



ÉCCOLE!

- EST 2015 -

# INFORME COMPARATIVO DE COLEGIOS

Para:

COLEGIO EJEMPLO

30 de septiembre de 2020

# Índice general

|          |                           |          |
|----------|---------------------------|----------|
| <b>1</b> | <b>Productos</b>          | <b>2</b> |
| 1.1      | Producto para admisiones  | 2        |
| 1.1.1    | Uso                       | 2        |
| 1.1.2    | Entregables               | 2        |
| 1.1.3    | Ejemplos                  | 3        |
| 1.2      | Análisis de pruebas Saber | 7        |
| 1.2.1    | Uso                       | 7        |
| 1.2.2    | Entregables               | 7        |
| 1.2.3    | Ejemplos                  | 7        |
| 1.3      | Estudio de Mercado        | 9        |
| 1.3.1    | Tamaño de la muestra      | 9        |
| 1.3.2    | Tipo de datos             | 9        |
| 1.3.3    | Preguntas a responder     | 11       |
| 1.3.4    | Entregables               | 11       |
| 1.3.5    | Valor agregado Éccole!    | 11       |

# Capítulo 1

## Productos

### 1.1 Producto para admisiones

#### 1.1.1 Uso

Las familias que buscan colegio para sus hijas e hijos, en promedio visitan entre 5 y 10 colegios. En cada uno les dan información subjetiva. Una forma de destacarse entre la competencia es a través de datos comparativos de los colegios. El objetivo del producto para admisiones es generar una serie de gráficas en donde el colegio se vea reflejado positivamente frente a la competencia.

#### 1.1.2 Entregables

1. Presentación para padres de familia y comunidad escolar. Contenido: Introducción + 10 gráficas Éccole! + Hallazgos + Anexos. A la entrega de la presentación hacemos sugerencias para la incorporación de gráficas y hallazgos en procesos de mercadeo y comunicación del colegio.
2. 10 gráficas Éccole! en JPEG para uso en diferentes medios. Posibles usos de las gráficas incluyen:
  - (a) Insumo para procesos de certificación de calidad (EFQM, CIS, NEASC, ISO).
  - (b) Información sobre el colegio para universidades extranjeras ("School Profile").
3. Capacitación en el uso de la presentación para representantes de los grupos de interés (Directivos, exalumnos, padres de familia, alumnos etc). El objetivo de esta capacitación es facilitar y promover la divulgación de las fortalezas, logros, y planes de mejora del colegio.

Una presentación dirigida a padres de familia que visitan el colegio para proceso de admisiones. La presentación incluye **10 gráficas escogidas por el colegio**.

Se entrega en formato PDF y cada gráfica por separado en formato JPG, junto con una capacitación de cómo utilizar las gráficas.

### **1.1.3 Ejemplos**

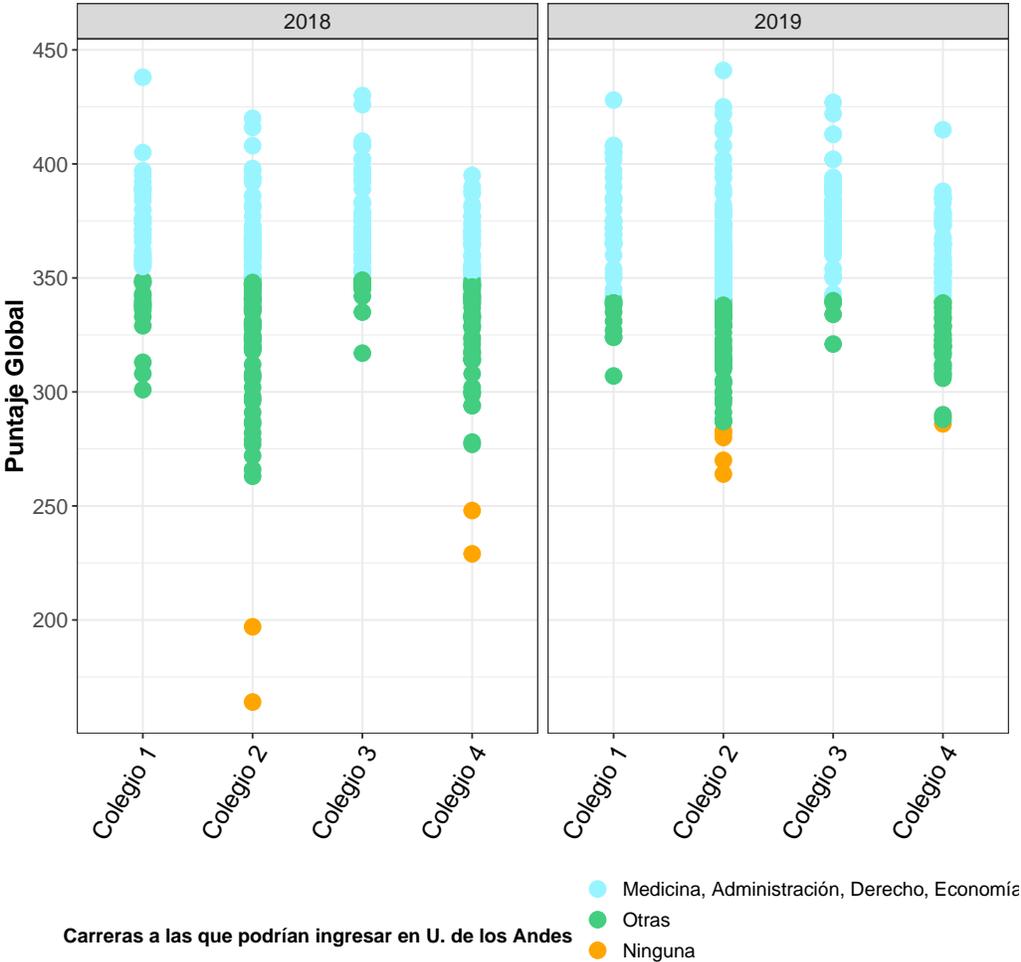
Para este producto, pueden elegir entre alrededor de 30 gráficas. Algunas de las más pedidas por los colegios están listadas a continuación.<sup>1</sup>:

- Gráficas de dispersión de los resultados individuales de los estudiantes (Ver gráfica [1.1](#)).
- Gráficas comparativas del puesto del colegio, general o por áreas, con el de colegios considerados competencia directa. (Ver gráfica [1.2](#)).
- Gráficas de distribución de carreras y universidades de las que se gradúan los exalumnos. (Ver gráfica [1.3](#)).

---

<sup>1</sup>Las gráficas en este documento fueron creadas con datos hipotéticos y tienen un fin ilustrativo.

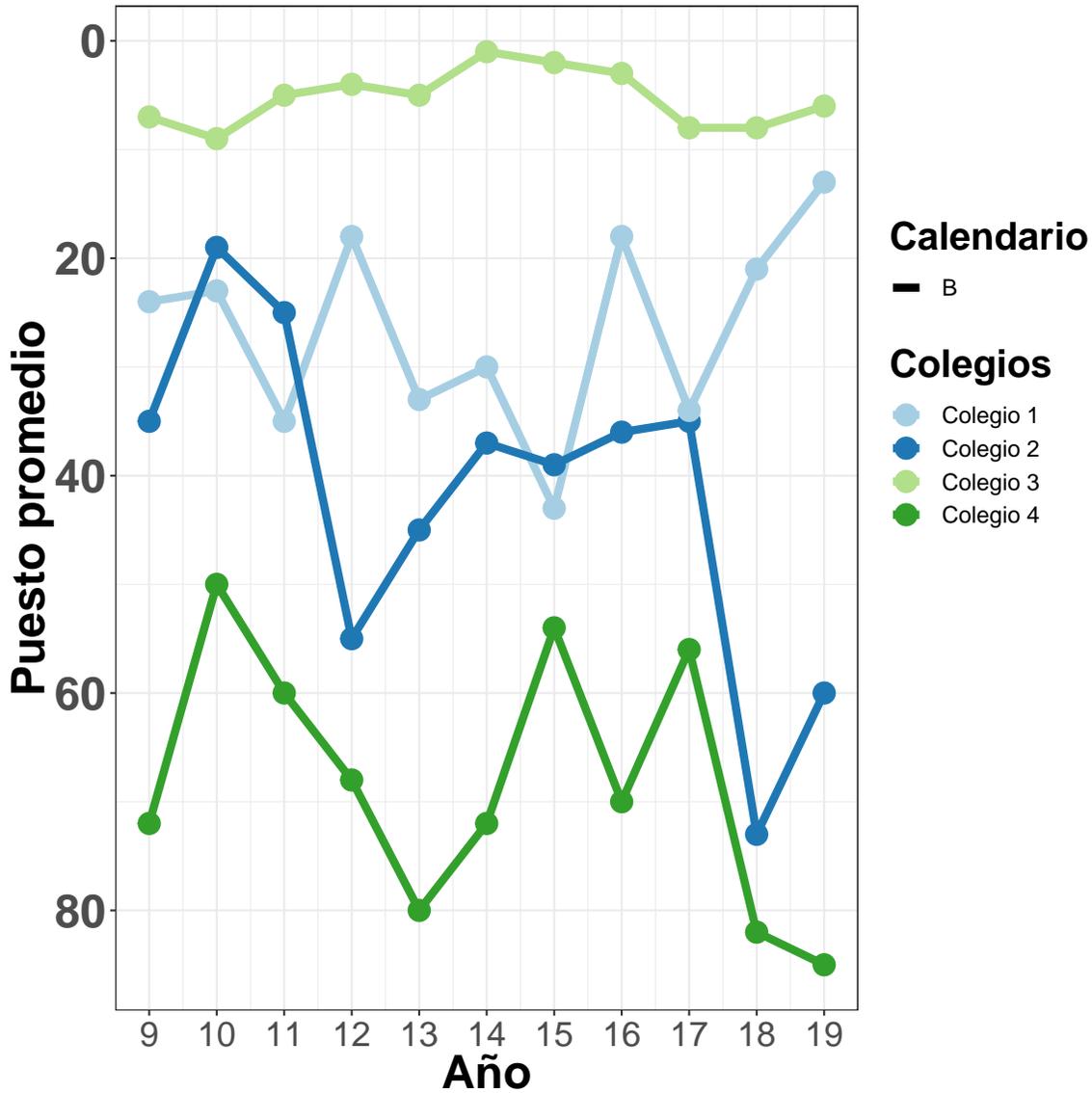
# PUNTAJE GLOBAL EN SABER 11



Cada punto representa uno o varios estudiantes que presentaron la prueba Saber 11, y su puntaje global. Cada color representa la probabilidad de entrar o a carreras de alta/baja demanda en la Universidad de los Andes, de acuerdo al Puntaje Global mínimo esperado para cada carrera y semestre.

# RANKINGS EN SABER 11

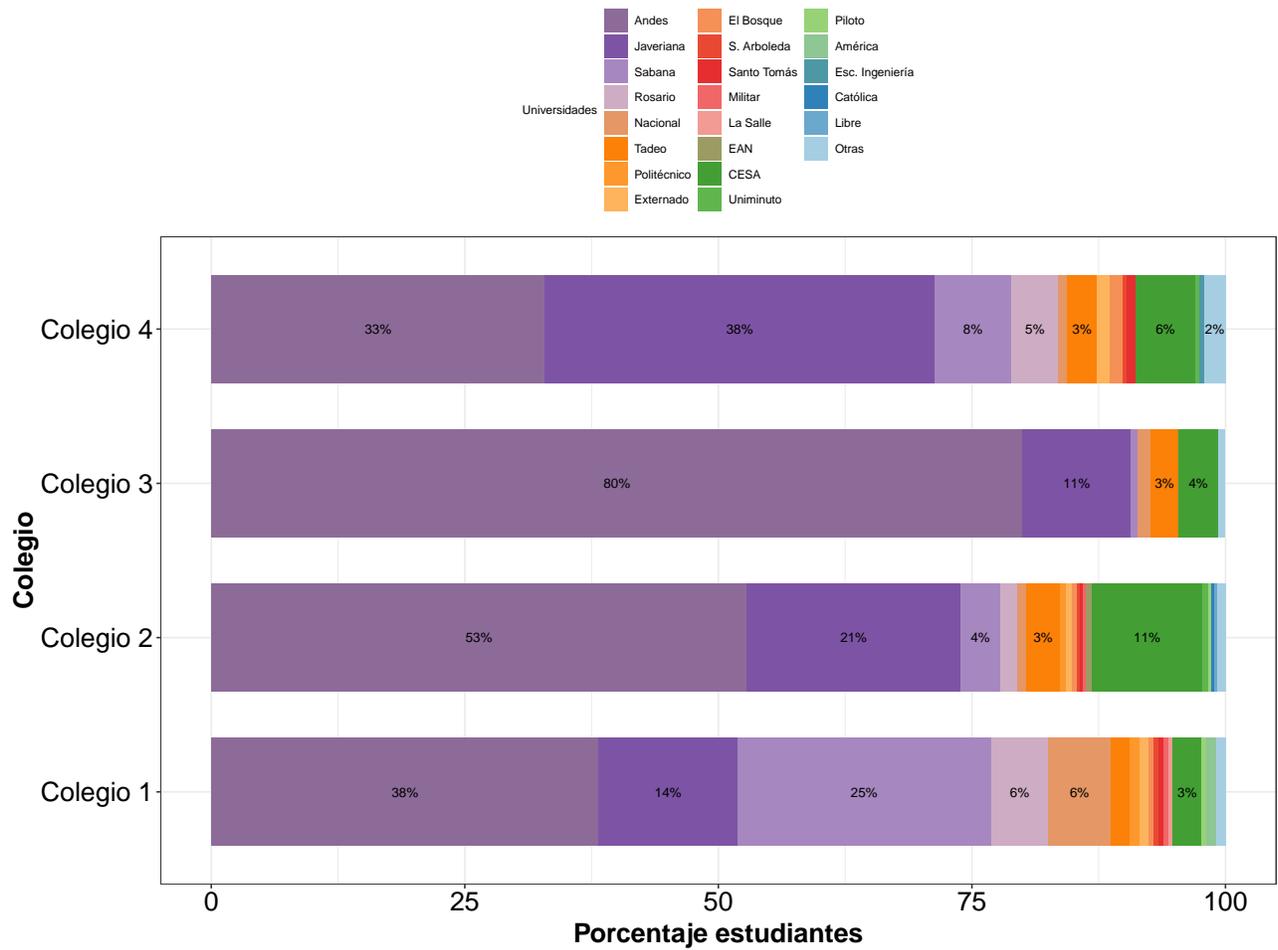
Puesto de los colegios a nivel nacional en el periodo 2009-2019.



El ranking se calculó, por calendario, promediando los resultados de cada colegio en las materias de la prueba SABER 11. En calendario A hay aproximadamente 13000 colegios y en calendario B, 395. Cada punto representa una promoción del colegio. Fuente: ICFES.

# UNIVERSIDADES

Porcentaje de exalumnos de cada colegio graduados de las universidades del país en el periodo 2011-2018.



Egresados de universidades colombianas entre 2011 y 2018. Fuente : ICFES

## 1.2 Análisis de pruebas Saber

### 1.2.1 Uso

Los colegios, como las familias, están pendientes de su puesto en la Revista Dinero. Pero, ¿qué hay detrás de este puesto? ¿cómo han logrado figurar los colegios que están en los primeros puestos, y, qué pasa con los que no? Este producto busca analizar tendencias en los resultados de las pruebas Saber 3°, 5°, 9°, 11 y Pro, con el fin de compararse con los colegios de referencia.

La presención está dirigida al cuerpo directivo del colegio. Incluye la totalidad del producto anterior (presentación para admisiones) y adiciona gráficas especializadas y análisis estadístico de los resultados de las pruebas de estado y notas internas de los estudiantes dentro de las clases en el colegio.

Incluye un análisis del poder predictivo de las notas del colegio (cruce parcial de bases de datos) frente a los resultados de SABER 11, por medio de modelos de regresión. Los hallazgos obtenidos con el análisis estadístico permiten determinar tendencias del desempeño, identificar causas y desarrollar estrategias institucionales de mejora. El análisis constituye una excelente herramienta de auto evaluación que puede ser usada en procesos de certificación de calidad y mejoramiento continuo al interior del colegio.

### 1.2.2 Entregables

- Presentación para admisiones.
- Documento principal de análisis de resultados (30-50 páginas). Incluye metodologías, análisis de resultados, hallazgos, recomendaciones, fuentes y conclusiones.
- Presentación para el cuerpo directivo.
- Presentación para coordinadores de área con énfasis en el área correspondiente, estrategias de mejora, puntos de fortaleza y debilidad.
- Capacitación en el uso de las presentaciones y gráficas para representantes de los grupos de interés (Directivos, exalumnos, padres de familia, alumnos etc). El objetivo de esta capacitación es facilitar y promover la divulgación de las fortalezas, logros, y planes de mejora del colegio.

### 1.2.3 Ejemplos

- Gráficas indicando la distancia porcentual a los diez mejores colegios en Saber 11. Permite comparar el desempeño de las áreas del colegio y la consisten-

cia de los resultados. Da un punto de referencia estable a través del tiempo.

- Porcentaje de estudiantes en cada percentil en Saber 11. Permite visualizar áreas de mejora para estudiantes sobresalientes y con necesidades especiales.
- Comparación de los estudiantes excelentes, promedio y por debajo del promedio en Saber 11 entre diferentes colegios.
- Correlaciones entre notas internas y Saber 11.
- Correlaciones entre notas internas y programas internacionales, en caso de tenerlo.

## 1.3 Estudio de Mercado

El estudio de mercado realizado por Éccole! busca comparar al Colegio con su competencia directa, en términos de los criterios considerados por familias al momento de buscar colegio.

### 1.3.1 Tamaño de la muestra

Éccole!, en sus 4 años de existencia, ha trabajado con 809 familias. Considerando la población objetiva para el Colegio (familias estratos 4, 5 y 6, buscando colegio para sus hijos por primera vez), calculamos la cantidad de familias necesarias para tener una muestra representativa. La población de la que hablamos consiste de alrededor de 8000 familias (datos calculados con la base de datos de Éccole!). Por esta razón, se necesitarían 559 familias para trabajar con un margen de error del 4% y un Índice de Confianza del 95%, por lo cual consideramos que 809 familias son suficientes para una muestra representativa.

Este cálculo se realizó con la herramienta de [Survey Monkey](#) para calcular el tamaño de la muestra, según la siguiente fórmula:

$$\frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}}$$

Donde:

$N$  = Tamaño de la población (8000 familias).

$e$  = Margen de error (4%).

$z$  = z-score (El valor equivalente a un Índice de Confianza del 95% es un z-score de 1.96).

$P$  = Valor porcentual (0.5 fue elegido por ser un valor conservador, es un estimado del porcentaje de familias que contratan nuestros servicios, del total que nos contactan para pedir información sobre nuestros servicios).

### 1.3.2 Tipo de datos

Los datos de las 809 familias provienen de dos fuentes. La primera fuente son consultorías en las cuales partimos de los criterios importantes para cada familia, para recomendarles colegios que cumplen con esos criterios, utilizando nuestro software exclusivo, nuestra experiencia en el campo de la educación, y nuestro pensamiento crítico. La segunda fuente son informes automáticos generados para familias de los jardines infantiles con los cuales tenemos convenios, en donde las familias preguntan por colegios y criterios puntuales.

Nuestra base de datos contiene 200 colegios de nivel A+ en las pruebas Saber 11, de calendarios A y B, en Bogotá y sus alrededores. Así mismo, tenemos más de 100 puntos de información de cada colegio, incluyendo información sobre nivel académico, modelo pedagógico, infraestructura, extracurriculares, entre otros. Todos los colegios en nuestra base de datos contienen mínimo una familia de estratos 4, 5 ó 6.

En cada consultoría personalizada a domicilio (aproximadamente 42.7% de las 809 familias), recopilamos la siguiente información de las familias:

1. Colegio del papá.
2. Colegio de la mamá.
3. Jardín infantil del niño.
4. Edad del niño al momento de la búsqueda de colegio.
5. Estrato de la vivienda de la familia.
6. Número de hijos en la familia.
7. Colegios “Top of Mind” de los papás y razones para considerar estos colegios.
8. Colegios vetados, y razones para vetar estos colegios.
9. Número de criterios importantes en la búsqueda de colegios.
10. Tipo de criterios importantes en la búsqueda de colegios.

En cada consultoría a los jardines con los cuales trabajamos (aproximadamente 57.3% de las 809 familias), recopilamos la siguiente información de las familias:

1. Colegios “Top of Mind” de los papás.
2. Número de criterios importantes en la búsqueda de colegios.
3. Tipo de criterios importantes en la búsqueda de colegios.

### 1.3.3 Preguntas a responder

#### 1. SOBRE EL COLEGIO

- ¿Con qué frecuencia mencionan las familias al Colegio en una consultoría personalizada?
- ¿Qué criterios buscan las familias que preguntan por el Colegio?

#### 2. SOBRE LA SELECCIÓN DE COLEGIOS EN GENERAL

- ¿Cuáles son los criterios más importantes para las familias en la elección de colegio?
- ¿Cuántos criterios consideran las familias al momento de elegir colegio?
- ¿Cuáles colegios tienen las familias Éccole! en su “Top of Mind”? ¿Por qué razón?
- ¿Cuáles colegios tienen las familias Éccole! como colegios “vetados”? ¿Por qué razón?

#### 3. COMPARACIÓN CON LA COMPETENCIA

- ¿Cómo se compara el Colegio con los colegios más frecuentemente elegidos en las consultorías?

### 1.3.4 Entregables

1. Un informe en .pdf, incluyendo el tamaño de la muestra, la distribución demográfica de las familias de la muestra, metodología, respuestas a las preguntas presentadas anteriormente y análisis. Adicionalmente, compararemos al Colegio con su competencia en términos gráficos, para resaltar fortalezas y aspectos de mejora frente a la competencia.
2. Todas las gráficas comparativas también se entregarán en .jpeg, para que puedan utilizarlas en los contextos que necesiten.
3. Una presentación exponiendo los resultados del análisis.

### 1.3.5 Valor agregado Éccole!

Somos un equipo transdisciplinario de docentes, científicos y humanistas, con experiencia tanto en pedagogía como en cargos administrativos en instituciones educativas. Hemos trabajado con algunos de los mejores [colegios de Bogotá](#), y podemos ofrecer al Colegio nuestra experticia en el mercado de los mejores colegios privados de Bogotá, diseño experimental, manejo de bases de datos, análisis estadístico y Machine Learning.