓*
- *Conocer las ventajas y desventajas de los sistemas de validación ✓*
- *Medir la percepción que tienen de precios. ✓*
- *Relacionar días y horario preferido para estudiar. ✓*

4. METODOLOGÍA

4.1 TÉCNICA

Dada la necesidad de información, se empleo una técnica cuantitativa, concretamente la entrevista personal, y para cuyo efecto se ajusto una encuesta suministrada por la persona a cargo.

4.2 TIPO

Personal lo cual obliga al contacto uno a uno de las personas definidas como marco maestra.

4.3 CLASE

Estudio ADHOC estudio de las necesidades específicas de un cliente.

4.4 PÚBLICO OBJETIVO

- (Hombres y mujeres habitantes de santa fe de bogota.*
- ✓ Segmento instituciones: Coordinadores y directores de institutos de educación no formal.*
- ✓ Segmento empresas: jefes de personal de diferentes empresas.*

✓ Segmento alumnos inscritos: jóvenes y adultos que se encuentran actualmente cursando en institutos de educación no formal.

✓ Segmento alumnos potenciales: empleados que no han terminado sus estudios secundarios.

4.5 TAMAÑO MUESTRAL

✓ Segmento instituciones: se realizó un total de ocho entrevistas a coordinadores pertenecientes a los diferentes institutos; este tamaño muestral con un nivel de confiabilidad del 95%.

✓ Segmento alumnos inscritos: en este grupo se aplica el cuestionario a 208 estudiantes de los cuales 98 pertenecen al instituto IFEI y los otros 100 los demás institutos.

✓ Segmento empresas: se realizó un total de ocho entrevistas a diferentes empresas.

✓ Segmento alumnos potenciales: en este grupo se aplicaron 100 encuestas a los empleados de las empresas entrevistadas.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 SEGMENTO INSTITUCIONES

5.1.1 *Análisis Cualitativo respecto a:*

5.1.1.1 *Requisitos solicitados para el Estudiante:*

Todos los institutos exigen como requisito, fotos, documento de identidad, fotocopia de este, certificado de estudios, paz y salvo del colegio anterior y muchas veces certificado medico.

- ❖ *Costos de inscripción y matrícula:* *Los costos en cada instituto son muy proporcionales teniendo en cuenta la jornada y el horario, y la frecuencia de pago para un mínimo de \$ 30.000 y un máximo de \$ 467.000.*

5.1.1.2 Segmento al que van dirigidos: Para casi la totalidad de los institutos cuentan con un segmento similar para el sistema que ofrecen: persona jóvenes adultos que desean terminar sus estudios, porque no pudieron terminar sus estudios por motivos económicos y las cuales no tenían tiempo ni dinero. ?

los servicios o programas académicos

❖ Número de alumnos de cada jornada: Se tiene que un promedio de alumnos en las instituciones es para un máximo de 250 por jornada, contando así que por salón son mínimo 15 alumnos.

❖ Perfil estudiante que ingresa: Para todos los institutos es muy semejante el perfil de los alumnos que manejan teniendo presente que son personas que desean terminar sus estudios porque están en una empresa que lo exige, o personas que van a ingresar a una carrera y que están realmente interesados en salir rápido, personas de todas las clases sociales y de todas las edades. *

❖ Institutos considerados como competencia:

De los institutos entrevistados la mayoría no consideran tener una

competencia directa por razones como: cada uno tiene un sistema de educación diferente, son muy aparte o se consideran líderes en el mercado.

A diferencia de los que opinan que de pronto una parte esta dentro de la competencia es por la ubicación que tienen ya sea porque se encuentran centrados o porque están en el mismo sector, otra opinión es que en el 19^o mercado existe mucho instituto, Para poder ofrecer una competencia ya que cuentan con horarios y costos muy semejantes lo cual hace que el alumno que vaya a ingresar tenga la oportunidad de escoger cualquiera pues no es mucha la diferencia.

❖ Aspectos que diferencia de la competencia: Dentro de las diferencias encontradas por los institutos para distinguirse de la competencia se tiene que se catalogan como líderes en el mercado en programas de validación de bachillerato por ciclos, cuentan con una buena ubicación, ofrecen un nivel académico formal.

Proporcionan programas excelentes, brindan horarios que se ajustan a la necesidad de cada persona, cuentan con una vinculación del padre de familia al programa, tienen excelentes profesores, ofrecen precios económicos, su calidad es optima, cuentan con un sistema de promoción flexible.

❖ *Principales fortalezas: Las principales fortalezas con las que cuentan los institutos en su mayoría son: variedad de programas, facilidad de pago, nivel académico, capacitación para la vida laboral, selección de alumnos, precios, horarios, promoción flexible.*

❖ *Debilidades que presentan: Para las instituciones sus mayores debilidades son: falta de sedes en lugares mas centrados, espacio para la actividad física, más docentes para cada área y para algunos el sector donde están ubicados.*

❖ *Proyecciones a largo plazo: Los institutos entrevistados se proyectan a un futuro teniendo en cuenta las debilidades actuales queriendo así, aumentar la capacidad de los estudiantes, extender el sistema de educación, ampliar las sedes, prestar mejor servicio, abrir otros cursos y dispersarse por el país.*

❖ *Futuro de este tipo de instituciones:*

Los entrevistados responden diferentes puntos acerca del futuro de las instituciones de educación no formal en el país, teniendo así que: se ve prospero, por la necesidad de la gente y las empresas que cada vez exigen

más, se tiene que siempre y cuando tengan un buen nivel académico y una buena calidad la gente acudirá a ellos, se ha disminuido un poco el ingreso pero siempre abr alguien que desee terminar sus estudios.

Existe muchos institutos y cada vez se disminuirá la población y sé Irán acabando, teniendo en cuenta que hay mucha gente que no tiene la posibilidad o no quiere terminar sus estudios.

5.1.2 Análisis Cuantitativo respecto a:

5.1.2.1 Promedio de personas pertenecientes al cuerpo docente

De los ocho institutos evaluados vemos que el número de docentes en cada uno es muy variado presentando un máximo de 25 profesores y un mínimo de 6 a 10 por instituto (gráfica 1)

5.1.2.2 Medios por los que la gente se entera de la institución

Los coordinadores de cada instituto concuerdan en que el directorio es el medio más utilizado por ellos, al igual que los volantes (gráfica No 2.)

5.1.2.3 Frecuencia con la que se utilizan estos medios

La mayoría de los coordinadores entrevistados responden que utilizan la publicidad especialmente semestral y anualmente con la excepción del directorio telefónico, que su frecuencia es diaria. (gráfica No 3).

5.1.2.4 Meses en los que se utilizan los medios publicitarios manejados por los institutos: Los meses específicos para pautar son enero y junio, teniendo en cuenta que lo hacen con el fin de hacer publicidad en los meses de inscripción para nuevos cursos. (gráfica No 4.)

5.1.2.5 Horarios manejados por la Institución

La mayoría de los institutos manejan horarios similares de lunes a viernes en la mañana y en la jornada de la tarde. Son muy escasos los institutos que cuentan con horarios los sábados en la noche como el Latinoamericano y el Inscap (grafica No 5).

5.1.2.6 Proporción gente que desea terminar sus estudios

Teniendo en cuenta el concepto dado por los institutos entrevistados se muestra que más de la tercera parte de la población si desea terminar de estudiar teniendo en cuenta la situación actual mientras que es mínima la gente que no quiere continuar a terminar de estudiar (grafica No 6).

5.1.2.7 Razones por las cuales abandonan los estudios

La mayoría de la gente hoy en DIA abandona sus estudios por varias razones entre ellas se tiene que el mayor índice es por falta de dinero a consecuencia de esta se prefiere trabajar y no estudiar (grafica 7)

5.1.2.8 Capacidad instalada para atender el número de alumnos

De los ocho institutos entrevistados se observa que cada uno de ellos cuenta con la capacidad suficiente para el número de Alumnos con los que cuentan, a raíz de que fue adecuada para las necesidades actuales (grafica No 8.)

5.1.2.9 Convenios empresas o universidades

Se presenta que de los institutos entrevistados solo uno tiene algún tipo de convenio con empresas, y los demás están en procesos para poder dar a sus alumnos alguna ayuda laboral o educativa (GRAFICA 9).

5.1.2.10 Financiación para pago de estudiantes

Más de la mitad de los institutos cuentan con planes de financiación para los estudiantes con respecto a sus inscripciones y pago de matrículas lo cual ayuda al alumno a poder ingresar o continuara Al igual que la mayoría cuentan con una financiación; también ofrecen a los alumnos becas con el propósito de incentivarlos y a su vez ayudar a los que se destacan en su nivel académico (grafica 11)

5.1.2.11 Servicios ofrecidos a los estudiantes

Los institutos poseen algunos servicios adicionales que ofrecen a sus alumnos mayores beneficios, entre ellos se cuenta que en su mayoría cuentan con biblioteca, que facilita la entrega de Trabajos y elaboración de tareas, y la mitad de estos institutos brindan el servicio de cafetería, sobre todo para los que tiene un horario mas largo (grafica No 12).

5.2 SEGMENTO ALUMNOS INSCRITOS

5.2.1 Educación no formal significa . . .

Para la mayoría de los alumnos entrevistados la educación no formal significa una manera fácil y practica de estudiar teniendo en cuenta que es una alternativa económica y un sistema de horarios que se adapta a las necesidades de cada persona (grafica No 13) .

5.2.2 Tiempo de estudio bajo este sistema

Los alumnos del instituto IFEI llevan estudiando en este sistema, desde hace aproximadamente menos de un año, a diferencia de los alumnos de los otros institutos que ya llevan mas de un año con este método, es muy poco el numero de estudiantes que llevan mas de este tiempo en el sistema (grafica No 14.)

5.2.3 Razones por las que se escogió esta modalidad de estudio

Menos de la cuarta parte de los estudiantes de la mayoría de los institutos, dan como razón por la cual escogieron esta modalidad por que se adapta a las necesidades de cada uno y para los alumnos

De IFEI es mas por sistema rápido que por cualquier otra, aunque son muy variadas las razones por las que se escoge (gráfica No 15.)

5.2.4 Horarios o jornadas ofrecidos por las instituciones

Los alumnos reafirman, lo dicho por los coordinadores o directores de los institutos en cuanto a la jornada y horario más prestado de lunes a viernes, en las jornadas de la tarde y la noche debido a que son los horarios que se adaptan a sus necesidades (grafica No 16.)

5.2.5. Recordación de institutos de educación no formal

Para la mayoría de los estudiantes los institutos Triangulo y Heisemberg son los más recordados. En cuanto al instituto IFEI principalmente los estudiantes tienen en su mayor grado de recordación al instituto San Fernando Fermín por la estrategia publicitaria que manejan en el directorio telefónico, las referencias de amigos, familiares, y la excelente ubicación con la que cuentan (grafica No 17 y 18.)

5.2.6 Medio por el cual se llego a la institución

Para mas de la mitad de los alumnos inscritos a estos programas se tiene que el medio por el cual llegaron a la institución de la cual forman parte fue por recomendación o referencia de amigos o familiares y también se cuenta con la publicidad teniendo presente que son mínimos los medios publicitarios que se recuerdan de cada uno (grafica No 19 y 20).

5.2.7 Evaluación calificada de las instituciones

Los resultados de la evaluación de los diferentes aspectos propios de cada institución muestran en general un promedio de calificación de 38 valor tomado como bueno pero aun así por debajo del 4.0.

En el detalle los alumnos otorgan mas calificación positiva que los de otros establecimientos, en el IFEI se percibe como bueno los horarios, el personal docente, administrativo y resalta como bueno la calidad académica, contrario a esto la calificación mas baja la atribuyen a las instalaciones.

Los alumnos de otras instituciones son más severos en su apreciación con relación al personal docente, administrativo e instalaciones. (grafica 21)

5.2.8 Ventajas que se atribuyen al sistema

Dentro de las ventajas atribuidas al sistema encontramos que la mayoría de los estudiantes catalogan esta como un sistema más rápido para poder terminar sus estudios.(grafica 22)

5.2.9 Desventajas encontradas en el sistema

Para la mayoría de los estudiantes las ventajas que encuentran son que son programas muy incompletos; Y muchos de ellos no encuentran desventajas (grafica 23.)

5.2.10 Actividades a realizar después de terminar de estudiar

Se encontró que para los alumnos de IFEI su pensado es continuar con sus estudios universitarios, mientras que para los alumnos de los demás institutos se tiene que las actividades que piensan realizar son laborales, seguido de algunos que piensan en trabajar y estudiar a la vez (gráfica 24.)

5.2.11 Ventajas atribuidas a IFEI

Se tiene que para los alumnos una de las mayores ventajas con las que cuenta el instituto es su nivel académico y la oportunidad que les brindan de poder ingresar más rápido a la universidad (gráfica 25).

5.2.12 Desventajas encontradas a IFEI

No muy significativa pero importante para IFEI los alumnos encuentran como desventaja las instalaciones y por lo demás en general no encuentran ninguna desventaja (gráfica 26).

5.2.13 Disposición para recomendar a IFEI a familiares y amigos

Más de la cuarta parte de los alumnos se encuentran totalmente dispuestos a recomendar a IFEI a todas las personas que tengan la oportunidad.

(Gráfica 27).

5.3 SEGMENTO EMPRESAS

Las siete empresas entrevistadas se tiene que en una forma unánime catalogan la educación no formal como una alternativa económica y un sistema de horarios que se adaptan a las necesidades de cada persona determinando así la conveniencia que tenga para cada cual.

(Tabla 28).

5.3.1 Promedio empleados parte operativa

Entre las empresas entrevistadas se tiene que cuentan con un numero de empleados en la parte operativa muy variado; presentándose un máximo entre 21 y 25 empleados y un mínimo de 1 a 5 por empresas. (Gráfica 29.)

5.3.2 Nivel educativo alcanzado por los empleados

Para la mayoría de las empresas entrevistadas él numera de empleados que tienen la secundaria incompleta es mas de la mitad, estando estos ubicados en las diferentes áreas, teniendo así que una mínima parte de personal operativo de cada empresa alcanza el nivel de secundaria completo.

(Gráfica 30.)

5.3.3 Edad promedio empleados

Según los jefes de personal la edad promedio de las personas del nivel operativo se encuentra en su mayoría en un rango entre 35 y 42 años (gráfica 31).

5.3.4 Interés empleados por terminar sus estudios

En la mayoría de las empresas entrevistadas, se encuentra que los empleados no tienen interés por terminar sus estudios, y es un requisito que no es importante para la empresa, en este nivel de cargos (gráfica 32.)

5.3.5 Disposición empresa para apoyar los empleados en la terminación de estudios.

La disposición que presenta las empresas para apoyar a sus empleados en la terminación de sus estudios es positiva para un poco mas de la cuarta parte la cual se encuentra dispuesta hacerlo, pese a que no es exigible y a que la mayoría no desean estudiar. (Gráfica 33.)

5.3.6 Existencia de convenios con instituciones educativas

Casi la totalidad de los entrevistados opinan que no cuentan con ningún convenio con alguna institución educativa para ayudar a sus empleados en la terminación de sus estudios. (Grafica 34).

5.3.7 Proporción en la que se ha recibido información acerca de esos institutos

En la mayoría de las empresas es muy deficiente la información que se ha recibido acerca de los institutos de educación no formal, en su totalidad mas de la mitad no tienen ningún conocimiento acerca de estos. (Grafica 35.

5.3.8 Manejo programas de capacitación en las empresas

La mayoría de las empresas que se entrevistaron no maneja ningún tipo de programa de capacitación para sus empleados en ninguna área, a diferencia de dos de ellas que si capacitan al empleado al ingresar a la empresa.

(Grafica 36).

5.3.9 Interés por recibir información sobre institutos

En este momento las empresas en su mayoría muestran interés en recibir información acerca de los institutos de educación no formal existentes, pero aun así es muy poca la información que llega sobre esta modalidad de estudio.

(gráfica 37)

5.4 SEGMENTO ALUMNOS POTENCIALES

5.4.1 Último curso de secundaria realizado y aprobado

Para la mayoría de los empleados entrevistados el último curso realizado y aprobado fue el grado 11. Con su secundaria completa para los demás son valores muy variados teniendo que el máximo es para los que solo hicieron hasta 9º grado y un mínimo para los que cursaron hasta 7º grado.

(Grafica 38.)

5.4.2 Motivos por los cuales no se terminaron los estudios

Entre las razones más importantes y más seleccionadas por los empleados se tiene que los motivos económicos son una variable, por la cual muchos de ellos no pudieron terminar sus estudios secundarios, al igual, para otros se presentaron motivos familiares que les impidieron seguir adelante con sus estudios. (Grafica 39.)

5.4.3 Conocimiento de programas para terminación de estudios

Más de la mitad de los empleados afirman tener conocimiento acerca de los programas que existe para la terminación del bachillerato, hacen referencia especialmente a los programas de validación. (Grafica 40- 41)

5.5.4 Proporción en la que se está estudiando actualmente

La mayoría de los empleados entrevistados, en estos momentos no se encuentran estudiando, ningún tipo de sistema. Es mínimo la cantidad de personas que si están cursando algún programa, dentro de ellos Administración, Enfermería etc. (gráfica 42.)

5.4.5 Interés en continuar estudios

El interés que se presenta al continuar los estudios por parte de los empleados es muy variado, menos de una cuarta parte de la muestra total se encuentra interesada, seguido de una proporción un poco menor que consideran estar poco interesados, vale la pena señalar que un 13% sostiene que no están nada interesados. (Gráfica 43).

5.4.6 Recordación de institutos

Mas de la tercera parte de los empleados tiene gran recordación acerca de los institutos que ofrecen programas de educación no formal. Entre ellos especialmente y en primer lugar se encuentra el instituto TRIANGULO en seguido del HEIMSEMBERG, los demás institutos mencionados cuentan con valores muy variados, pero a su vez muy similares. (Grafica 44-45).

5.4.7 Medio por los cuales se enteran de los institutos

La publicidad es el medio principal por el cual los empleados entrevistados se enteran de la existencia de muchos de los institutos nombrados anteriormente, específicamente se refiere a la radio y los volantes teniendo así que también es de gran importancia los referidos, en este caso amigos y familiares (Grafica 46).

5.4.8 Costo promedio de cada curso

El segmento que se entrevisto, en su mayoría considera que el costo promedio que debería tener cada curso, oscila entre \$ 40.000 y \$ 80.000 pesos.

Mas de una cuarta parte, opinan que, deberían ser máximo de \$ 100.000 pesos. (Grafica 47)

5.4.9 Horario y jornada que más se aceptan a las necesidades

Entre los horarios y jornadas más asequibles para los empleados que quisieran terminar sus estudios y que por su trabajo se adaptan mas a sus necesidades se tienen que los sábados en la tarde y en la noche son los mas seleccionados, teniendo en cuenta horaria de trabajo. (Grafica 48.)

5.4.10 Ventajas atribuidas al sistema

Los empleados en su mayoría opinan que lo mejor del sistema de estudio, es la forma que se permite terminar más rápido de estudiar, y algunos lo toman como una manera de superación personal, los demás que no responden es porque no tienen conocimiento acerca de estos sistemas.

(Grafica 49.)

5.4.11 Desventajas atribuidas al sistema

A diferencia de las ventajas, mas de la cuarta parte de los empleados no respondieron a estas preguntas porque no han tenido la oportunidad de estudiar bajo este sistema para encontrar las posibles debilidades o desventajas que tienen. (Grafica 50.)

5.4.12 Proporción en la que se conoce o recuerda a IFEI

Se encuentra que los empleados no tienen ningún conocimiento acerca de la existencia del instituto IFEI; para los que lo conocen y lo recuerdan menos de una cuarta parte ha sido por referidos además de la ubicación, y porque han visto las sedes (gráfica 51-52.)

6. CONCLUSIONES

Después de haber analizado los aspectos fundamentales de cada segmento podemos extraer las siguientes conclusiones:

6.1 SEGMENTO INSTITUCIONES DE EDUCACION NO FORMAL

- *El medio publicitario mas utilizado por todos los institutos es el directorio telefónico.*
- *La frecuencia con la que utilizan los medios publicitarios concuerdan con las jornadas de estudio, para hacer propaganda en los periodos de inscripción.*
- *Todos los establecimientos entrevistados manejan un horario de lunes a viernes en las 3 jornadas (mañana, tarde, noche).*

- *Los coordinadores y directores coinciden en opinar que en términos generales la gente si desea terminar sus estudios, pero por falta de dinero no lo hacen y prefieren trabajar.*
- *Las instituciones de esta modalidad de estudio, se preocupan hoy en día por, contar con algún tipo de financiación y beca que ofrecen a los alumnos como ayuda para poder continuar con sus estudios.*

6.2 SEGMENTO ALUMNOS INSCRITOS

- *La educación no formal es catalogada como una manera fácil, practica y económica que se adapta las necesidades de cada persona.*
- *El medio por el cual los alumnos llegan a los institutos es por amigos y familiares.*
- *Es mínima la publicidad que los alumnos recuerdan acerca del instituto donde estudian.*

- *El concepto en general que los alumnos tienen con respecto a los horarios las instalaciones, sus precios el nivel académico, administrativo y el personal docente es que es muy bueno.*
- *Los alumnos de IFEI valoran el buen nivel académico y la calidad humana de los docentes.*

El nivel de satisfacción de los estudiantes de IFEI es bastante alto y casi el 90% están dispuestos a recomendar el establecimiento a familiares y amigos.

6.3 SEGMENTO EMPRESAS

- *Para los gerentes de las empresas, la educación no formal, es catalogado, como una alternativa económica y un sistema de horarios que se adapta a las necesidades de cada persona.*
- *La mayoría de las empresas cuentan con un numero de empleados muy alto que no han terminado sus estudios secundarios.*
- *Se presenta que los gerentes no saben el grado de interés que sus empleados tienen por terminar sus estudios.*
- *De los institutos entrevistados muchos se encuentran dispuestos a apoyar a sus empleados en la terminación de sus estudios.*
- *Es muy deficiente la información que las empresas han recibido sobre los institutos de educación no formal, pero a su vez se encuentran medianamente interesadas en recibir algún tipo de informe*

6.4 SEGMENTO ALUMNOS POTENCIALES

- *La mayoría de los empleados no terminaron sus estudios por razones económicas.*
- *Los empleados conocen como alternativa de programas para la terminación de sus estudios el sistema de validación.*
- *La mayoría de los empleados se encuentran interesados en poder culminar sus estudios secundarios.*
- *Se tiene se tiene conocimiento de varios institutos para la elección de programas para terminar el bachillerato, los mas mencionados fueron: Triangulo y el instituto Heisemberg.*
- *Los horarios y jornadas que más se adaptan alas necesidades de estos empleados son los días sábados en la tarde y la noche.*
- *Los avisos de periódico y las referencias de familiares y amigos son el medio más efectivo para la divulgación de estos establecimientos.*
- *El costo promedio estimado para el pago mensual oscila entre un rango de \$40.000 a \$80.000.*
- *Dentro de este segmento de empleados que no están estudiando una proporción importante conocen IFEI. Esto lo atribuyen a referidos y algunos pocos mencionan la ubicación.*

7. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

- *De acuerdo a los resultados y conclusiones anteriormente expuestos se hacen a continuación las siguientes sugerencias y recomendaciones con miras a ser tomadas en cuenta y posteriormente analizadas para su aplicación logrando así el mejoramiento del instituto.*
- *Dotar de información a las empresas que manejan personal operario y mandos medios las cuales no tienen ningún conocimiento de programas de validación estas para poder ofrecer a sus empleados algún tipo de apoyo.*
- *Abrir o extender las jornadas de estudio con las que cuentan, ya que la gente que trabaja no tiene tiempo entre semana y necesitan institutos con horarios que se ajusten a sus necesidades (los fines de semana).*
- *Ofrecer programas que en la modalidad de educación no formal respondan a las necesidades de sector económico a bajo costo y con apoyo de empresas privadas (estilo: ebanistas, técnicas en mecánica etc).*
- *Incentivar empresas, jóvenes, trabajadores a que terminen sus estudios secundarios como una manera de superación personal y a su vez como una alternativa para conseguir mas fácilmente un trabajo o poder ascender en él.*
- *Mantenerse en el mercado ofreciendo a sus alumnos beneficios que los resalten y distingan de los demás institutos, desarrollándoles habilidades especiales que les permita orientar su elección de carrera universitaria o de continuidad a su formación profesional.*

- *Hacer mantenimiento y mejoramiento de las instalaciones para mayor comodidad y agrado de los estudiantes.*
- *Los avisos del periódico siempre han sido una importante fuente para que quienes buscan terminar su formación.*
Pero también el mejor medio de divulgación han sido los referidos, se sugiere implantar un sistema motivacional que premie aquellos estudiantes que traigan un nuevo alumno al establecimiento.
- *Buscar convenios con empresas de alumnos potenciales de tal forma que se mejore el nivel de conocimientos y para el desempeño del funcionamiento, al capacitarlos en alguna habilidad específica.*
- *Establecer convenios con otras entidades de educación no formal como el caso del SENA.*

BIBLIOGRAFIA

UNITEC GUIA PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS ACADÉMICOS.

INSTITUTO DE NORMAS ICONTEC COMO HACER TESIS Y OTROS TRABAJOS DE GRADO.

CARLOS E MENDEZ METODOLOGÍA DEL TRABAJO

MINISTERIO DE EDUCACIÓN LEGISLACIÓN PARA LA EDUCACIÓN (4 EDICION ACTUALIZA)

658-005711