

**SISTEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE
MARKETING QUE AUMENTE EL NÚMERO DE ESTUDIANTES EN LA
EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL MUNICIPIO DE SOACHA, BAJO LA ESTRATEGIA
“ILUMNO”**

Sandra Carolina Puentes Garzón

ID: 777257

Yully Cristina Rodríguez Ibáñez

ID:156379

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Especialización Gerencia de Proyectos

Soacha

Agosto 2021

**SISTEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE
MARKETING QUE AUMENTE EL NÚMERO DE ESTUDIANTES EN LA
EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL MUNICIPIO DE SOACHA, BAJO LA ESTRATEGIA
“ILUMNO”**

Sandra Carolina Puentes Garzón

ID: 777257

Yully Cristina Rodríguez Ibáñez

ID:156379

Trabajo de Grado

Asesor(a)

Hernando Parra Barrios, c.c. 91.216.999

Administrador de Empresas

Jurado Evaluador 1.

Iván Darío Vargas González, c.c. 72. 290.107

Jurado Evaluador 2.

Adriana María Castellanos Muñoz, c.c. 52.856.520

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Especialización Gerencia de Proyectos

Soacha

Agosto 2021

Dedicatoria

Yully Cristina Rodríguez Ibáñez: Dedico de manera muy especial la sistematización de este proyecto, a mi hija Nathalia Moreno Rodríguez, pues ella es mi mayor fortaleza, el motor que me impulsa a continuar adelante día tras día, quien me apoya incondicionalmente a lograr mis metas y sueños propuestos.

Sandra Carolina Puentes: Dedico esta sistematización a mi hija Sarah Lucía, mi pequeña maestra, ella es mi compañera de camino y por quien vale la pena cada esfuerzo realizado.

Agradecimientos

En primer lugar, damos gracias a Dios, por darnos la vida y permitirnos llegar hasta este momento tan importante en nuestra formación profesional.

A nuestros padres y hermanos que siempre nos apoyan en todos los proyectos que emprendemos, dándonos ese apoyo incondicional en todo momento, quienes con sus palabras de aliento nos impulsaban a continuar adelante y no desfallecer ante las adversidades que se nos presentan.

A los docentes que nos acompañaron a lo largo de esta especialización, por su paciencia, por habernos guiado en la realización de este proyecto, en base a su experiencia y sabiduría han sabido guiar nuestros conocimientos.

A nuestros compañeros quienes nos brindaron la oportunidad de compartir vivencias, por su valiosa colaboración a la hora de realizar este proyecto.

Contenido

Lista de figuras.....	7
Resumen.....	8
Palabras Clave.....	10
Abstract.....	11
Keywords.....	13
Introducción.....	14
Capítulo 1. Metodología de la sistematización.	16
1.1 Objetos (objetivo de sistematización, delimitación del objeto y criterios para elección de objeto)	16
1.2 Preguntas de la sistematización (preguntas orientadoras y pregunta eje de sistematización)	17
1.3 Objetivos de la sistematización	17
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 Justificación	18
1.5 Diseño metodológico (Enfoque y Método de investigación, diseño y aplicación de instrumentos, análisis de información)	19
Capítulo 2. Descripción de la experiencia	19
2.1 Descripción de la sistematización de la experiencia como opción de grado según las sub-líneas de investigación definida por la especialización, (innovación productiva e innovación social).	19
2.2 Contexto de la experiencia desde la innovación productiva y/o social.	21
2.3 Antecedentes	23
2.4 Marco Legal	24
2.5 Descripción del proyecto con énfasis en innovación productiva y/o social	26
2.6 Descripción del producto de la sistematización como opción de grado con énfasis en innovación productiva y/o social	26
Capítulo 3. Recuperación del proceso.	27
3.1 Aportes conceptuales	27
3.2 Análisis del contexto organizacional, donde se desarrolla la sistematización.	27
3.3 Análisis del impacto esperado de la sistematización.	29
Capítulo 4. Análisis y reflexión.	29
4.1 Resultados de la experiencia	29
4.2 Evaluación de impactos	31
4.3 Lecciones aprendidas	31

4.4 Recomendaciones	32
5. Conclusiones	33
6. Referencias	34

Lista de figuras

Figura 1. Antecedentes históricos de la educación superior en Colombia.

Figura 2. Valores

Resumen

La presente sistematización refleja como se desea iniciar con un emprendimiento basado en la idea de impulsar el acceso a la educación superior para la población de los jóvenes suachunos. Tal emprendimiento está amparado bajo la metodología de un ente ejecutor: la empresa Ilumno.

“Ilumno”, se constituye en una estrategia de mercadeo estratégico para la ampliación de cobertura de las Instituciones de Educación Superior, en adelante IES en Colombia y basado en ellos es que se toma su metodología de marketing para amparar este proyecto.

Esta estrategia se basa en la alineación de procesos: desde la captación de lead, detección de intereses, gestión de contacto, asesoramiento completo desde el perfil profesional, pasando por las formas de financiación y finalmente entregar lo que llega como un prospecto a un exitoso matriculado a las diferentes universidades o entidades de educación superior.

De manera adicional dentro del emprendimiento se tiene en cuenta una línea adicional de negocio que se sostiene como una venta de bases de datos de interesados a las diferentes instituciones de educación superior, según sea el segmento de interés del lead.

El objetivo principal de este ejercicio académico es sistematizar la propuesta de elaborar un plan de marketing bajo la estrategia de Ilumno, que aumente el acceso de jóvenes del municipio de Soacha a la Educación Superior.

A tener en cuenta, una de las ponentes de esta sistematización tiene un vínculo laboral con el ente ejecutor y basado en su conocimiento, experiencia y trayectoria, se hizo el planteamiento de hacer una “replica de emprendimiento” para que, mediante una campaña de

marketing en el municipio de Soacha, se apoyara el acceso a la educación superior de la población, pero también se sostuviera un lucro económico.

Mediante el método de observación directa se han interpretado todos los procesos llevados a cabo por la compañía y que seguramente serian de gran utilizad para el nuevo proyecto.

Luego de esto y gracias a los aportes conceptuales de todas las áreas de la especialización, se deduce la idea de negocio como sostenible y rentable, además de concluir que incluso puede ampliarse la población objetivo, no solo para tener en cuenta los estudiantes recién egresados de colegio, sino también la población adulta, que busca educarse en niveles superiores al bachiller.

En la sistematización aportaremos 2 apéndices que tratarán:

Como desde el sistema de gestión de calidad de Ilumno, se logra dar forma y organización a los procesos de una compañía.

Se anexa la matriz de análisis de factores internos, factores externos y planes de ejecución y seguimiento, donde podemos ver la observación realizada a una empresa y como el análisis de estas mismas, nos dan luces acerca del inicio de planes de mejora para el fortalecimiento de la gestión.

Palabras Clave

Educación superior

Marketing

Estrategia Ilumno

Abstract

The present systematization reflects how it is desired to start with an enterprise based on the idea of promoting access to higher education for the population of young suachunos. Such an undertaking is covered under the methodology of an executing entity: the Ilumno company.

"Ilumno" is a strategic marketing strategy for the expansion of coverage of Higher Education Institutions, hereinafter IES in Colombia and based on them is that its marketing methodology is taken to protect this project.

This strategy is based on the alignment of processes: from lead capture, interest detection, contact management, complete advice from the professional profile, through the forms of financing and finally deliver what came as a prospect to a successful enrollment to the different universities or higher education entities.

Additionally, within the venture, an additional line of business is taken into account that is sustained as a sale of databases of interested parties to the different higher education institutions, depending on the segment of interest of the lead.

The main objective of this academic exercise is to systematize the proposal to develop a marketing plan under the Ilumno strategy, which increases the access of young people from the municipality of Soacha to Higher Education.

To take into account, one of the speakers of this systematization has a working relationship with the executing entity and based on her knowledge, experience and trajectory, the proposal was made of making a "replica of entrepreneurship" so that, through a marketing campaign In the municipality of Soacha, access to higher education for the population will be supported, but also an economic profit will be sustained.

Through the direct observation method, all the processes carried out by the company have been interpreted and that would surely be of great use for the new project.

After this and thanks to the conceptual contributions of all areas of specialization, the business idea is deduced as sustainable and profitable, in addition to concluding that the target population can even be expanded, not only to take into account the students recently graduated from school, but also the adult population, which seeks to be educated at levels higher than high school.

In the systematization we will provide 2 appendices that will deal with:

As from the Ilumno quality management system, it is possible to shape and organize the processes of a company.

The matrix of analysis of internal factors, external factors and execution and follow-up plans is attached, where we can see the observation made to a company and how the analysis of these, gives us lights about the beginning of improvement plans for the strengthening of management.

Keywords

Higher education

Marketing

Strategy Ilumno

Introducción

“Illumno”, se constituye en una estrategia de mercadeo estratégico para la ampliación de cobertura de las Instituciones de Educación Superior, en adelante IES en Colombia.

Es importante considerar, que Illumno, proviene de una organización multinacional de la Educación Superior y que a nivel de la región en el continente americano, contó con aproximadamente dieciséis (16) IES en calidad de aliadas, y en la actualidad registra siete (la Universidad Vega de Almeida y el Centro Universitario Jorge Amado, de Brasil; la Universidad Americana, de Paraguay; la Universidad del Istmo, en Panamá; la Universidad en Ciencias Administrativas San Marcos, en Costa Rica, y las colombianas Areandina y Politécnico Gran colombiano), Nuno Fernandez (Presidente & CEO de Illumno).

Así mismo, manifiesta que, en años anteriores Illumno ya ha hecho acercamientos con la mayoría de IES privadas colombianas que, a su juicio, por número de estudiantes y situación de gobernabilidad, podrían ser clientes potenciales de la alianza. Inclusive, en 2018 invitó a varias de ellas a Panamá, a buscar posibles alianzas, sin que estas se hallan consolidado aún

Por consiguiente, en palabras del presidente & CEO de Illumno; queda por esperar para conocer cuál será la nueva estrategia de Illumno, que se especializa en ofrecer soluciones de administración, y especialmente de educación virtual, para ampliar masivamente la cobertura. Entre Andina y Politécnico se proyecta llegar prontamente a los 90 mil estudiantes. Así misma habría que preguntar a Illumno, qué entiende por una IES de alto perfil.

Para la sistematización se considera pertinente contextualizar que la población seleccionada para desarrollar la idea de negocio, basada en la experiencia de marketing estratégico de Illumno, corresponde a los jóvenes que cada semestre culmina su educación secundaria.

A saber, Soacha es el municipio más poblado de Cundinamarca -siendo superado solo por Bogotá-, cuenta con 556.268 habitantes en su territorio, de la cual un 98,9% de la población es urbana mientras un 1,1% es de población rural (DANE, 2019). Tiene una extensión de 183,37 Km², de los cuales 22,66 Km² pertenecen al área urbana o de expansión organizados en seis comunas, mientras 156,70 Km² son del área rural y se organizan en dos corregimientos (POT, 2018). Sin embargo, en el municipio se reúnen varias problemáticas sociales como la inseguridad, la cual se evidencia en la tasa de homicidios de 30,0 por cada 100.000 habitantes y la tasa de hurtos de 593 por cada 100.000 habitantes, cifras que superan los promedios del departamento y de la nación (Min Defensa- DANE, 2017).

En cuanto a la comuna 6 del municipio se encuentra que esta es la que cuenta con más barrios (66) y la tercera con más predios (13.950), sin embargo, es la que tiene menor área en el municipio con 305,55 hectáreas. Se encuentra ubicada en el sector suroccidente, es aquí donde se construyeron los primeros conjuntos de propiedad horizontal, además de caracterizarse por tener sectores residenciales antiguos como los barrios San Bernandino, Ubaté y El dorado. En esta se encuentran diversas condiciones socioeconómicas, con estratos que oscilan entre el 1 y el 4, por lo que un análisis de esta implica un examen de diferentes capacidades adquisitivas y, por lo tanto, múltiples contextos en los que están inmersos los estudiantes (POT, 2018).

Capítulo 1. Metodología de la sistematización.

1.1 Objetos (objetivo de sistematización, delimitación del objeto y criterios para elección de objeto)

Esta sistematización tiene por objeto analizar como desde la metodología de marketing manejada por Ilumno, se puede lograr implementar una sólida idea de negocio, donde con el ideal de orientar a una población en específico sobre cómo acceder a la educación superior sin incurrir en mayores gastos, más que con auxilios de gobierno, se puede consolidar una idea de empresa, donde el capital en inversión es mayoritariamente de conocimiento.

La población seleccionada para esta idea de negocio corresponde a los jóvenes que semestralmente culminan su básica secundaria, sobre esto se tiene en cuenta tanto la población que sale de colegios públicos y privados, como la población que sale de entidades de educación no formal (ejemplo: Institutos de validación) que al igual que la anterior población, obtienen su titulación de bachiller y buscan vincularse a la educación superior.

Como parte del proceso, se involucran las partes como: las universidades y entidades de educación superior, formal y no formal, que están interesadas en ampliar su población estudiantil, también se involucran los entes de gobierno que activan campañas de auxilios educativos para acceso a la educación superior y por supuesto, se involucra al ente ejecutor y padrino de la iniciativa, Ilumno.

Las partes involucradas en la sistematización participan allí, por las siguientes circunstancias:

La población juvenil de Soacha, porque es en esta comunidad donde viven las ejecutantes de la sistematización.

Las diferentes entidades de educación superior, porque son ellas las interesadas en tener prospectos a su favor que finalmente terminen como matriculados en sus instituciones.

Los entes gubernamentales, ya que el proyecto se apalancará de sus planes y campañas de apoyo y acceso a la educación superior con fondos públicos.

Ilumno, porque de esta empresa y su estrategia de mercadeo, es de donde nace la idea de negocio.

1.2 Preguntas de la sistematización (preguntas orientadoras y pregunta eje de sistematización)

¿Qué aportes me puede brindar la trayectoria y el trabajo de una compañía como Ilumno, para desarrollar nuestra idea de negocio?

¿Qué población es pertinente para dar inicio y poner en marcha las propuestas que podamos rescatar del ente ejecutor?

¿Qué se pretende lograr con este análisis de estrategia del ente ejecutor?

1.3 Objetivos de la sistematización

1.3.1 Objetivo General

Sistematizar la propuesta de elaborar un plan de marketing bajo la estrategia de Ilumno, que aumente el acceso de jóvenes del municipio de Soacha a la Educación Superior.

1.3.2 Objetivos Específicos

Interpretar los aportes que la estrategia corporativa de Marketing de ILUMNO puedan brindar para ejecutar un plan de negocios y así fomentar la estrategia de acceso a la educación superior.

Analizar los datos estadísticos de estudios existentes, que permita la identificación de las necesidades de los jóvenes del municipio de Soacha para el acceso a la educación superior.

Elaborar una propuesta de servicios que soporte el plan de marketing teniendo en cuenta la metodología de Marketing Ilumino.

1.4 Justificación

La sistematización del proyecto busca orientar y dar a conocer a los jóvenes de Soacha diferentes alternativas para acceder a la educación superior. Dicha información será útil para incentivar y motivar a los jóvenes, con ello reducir la brecha de inequidad educativa en el municipio, generando mano de obra calificada al servicio de la comunidad y a su vez mejorar la calidad de vida de los Soachunos.

Desde la academia, se busca realizar un aporte comunitario y social que oriente a la comunidad juvenil de Soacha, a buscar de manera fácil y efectiva, las opciones para poder acceder a la educación superior; la idea de exponer y divulgar públicamente los planes y estrategias que el gobierno impulsa en cuanto acceso a la educación se refiere, es precisamente para que la población que aparentemente no tiene opciones o por desconocimiento y que no avanza de educación básica secundaria a educación superior, conozca y se haga beneficiaria de estos planes para su mayor provecho.

Además de esto, este proyecto se ubica como propuesta de emprendimiento particular, para que dar evolución a una propuesta de marketing atractiva para las universidades, en la medida en la que ellas también conseguirán incrementar su población nueva.

1.5 Diseño metodológico (Enfoque y Método de investigación, diseño y aplicación de instrumentos, análisis de información)

El tipo de investigación que se llevó a cabo en esta sistematización es de tipo documental, ya que basado en la información obtenida de la gestión de la empresa Ilumno, se puede analizar e interpretar desde su expertis como llevar a cabo una estrategia de mercadeo que permita desarrollar la idea de negocio para ampliar el acceso a la educación superior de los jóvenes de Soacha.

Sobre esto, algunas variables han sido tomadas de forma cuantitativa, como el análisis de la inversión que se debe realizar para dar inicio al negocio y otras de forma cualitativa, como la interpretación que se puede dar al actual modelo de gestión de calidad del ente ejecutor ha implementado para dar claridad y control sobre sus procesos.

Las fuentes de información utilizadas para esta sistematización son mayoritariamente primarias, ya que han sido logradas directamente por los investigadores, mediante observación directa y análisis de documentos obtenidos directamente del ente ejecutor.

Capítulo 2. Descripción de la experiencia

2.1 Descripción de la sistematización de la experiencia como opción de grado según las sub-líneas de investigación definida por la especialización, (innovación productiva e innovación social).

Esta sistematización se presenta dentro de la línea de investigación para innovación social, ya que con ella se pretende lograr cierto bienestar para determinada población, para este caso el objeto corresponde logra dar herramientas a la comunidad juvenil de Soacha, para que

puedan acceder a la educación superior y la forma de lograrlo es ejecutando un plan de mercadeo educativo, basado en el modelo estratégico de marketing de Ilumno.

Desde el inicio, y gracias a una herramienta académica desde el área de evaluación de proyectos, se ha revisado la factibilidad del proyecto, resultando de este un proyecto rentable y sostenible y esto se da, por el mínimo de inversión a realizar, ya que el 80% es conocimiento para dar asesorías y como la población es amplia, aunque el costo del servicio es bajo, exponencialmente crece al tener una gran posibilidad de oferta.

En la planificación, se determina según datos estadísticos, como está la situación de la población de Soacha con respecto al acceso a la educación superior, desde allí se denota, la necesidad de atención que se tiene para esta necesidad y es orientar a ese porcentaje de personas que aun no esta vinculado a ese nivel superior de educación.

Para la fase de ejecución, se programan las actividades a ejecutar y como hacerlas, se piensa en como captar el interés de las personas, esto principalmente mediante el posicionamiento en redes sociales de un servicio de orientación y acompañamiento para acceder a la educación superior, en paralelo, se piensa en las orientaciones virtuales y presenciales de este servicio, donde se agenda al prospecto, se hace un perfilamiento profesional según sus gustos e intereses y con base en ello se lleva a buscar el plan gubernamental mas adecuado y en que universidad; la idea es que con esa asesoría se haga un acompañamiento completo sobre el proceso de admisión y finalmente se entregue como matriculado a la universidad.

La segunda línea de negocio, esta planteada como una venta de bases de datos de las personas interesadas a las universidades, para que para aquellas que por x o y motivo no

culminaron su proceso con nosotros, lo hagan directo con la universidad, esa negociación, resulta también con un lucro económico para la empresa.

Dentro de la fase de seguimiento y control, se establecería diferentes puntos para hacer verificación del éxito y funcionalidad del proyecto, normalmente mediante KPI, que permita medir varias variables de las actividades ejecutables:

- Personas agendadas que solicitan la atención vr. Personas atendidas y que reciban la orientación.
- Personas interesadas en la orientación vr. Personas matriculadas.
- Incremento o mantenimiento de ventas de las bases de datos (esto da una visual sobre el comportamiento de las ventas).

Este emprendimiento habla de un proceso contante de ejecución y con crecimiento en el tiempo. La educación no se detiene y siempre hay oferta.

2.2 Contexto de la experiencia desde la innovación productiva y/o social.

Mucho se dice en la época actual sobre innovación social; se ha vuelto recurrente nombrarlo en discursos gubernamentales, de campaña, de promoción social... para la presente sistematización, se tomara como concepto personal, esa posibilidad que se tiene, de desarrollar una idea en pro de ayudar a una comunidad, con esta propuesta específicamente se busca cerrar esa brecha existente, donde no todos pueden acceder a la educación superior, cuando en definitiva, si es posible si uno busca las alternativas adecuadas.

Es de gran satisfacción descubrir como desde el conocimiento personal y bastando con la iniciativa propia y las ganas de ayudar, se puede impulsar a un grupo de jóvenes, para que aproveche los auxilios de gobiernos y logre así su sueño de acceder a la educación superior.

Es así como mediante la observancia de la estrategia Ilumno, se llevará adelante esta idea de negocio.

2.3 Antecedentes

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA



La universidad hispano colonial (1510-1810)

Son fundadas en Bogotá de las universidades Santo Tomás, San Francisco Javier, hoy Pontificia Universidad Javeriana, y el Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Las cuales concentraron sus actividades en la enseñanza de teología, filosofía, jurisprudencia y medicina. El acceso a la universidad estuvo limitado a un grupo de estudiantes pertenecientes a órdenes religiosas y familias españolas o criollas con buena posición social.

La universidad tradicional (1822-1886)

En los gobiernos de Tomás Cipriano de Mosquera y de José Hilario López, se adopta el modelo educativo liberal. Donde las medidas educativas estuvieron marcadas por las diferencias ideológicas entre liberales y conservadores.

Durante este periodo se crearon las universidades públicas de Antioquia (1822), Cartagena (1827) y Cauca (1827). En 1867 se fundó la Universidad Nacional de Colombia.





Modelo contemporáneo de la universidad tradicional (1870 -1930)

Predominó la ideología del partido conservador, el cual aliado con la Iglesia Católica y los grandes terratenientes dieron origen a una nueva concepción de educación superior en donde prevalecieron los valores religiosos y el control privado del sistema educativo.

En (1886-1887) se cedió a la Iglesia Católica parte del control sobre la educación superior.

En 1886 se creó en Bogotá la universidad Externado de Derecho, la Universidad Libre en 1923, y en la ciudad de Pasto la Universidad de Nariño en 1904.

Fuente: Autoría propia

Proceso de modernización de la educación superior (1930 y 1960)

Con el ascenso al poder de Alfonso López Pumarejo se da un vuelco a la política educativa del país. Caracterizada por el proceso de industrialización, se promueve la libertad de enseñanza, se amplía el número de facultades de la Universidad Nacional. Esto se mantuvo durante los gobiernos de Eduardo Santos y Alberto Lleras Camargo.

Durante el gobierno de Rojas Pinilla se alertó sobre el riesgo de la expansión de universidades de baja calidad y la contratación de profesores con poca preparación.





Modernización de la universidad (1991-2010)

Con la expedición de la Constitución Política de 1991 se reconoce la educación como un derecho y un servicio público, con base en los lineamientos de la Constitución se aprobó la Ley 30 de 1992 que constituye la base normativa del sistema de educación superior colombiano.

Durante la década del 2000 se fortaleció la formación técnica y tecnológica.

A partir del 2010 fortaleció los programas de créditos educativos y mejoró las condiciones financieras de los préstamos a los estudiantes.

Finalmente, vale la pena señalar que a pesar de los avances institucionales y del aumento en las tasas cobertura, aún se observa una gran heterogeneidad en la calidad de los programas ofrecidos, inequidad en el acceso y una oferta insuficiente de cupos.

Fuente: Autoría propia (Figura 1)

2.4 Marco Legal

La educación en Colombia se rige por el Ministerio de Educación Nacional, quien es el encargado de establecer las normas aplicables al servicio público educativo.

A partir de la información recopilada se establece con la expedición de la Constitución Política de 1991 se consagra la libertad de enseñanza y se reconoce la educación como un derecho y un servicio público de carácter social que puede ser prestado por el Estado o por los particulares. Con lo cual se busca acceder al conocimiento, cultura, valores, crecimiento y fortalecimiento tanto personal como profesional.

De igual manera, para asegurar la calidad del sistema educativo, con pretensión de formar al colombiano en el respeto hacia los derechos humanos, libertad, la paz, se asignó al Estado la función de inspección y vigilancia. Para tal fin la Constitución también garantizó la autonomía universitaria y estableció que las universidades podrían expedir sus propios estatutos.

Con base en los lineamientos de la Constitución se aprobó la Ley 30 de 1992 que establece la base normativa del sistema de educación superior. Esta norma definió los principios y objetivos del sector, clasificó los programas académicos y las instituciones públicas y privadas. Donde se establece que la educación será gratuita en las entidades del estado y la clasificación institucional se realizó con base en una tipología que incluye instituciones técnicas profesionales, instituciones universitarias o escuelas tecnológicas y universidades.

La Ley 30 también definió el estatuto del personal docente y las normas sobre la administración del presupuesto y del personal de las instituciones oficiales, garantizó el ejercicio de la autonomía y el gobierno universitario, permitiendo a las instituciones libre albedrío sobre el nombramiento de sus directivas y la creación de sus propios programas académicos. Por otro

lado, la ley fijó las condiciones que orientan el funcionamiento de las instituciones privadas. Con esta ley se establecieron como órganos rectores al Ministerio de Educación Nacional (MEN) y al Consejo Nacional de Educación Superior (CESU). Dentro del CESU se incluyó la organización del Sistema Nacional de Acreditación, como una estrategia para el mejoramiento de la calidad de la educación superior y del Sistema Nacional de Información.

En cuanto a la financiación de las universidades estatales, la ley estableció aportes crecientes del Presupuesto General de la Nación y de las entidades territoriales tomando como base los recursos girados en 1993. No obstante, esta fórmula constituye un factor de controversia entre el Ministerio de Hacienda y las instituciones de educación superior oficiales por los desfases entre el presupuesto de gasto de las universidades y los ingresos definidos en la ley. Este fenómeno se encuentra asociado, según Jaramillo (2010), a factores como: las diversas normas y sentencias sobre pensiones y remuneraciones salariales de los docentes; la necesidad de realizar inversiones en infraestructura física y académica para ampliar la cobertura, con la intención de llegar a más Colombianos; mejorando los procesos de calidad; las inversiones en capital humano; la destinación de mayores recursos para investigación y con fenómenos diferentes a lo estrictamente académico como el otorgamiento de descuentos en matrículas a quienes ejercen el derecho al voto (Jaramillo, 2010). De ahí que todos estos gastos mayores, que no quedaron previstos ni cubiertos por Ley 30 de 1992, afectaran la dinámica del crecimiento del sistema público de educación superior. En la sección de financiación de los indicadores del sector presentamos la evolución del financiamiento de las instituciones de educación superior públicas durante los últimos años, a partir de la dinámica de los aportes de presupuesto nacional.

2.5 Descripción del proyecto con énfasis en innovación productiva y/o social

El proyecto busca asesorar a los jóvenes Soachunos que no han logrado acceder a la educación superior por medio de la orientación de las diferentes alternativas que ofrecen los planes gubernamentales, locales y nacionales, mediante becas y presupuestos destinados a impulsar el acceso a la educación. Con esto se concibe reducir la brecha de inequidad educativa en el municipio y así generar mano de obra calificada y mejora en la calidad de vida de la población.

De esta manera se genera un aporte social innovador mediante una propuesta de marketing atractiva para las universidades, por medio de alianzas estratégicas lo cual permitirá incrementar su población estudiantil.

Para esto es clave el padrinazgo que se realiza mediante la estrategia corporativa que desarrolla Ilumno para impulsar la ampliación y el acceso a la educación universitaria.

2.6 Descripción del producto de la sistematización como opción de grado con énfasis en innovación productiva y/o social

Con esta sistematización y tomando con base en los aportes conceptuales que se describen más adelante que se han recibido en el ejercicio académico de esta especialización, se puede poner en evidencia mediante una producción escrita y educativa, como desde la dedicada observación y análisis a una estrategia de marketing que impulsa una reconocida compañía, se puede lograr llevar a cabo una idea de negocio.

Son de vital importancia las herramientas y el conocimiento adquirido en cada una de las áreas que se nos han compartido en este estudio superior, desde la visualización de una organización empresarial, pasando por estudios técnicos y estructurales, construcción de costos y

presupuestos para el negocio, análisis y proposición de estrategias competitivas y de mercadeo y finalmente con un ejercicio de sistema de gestión de calidad, que finalmente nos llevara a lograr una estructura adecuada y respaldada para en un futuro emprender un negocio sostenible y rentable.

Capítulo 3. Recuperación del proceso.

3.1 Aportes conceptuales

3.2 Análisis del contexto organizacional, donde se desarrolla la sistematización.

La sistematización del proyecto se plantea desde las temáticas impartidas en cada una de las siguientes asignaturas: Principios Gerenciales; Metodología de Investigación y Formulación de Proyectos.

Por consiguiente; desde principios gerenciales se toma como referencia las temáticas alrededor del Ente Ejecutor que se propone para liderar esta propuesta.

Se propone crear una empresa, dedicada a la consultoría, que proponga diferentes estrategias para dar a conocer a la población que recién culmina su bachillerato, diferentes opciones mediante las cuales pueden acceder de manera efectiva a la educación superior, apalancándose en programas de gobierno nacional, gubernamental y local que impulsan el acceso a la educación superior.

Con relación al direccionamiento estratégico del ente ejecutor se resaltan las siguientes variables, en primer lugar, desde su misión, se busca, mediante el servicio de consultoría educativa, periodo a periodo, la población de jóvenes de Soacha que ingresa al sistema de educación superior se incrementa, gracias a los diferentes planes gubernamentales, nacionales y

locales que amparan el acceso a entidades de educación superior. Ahora, con respecto a la Visión para el año 2022 se visualiza que los jóvenes de Soacha nos busquen y desde el equipo de consultoría se les muestre las mejores opciones para acceder de manera fácil a la educación superior.

Con respecto a los valores, para la ejecución del proyecto se aplicarán los siguientes valores:



Fuente: Autoría propia (Figura 2)

Responsabilidad Social

Hay un sinnúmero de definiciones que en la actualizada se abocan a responder lo que es la responsabilidad social, pero esta vez se enmarcará en la más allegada al sentido del proyecto, donde se hará referencia a un sentir o ideología personal o grupal que se tiene para dar aportes de valor a la sociedad. Dicho de otra manera, la RS es la obligación de responder ante la sociedad en lo general y ante algunos grupos en lo específico.

Cooperación

Al igual con la responsabilidad social, se puede tener diversas formas de ver el significado de lo que es la cooperación, pero centrándose en una labor social, el significado más relevante para el sentido de este proyecto se toma como el trabajo en común, llevado a cabo por parte de un grupo de personas o entidades mayores hacia un objetivo compartido.

Innovación

Muchas son las empresas que en la actualidad tiene dentro de sus valores corporativos la innovación, todo depende del ámbito en el que se desarrollen, sin embargo, para esta labor social, lo más asertivo y que va de la mano con lo que se quisiera llegar es que la innovación no solo se basa en desarrollar nuevos productos, también supone impulsar nuevos modelos de negocio, ofrecer nuevos servicios y mejorar procesos para hacer más fácil la vida de las personas. Pero, sobre todo, se basa en que estos estos avances lleguen a quienes los necesitan.

3.3 Análisis del impacto esperado de la sistematización.

La sistematización de este proyecto impacta de manera positiva en la población del municipio de Soacha ya que genera alternativas para los jóvenes que pretenden acceder a la educación superior y no cuentan con los recursos y conocimiento suficientes para ello.

Basados en un modelo estratégico de marketing y generando alianzas estratégicas con diferentes entes gubernamentales que faciliten el ingreso de los jóvenes a la educación superior.

Brindando acompañamiento permanente a las diferentes entidades educativas, actualizando constantemente las bases de datos de los jóvenes interesados en acceder a la educación superior.

Capítulo 4. Análisis y reflexión.

4.1 Resultados de la experiencia

Con relación y para dar respuesta a cada uno de los objetivos propuestos se tiene que:

1. Al hacer observancia de la metodología de Ilumno que habla del proceso desde la captación de lead, pasando por todo el proceso y asesoría y asesoría y finalmente entrega como matriculado, para el municipio de Soacha es una práctica ganadora contar con un grupo de personas dispuestas a trabajar en la asesoría de sus juventudes, para que aun, cuando no haya recursos económicos, puedan acceder a la educación superior. Además, genera mayor atención cuando todo el engranaje de las áreas de una empresa está dispuesta a conseguir el objetivo.
2. Se tiene una población urbana en Soacha de por lo menos el 98%, cada semestre se tiene un grupo de 5000 estudiantes aproximadamente cada año que egresa de colegios y de ellos solo un 30% logra vincularse a la educación superior; viendo esto se tiene un enorme potencial para ofrecer el servicio de asesoría y lograr que más jóvenes accedan a una IES, sin necesidad de tener como obstáculo el tema económico.
3. Con la propuesta establecida de brindar consejería a los estudiantes egresados de colegios, de abordarlos mediante el mayor contacto establecido en los últimos tiempos por la juventud, las redes sociales, de mostrarles como el gobierno anualmente dispone de millones en inversión para la educación y que lo único que se debe realizar es acceder manera correcta, seguir los protocolos y proceso establecidos, finalmente se lograra el objetivo y es lograr que mas personas accedan a la educación superior.

El hecho de realizar un producto académico que permita sintetizar, ordenar y reconstruir el aprendizaje recibido y además “contar” como ha sido el moldeamiento de una idea de negocio, resulta interesante ya que lo hace más cercano y también permite que se tenga las herramientas necesarias para poder estructurar el proyecto y sacarlo adelante.

4.2 Evaluación de impactos

Sobre la sistematización se puede decir que permitió ver la viabilidad del proyecto; desde diferentes áreas; se recibe un aporte valioso sobre el cómo dar inicio al proyecto, monitorear y dar cabal cumplimiento a cada uno de los procesos.

La teoría organizacional cuenta como la estructuración jerárquica de la organización y las relaciones que se establecen entre todas las áreas garantizar el funcionamiento y la satisfacción de cara al cliente, además de dejar claras las responsabilidades por las que cada colaborador debe responder, esto da un límite y mejor control de monitorización, no solo se cubre el quehacer del proceso si no que permite identificar si hay opciones de mejora.

Desde la evaluación y ejecución de proyectos, se aprende la importancia de contabilizar desde la implementación y la ejecución cada una de las actividades que se proyecta a realizar, ya que desde cada una de ellas se pronostica que se requiere para invertir y que tan rentable será, así que ese ejercicio de ver una a una las etapas de la implementación dan luces sobre la sostenibilidad del negocio.

Finalmente, desde el ejercicio académico de la electiva de calidad, se logra hacer un análisis observatorio desde la estrategia del ente ejecutor y como hacer una estrategia espejo para un emprendimiento naciente podría dar resultados para conseguir los objetivos planteados de ampliar el acceso a la educación en el municipio de Soacha.

4.3 Lecciones aprendidas

Eso de decir que es invaluable el “solo conocimiento”, no aplica para la presente idea de negocio, ya que justamente esa es la principal fuente de ingreso para este emprendimiento.

Mediante un adecuado planteamiento de negocio, donde se tenga en cuenta cada una de las actividades a realizar, el personal que interviene y toda la logística para desarrollar de manera exitosa la idea de negocio, se logra aterrizar un presupuesto muy cercano que permita dar la idea de cuánto se necesita para iniciar, pero sobre todo la proyección que da el negocio para las ganancias y sostenibilidad futura.

Un sistema de calidad equilibrado, que contemple todas las áreas involucradas en el negocio, que se comprometa a revisar, monitorear y si es necesario replantear procesos, garantiza que el producto final al cliente sea de alta satisfacción.

Con base en la sistematización y toda la observancia realizada en cuanto a la implementación del proyecto, se deduce por los resultados que el proyecto que se plantea con el patrocinio del ente ejecutor Ilumino, resulta un emprendimiento rentable, la máxima inversión que se requiere para este caso es el “know now”.

4.4 Recomendaciones

Para lograr un mayor rendimiento del proyecto es necesario ampliar la población objeto del ofrecimiento; se había realizado un planteamiento de ofrecer solo a estudiantes en cada corte semestral de salida de colegios, sin embargo, hay que tener en cuenta que Soacha no maneja colegios de calendario B por lo que la población se reduce, entonces se recomienda ampliar el ofrecimiento a la población interesada en acceder a la educación superior así no sea recién egresada de colegio.

Para la venta de las bases de datos de interesados, se recomienda ampliar el portafolio de clientes a universidades fuera de Bogotá, teniendo en cuenta que también se puede impulsar la virtualidad y la ubicación geográfica no sería un impedimento.

Se sugiere la posibilidad de presentar un proyecto al ente ejecutor, para ser considerados como un proveedor de lead, eso representaría un ingreso adicional para el emprendimiento.

5. Conclusiones

Se reconoce que mediante la metodología de marketing Ilumino, donde se reconoce como hacer una adecuada captación de leads y el tratamiento para los mismos, se puede lograr un emprendimiento exitoso, rentable y sostenible.

Según la lectura e investigación realizada por lo menos el 25% de la población juvenil, jóvenes egresados del colegio, hasta el 2019, logran acceder a una institución de educación superior, lo que nos da un 75% e población objeto de ofrecimiento para el proyecto.

Mediante un portafolio robustecido, que contemple educación no formal, técnica, tecnológica y universitaria, se logra dar impulso para que los jóvenes de Soacha logren acceder a la educación superior, sin embargo hay que tener en cuenta que si se revisan los auxilios que facilita el gobiernos a través de sus entes locales, un 60% va dirigido a vincularse con el Sena, y un 40% a universidades entre públicas y privadas, donde un 30% estaría cubierto para acceder a una carrera tecnológica y un 10% a una carrera profesional.

La propuesta que se expone en esta sistematización lleva un gran aporte social, al tener implicaciones con las poblaciones menos favorecidas e impulsar herramientas de apoyo para lograr que accedan a la educación superior,

6. Referencias

Cruz, C., Olivares, O. y González, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D. F.: Patria.

Niño, V. M. (2011). *Metodología de la investigación: Diseño y ejecución*. Bogotá: Ediciones de la U.

Hernández, R., Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México, D. F.: McGraw-Hill.

Bernal, C. A. (2016). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (4.a ed.). Bogotá: Pearson.

Responsabilidad social empresarial y sustentabilidad. (s.f). *Responsabilidad Social: qué es, definición, concepto y tipos*. <https://www.responsabilidadsocial.net/la-responsabilidad-social-que-es-definicion-concepto-y-tipos/>

Alcaldía municipal de Soacha. (s.f). *Soacha educativa*.

<https://www.soachaeducativa.edu.co/index.php/2013-09-16-22-42-40/cobertura/itemlist/>

Rodríguez G., R. y Burbano, G. (2012). *Historia de la Universidad e Historia de la Educación Superior en América Latina. Presentado en Educación Superior: Debates y Desafíos, Cátedra Manuel Ancízar 2012-1*. Universidad Nacional de Colombia.

Jaramillo Uribe, J. (1989). *La Educación durante los gobiernos liberales, 1930 – 1946. En Álvaro Tirado Mejía (Director Científico y Académico), Nueva Historia de Colombia, Volumen IV, capítulo 3.* Editorial Planeta, Bogotá.

Helg, A. (1989b). *La Educación en Colombia, 1958 -1980. En Álvaro Tirado Mejía (Director Científico y Académico), Nueva Historia de Colombia, Volumen IV, capítulo 5.* Editorial Planeta, Bogotá

Datos Abiertos MEN - Ministerio de Educación Nacional de Colombia. (2018). *Información y estadísticas sectoriales.* <https://www.mineduccion.gov.co>

Departamento Nacional de Planeación. (2019). *TerriData. Sistema estadístico nacional.* <https://terridata.dnp.gov.co/>

Secretaría de Planeación y Ordenamiento Territorial. (2018) *Plan de Ordenamiento Territorial Soacha (Cundinamarca).* Alcaldía Municipal de Soacha.