

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO 4

En este capítulo se analizó la información recolectada de los diferentes estratos. En la primera parte se expone la información mediante la herramienta de Tally, que proviene del software Minitab. Seguido se muestra una tabla con las medianas de cada pregunta, con la finalidad de observar la percepción de la población, que existe en los diferentes estratos. Al final se observan unas series de pruebas de hipótesis de las medianas entre los diferentes estratos, con la finalidad comparar si hubo mejora o lo contrario. El concentrado de la información que se analizará en este capítulo se encuentra en el Apéndice E

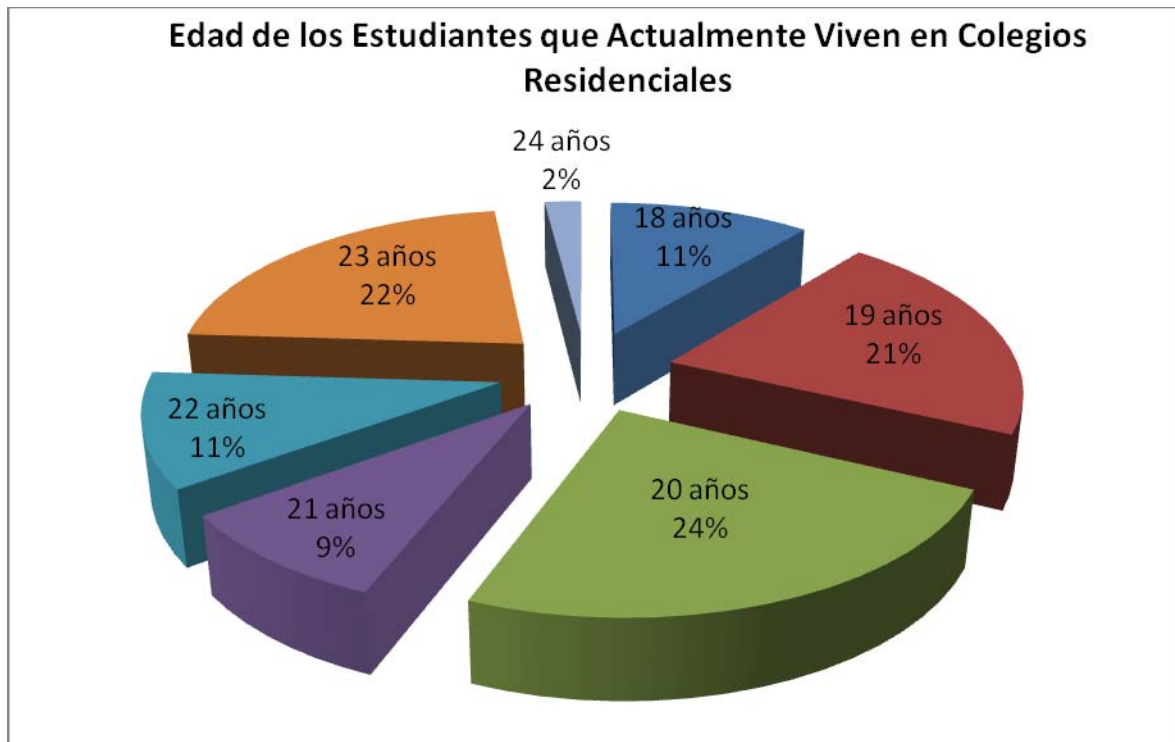
4.1-Analisis de los resultados de las encuestas del estrato Residentes de Colegios Universitarios

En esta sección se presentan el análisis y resultados, de cada pregunta de las encuestas del estrato de los Residentes de Colegios Universitarios. De acuerdo a los datos obtenidos en la muestra piloto se determinó que se estudiará a fondo los servicios y las instalaciones tangibles, que reciben los usuarios de Colegios para determinar la calidad percibida por dicho segmento de estudiantes que actualmente residen en Colegios Universitarios.

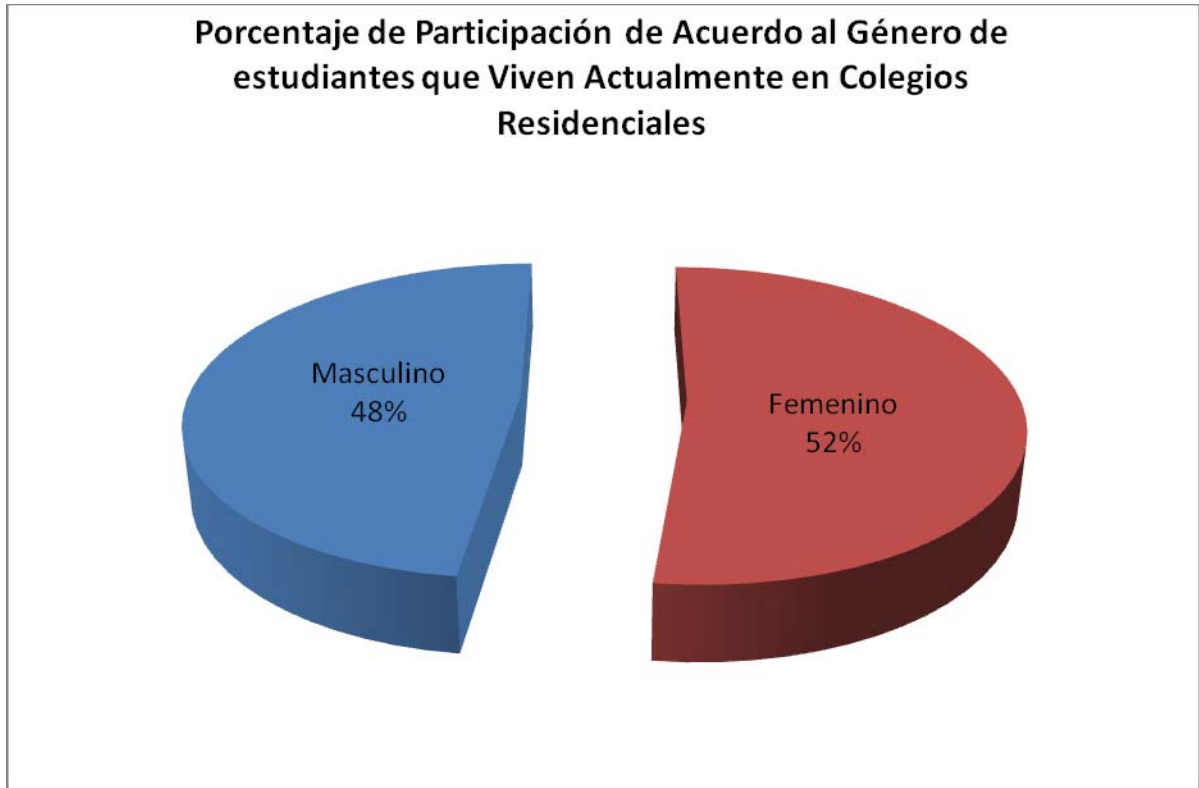
El cuestionario final consta de 16 preguntas. Estas preguntas fueron evaluadas de acuerdo a la escala Likert. Primero se enunciaron las preguntas relacionadas con los servicios, instalaciones del cuarto del residente, después las relacionadas con instalaciones del área común, servicio y finalmente las preguntas relacionadas con los servicio, empatía, toma de decisiones.

Se presenta a continuación dos Gráficas de pastel, con el fin de mostrar los porcentajes de participación que se dieron en la aplicación de la encuesta en este estrato. En la gráfica

4.1.1 se muestran las edades de participación en la encuesta, como puede verse las edades son las típicas de estudiantes universitarios. Las edades variaron entre 18 y 24 años. Las edades que más se observaron fueron las de 20 y 23 años, con 24% y 22% respectivamente. En la gráfica 4.1.2 se puede apreciar el porcentaje de participación por género, que como se puede observar, aproximadamente los porcentajes son iguales para hombres y mujeres, lo cual es consistente con la población estudiantil de la UDLAP. Por lo dicho anteriormente, podemos concluir que no hay un sesgo perceptible en la muestra.



Gráfica 4.1.1 Porcentajes de edades. Fuente: Elaboración propia.



Gráfica 4.1.2.-Porcentajes de participación por género.

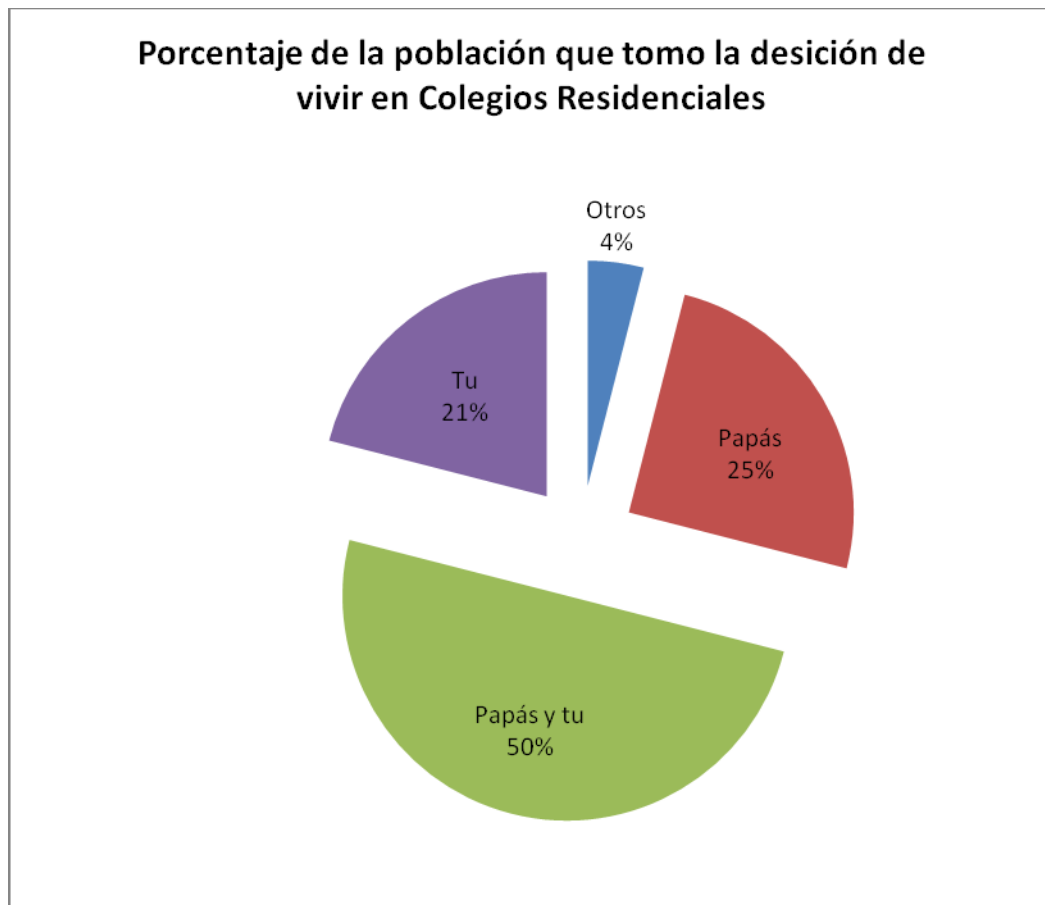
Para fines de evaluación, se determinaron las calificaciones en la escala de Likert. Posteriormente, se consideraron dos categorías de percepción, a saber, Alta y Baja. En la categoría “Alta” funge como límite superior la respuesta “Excelente” con un valor de 4 y como límite inferior la respuesta “Buena” con un valor de 3. En la categoría “Baja” se pondrán aquellas respuestas que estén por debajo de la calificación 3, ya que demuestran baja satisfacción por parte de los clientes. Los resultados y el análisis de las preguntas se muestran en la tabla 4.1. las percepciones que se calificaron como bajas fueron: el servicio de internet y T.V Cable, el costo en Colegios, la página web, las noches de visitas y la regla de bebidas alcohólicas. En el capítulo 5, conclusiones y recomendaciones se abundará en las recomendaciones.

PREGUNTA	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	MEDIANA	PERCEPCIÓN
1.- ¿El servicio que recibes en colegios en internet?	24%	42%	34%	0%	2	Baja
2.- ¿Las condiciones de las instalaciones en tu cuarto son?	5%	34%	55%	6%	3	Alta
3.- ¿Las condiciones de las instalaciones en tu área común son?	7%	32%	52%	9%	3	Alta
4.- ¿El servicio que recibes en colegios de T.V. Cable son?	19%	39%	32%	10%	2	Baja
5.- ¿El servicio que recibes en colegios de agua caliente son?	4%	16%	32%	48%	3	Alta
6.- ¿El servicio que recibes de limpiezas?	7%	19%	46%	28%	3	Alta
7.- ¿Cómo calificarías al Recepcionista en éstos aspectos?						
Atención:	5%	21%	50%	24%	3	Alta
Eficacia del servicio:	6%	15%	55%	24%	3	Alta
Calidad:	4%	18%	56%	22%	3	Alta
8.- ¿Cómo calificarías a los Moderadores en éstos aspectos?						
Atención:	10%	20%	34%	36%	3	Alta
Eficacia del servicio:	6%	28%	39%	27%	3	Alta
Calidad:	5%	27%	39%	29%	3	Alta
9.- ¿Cómo calificarías al Jefe Administrativo de Colegios en éstos aspectos?						
Atención:	8%	24%	50%	18%	3	Alta
Eficacia del servicio:	6%	23%	47%	24%	3	Alta
Calidad:	9%	24%	41%	26%	3	Alta
10.- ¿Qué te parece los precios de colegios, por todos los servicios que se te dan?	11%	44%	36%	9%	2	Baja
11.- ¿Cómo calificarías la página de colegios residenciales?	27%	37%	28%	8%	2	Baja
12.- ¿Cómo calificarías la página de tu colegio residencial?	32%	41%	21%	6%	2	Baja
13.- ¿Cómo calificas la noche de visitas?	28%	32%	32%	8%	2	Baja
14.- ¿Cómo vez la regla de bebidas alcohólicas?	30%	30%	28%	12%	2	Baja

TABLA 4.1.- Concentrados de las encuestas del estrato Residentes de Colegios.

En la figura 4.1.3, se muestra los porcentajes de la población sobre la toma de decisión de residir en Colegios. Se puede apreciar que el 50% de la población tomó la decisión en acuerdo con sus padres.

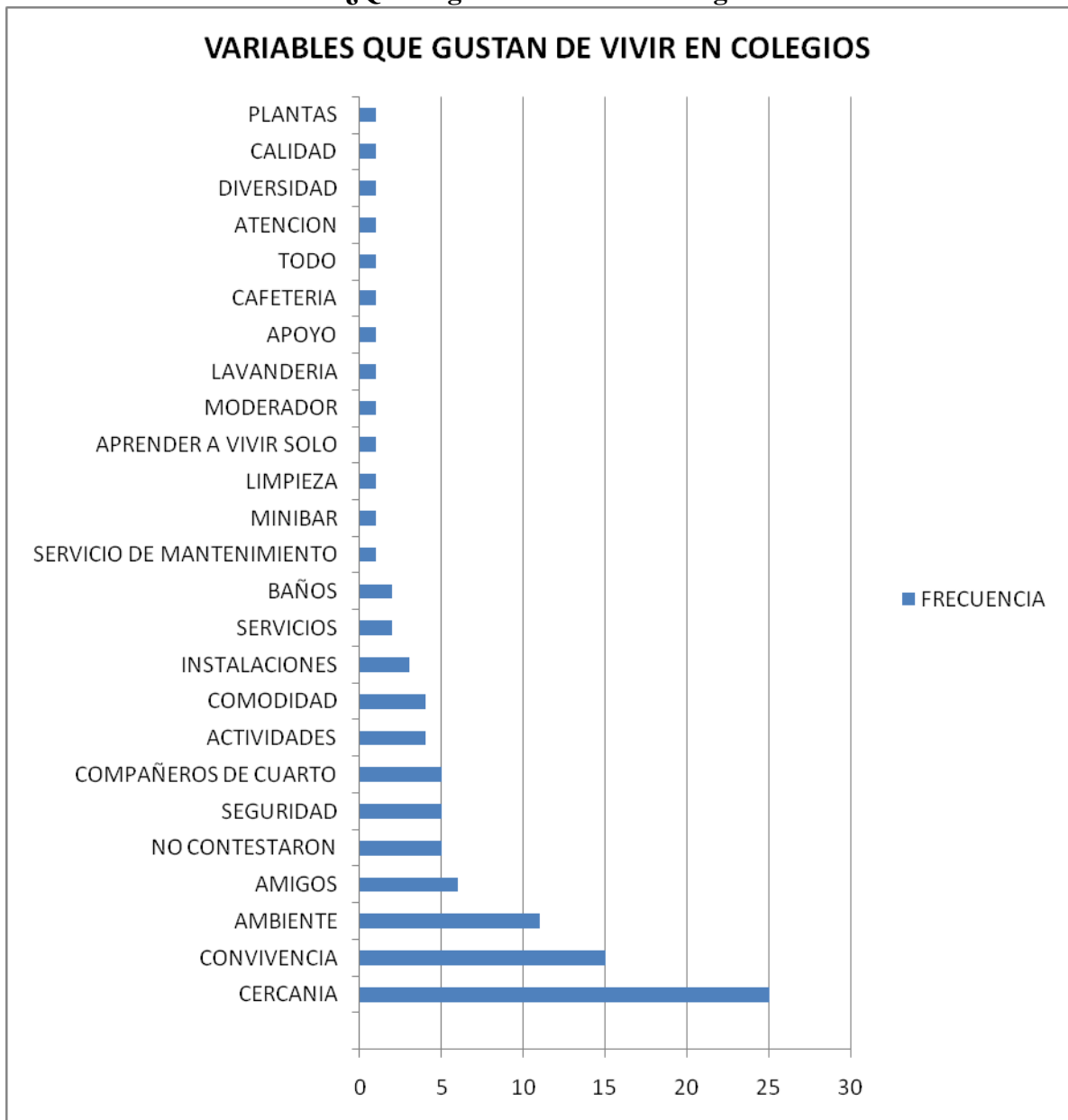
15.- ¿Quién tomo la decisión de que vivieras en Colegios?



Gráfica 4.1.3.-Porcentajes de toma de decisión de vivir en Colegios.

Por último se puede observar en la Gráfica 4.1.4, la variable o variables que más agrada a los que viven en Colegios es la cercanía con la universidad, la convivencia y el ambiente que se genera dentro de Colegios.

16.- ¿Qué te gusta de vivir en Colegios?



Gráfica 4.1.4 Frecuencias de los variables que gustan de vivir en Colegios.

4.2.- Análisis de resultados de las encuestas del estrato Ex Residentes de Colegios

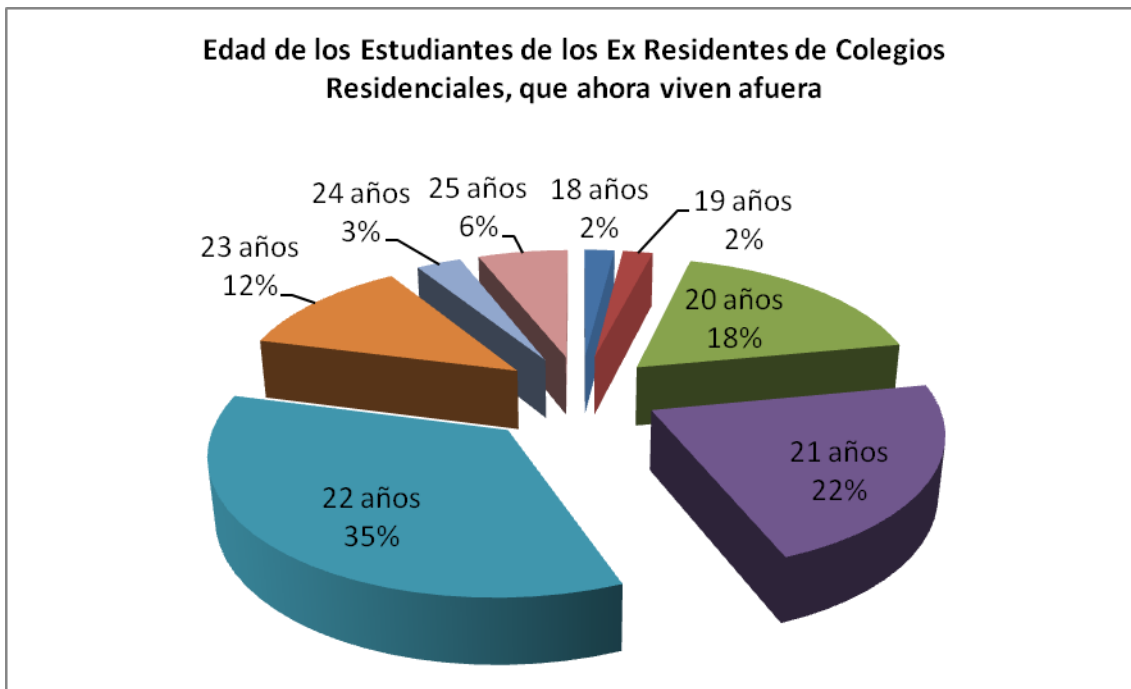
Universitarios, que ahora viven fuera de Colegios.

En esta sección se presentan el análisis y resultados, de cada pregunta de las encuestas del estrato de los Ex Residentes de Colegios Universitarios, que ahora viven fuera de Colegios. De acuerdo a los datos obtenidos en la muestra piloto se determinó que se estudiará a fondo los servicios y las instalaciones tangibles de los Ex Residentes de Colegios universitarios, que ahora viven afuera de los Colegios para determinar la calidad percibida por dicho segmento de estudiantes.

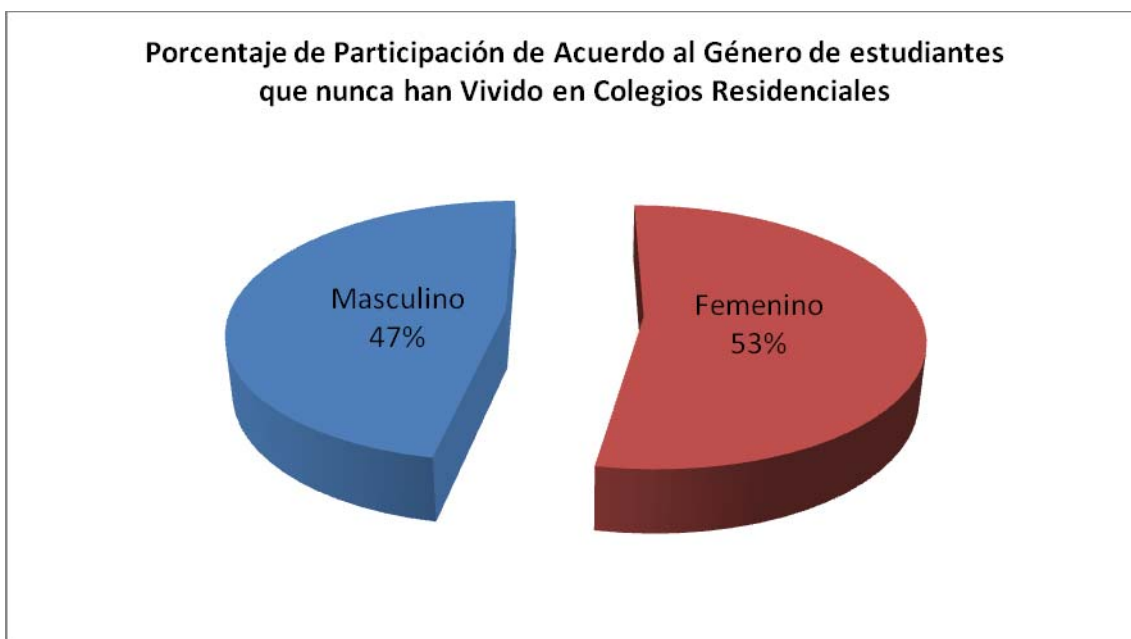
El cuestionario consta de 17 preguntas. Estas preguntas fueron ordenadas de acuerdo a la escala Likert. Primero se enunciaron las preguntas relacionadas con los servicios, instalaciones del cuarto del residente, después las relacionadas con instalaciones del área común, servicio y finalmente las preguntas relacionadas con los servicio, empatía, toma de decisiones.

Se presenta a continuación dos Gráficas de pastel, con el fin de mostrar los porcentajes de participación que se dieron en la aplicación de la encuesta en este estrato. En la gráfica 4.2.1 se muestran las edades de participación en la encuesta, como puede verse las edades son las típicas de estudiantes universitarios. Las edades variaron entre 18 y 25 años. Las edades que más se observaron fueron las de 22 y 21 años, con 35% y 22% respectivamente. En la gráfica 4.2.2 se puede apreciar el porcentaje de participación por género, que como se puede observan, aproximadamente los porcentajes son iguales para hombres y mujeres, lo

cual es consistente con la población estudiantil de la UDLAP. Por lo dicho anteriormente, podemos concluir que no hay un sesgo perceptible en la muestra.



Gráfica 4.2.1.- Porcentajes de edades.



Gráfica 4.2.2.- Porcentajes de participación por género.

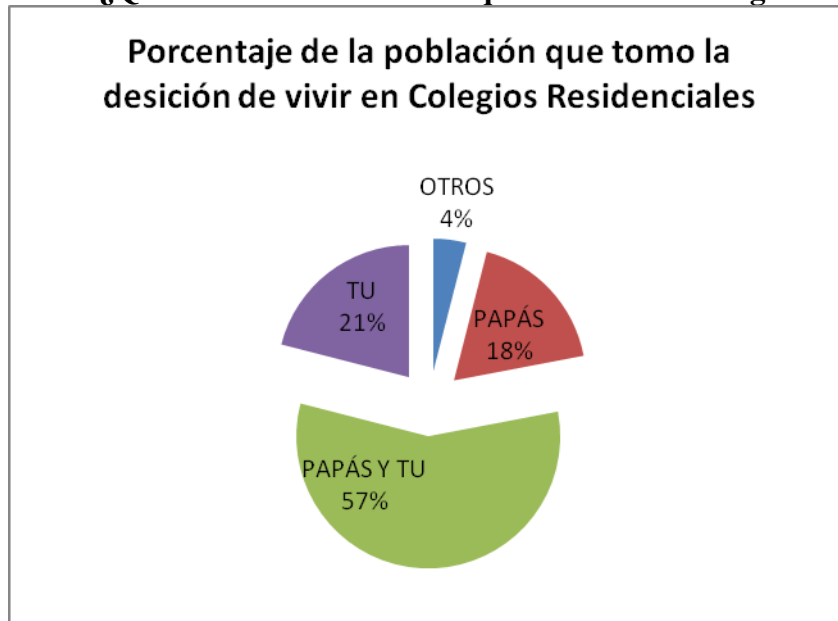
Para fines de evaluación, se determinaron las calificaciones en la escala de Likert. Posteriormente, se consideraron dos categorías de percepción, a saber, Alta y Baja. En la categoría “Alta” funge como límite superior la respuesta “Excelente” con un valor de 4 y como límite inferior la respuesta “Buena” con un valor de 3. En la categoría “Baja” se pondrán aquellas respuestas que estén por debajo de la calificación 3, ya que demuestran baja satisfacción por parte de los clientes. Los resultados y el análisis de las preguntas se muestran en la tabla 4.2, las percepciones que se calificaron bajas fueron: el servicio de internet y T.V Cable, la eficacia del servicio del moderador y el jefe administrativo, el costo en Colegios, la página de Colegios Universitarios como la página de cada colegio, las noches de visitas y las regla de bebidas alcohólicas. En el capítulo 5, conclusiones y recomendaciones se abundará en las recomendaciones.

En la figura 4.2.3, se muestra los porcentajes de la población sobre la toma de decisión de residir en Colegios. Se puede apreciar que el 57% de la población tomó la decisión en acuerdo con sus padres.

PREGUNTA	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	MEDIANA	PERCEPCIÓN
1.-¿El servicio que recibiste en colegios de internet fue?	17%	45%	32%	6%	2	Baja
2.-¿Las condiciones de las instalaciones en tu cuarto fueron?	2%	33%	55%	10%	3	Alta
3.-¿ Las condiciones de las instalaciones en tu área común eran?	7%	42%	45%	6%	3	Alta
4.-¿ El servicio que recibiste en colegios de T.V. Cable fue?	40%	35%	21%	4%	2	Baja
5.- ¿El servicio que recibiste en colegios de agua caliente fue?	6%	21%	49%	24%	3	Alta
6.- ¿El servicio que recibiste de limpieza fue?	1%	12%	59%	28%	3	Alta
7.-¿Cómo calificarías al el servicio de Recepción cuando lo ocupaste ?						
Atención	5%	15%	60%	20%	3	Alta
Eficacia del servicio	3%	36%	45%	16%	3	Alta
Calidad:	3%	36%	45%	16%	3	Alta
8.-¿ Cómo calificarías el servicio de los moderadores?						
Atención	17%	29%	47%	7%	3	Alta
Eficacia del servicio	10%	53%	31%	6%	2	Baja
Calidad:	9%	39%	48%	4%	3	Alta
9.-¿ Cómo calificarías al Jefe Administrativo de Colegios en estos aspectos?						
Atención	8%	31%	46%	15%	3	Alta
Eficacia del servicio	12%	42%	34%	12%	2	Baja
Calidad:	7%	31%	53%	9%	3	Alta
10.-¿Qué te parecían los precios de colegios , por todos los servicios que se te dieron?	23%	45%	29%	3%	2	Baja
11.-¿Cómo calificarías la pagina de colegios residenciales?	29%	37%	32%	2%	2	Baja
12.-¿Cómo calificarías la pagina de tu colegio residencial	30%	42%	28%	0%	2	Baja
13.-¿Cómo calificas la noche de visitas?	60%	23%	13%	4%	1	Baja
14.-¿Cómo vez la regla de bebidas alcohólicas ?	51%	22%	25%	2%	1	Baja

TABLA 4.2.- Concentrados de las encuestas del estrato Ex Residentes de Colegios, que ahora viven afuera.

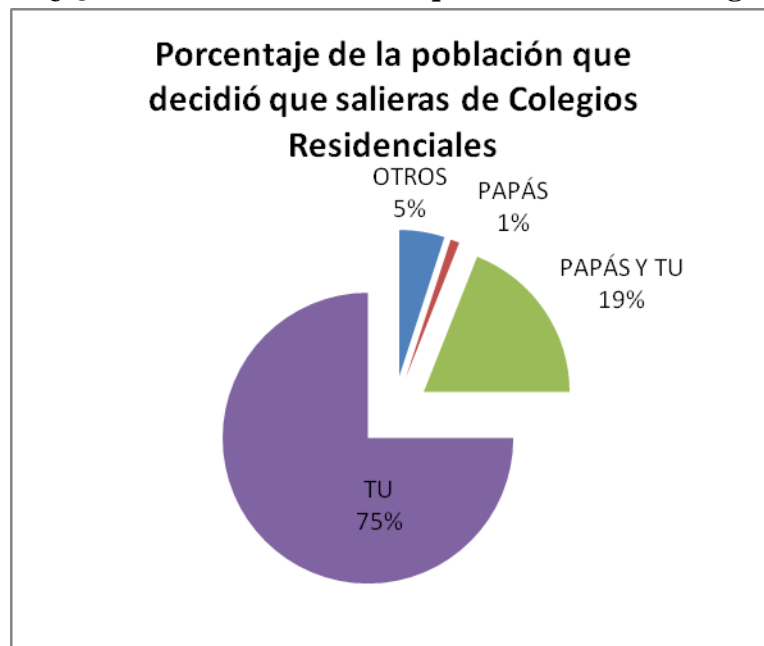
15.- ¿Quién tomo la decisión de que vivieras en Colegios?



Gráfica 4.2.3.- Porcentajes de toma de decisión de vivir en Colegios.

En la figura 4.2.4, se muestra los porcentajes de la población sobre la toma de decisión de salirse de Colegios. Se puede apreciar que el 75% de la población tomó la decisión de salirse.

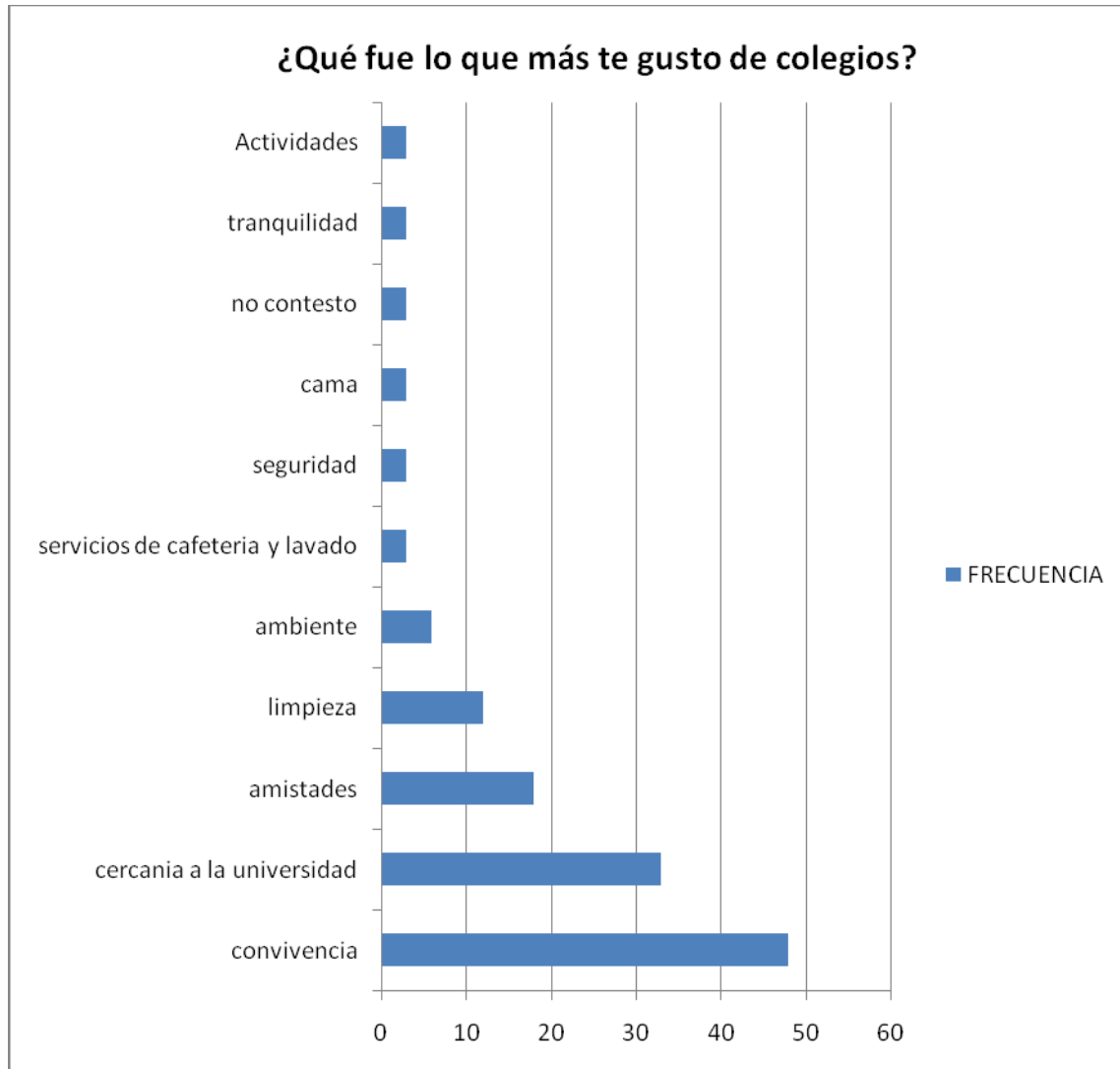
16.- ¿Quién tomo la decisión de que te salieras de Colegios?



Gráfica4.2.4.- Porcentajes de toma de decisión de salirse de Colegios.

Por último se puede observar en la Gráfica 4.2.4, el factor que más agrada a los que viven en Colegios es la cercanía con la universidad, la convivencia y el ambiente que se genera dentro de Colegios.

17.- ¿Qué te gusto de vivir en Colegios Universitarios?



Gráfica 4.2.5.- Frecuencias de los variables que gustan de vivir en Colegios.

Por último se puede observa en la Gráfica 4.2.5, las variables que más agradaron a los que vivieron en Colegios es la convivencia, la cercanía con la universidad, el ambiente que se genera dentro de Colegios y la limpieza.

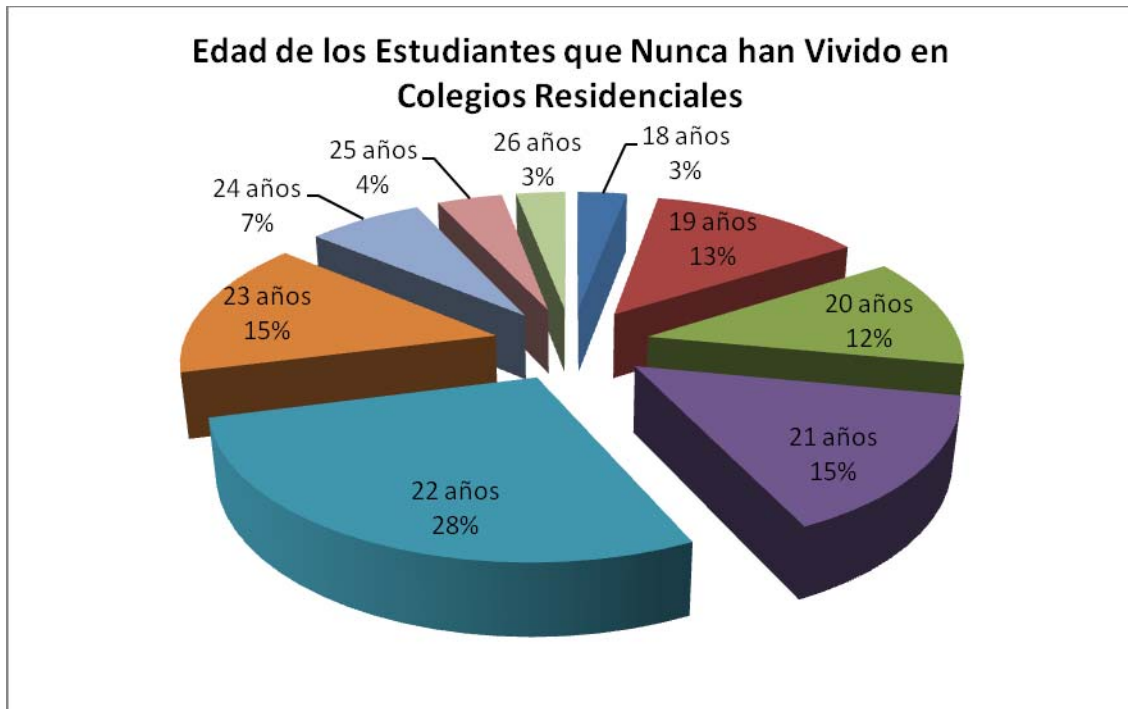
4.3-Análisis de los resultados de las encuestas del estrato Estudiantes que nunca han vivido en Colegios Universitarios

De acuerdo a los datos obtenidos en la muestra piloto se determinó que se estudiará a fondo los servicios y las instalaciones tangibles de los estudiantes que nunca han vivido en Colegios para determinar la calidad percibida por dicho segmento de estudiantes que actualmente no viven en Colegios Universitarios.

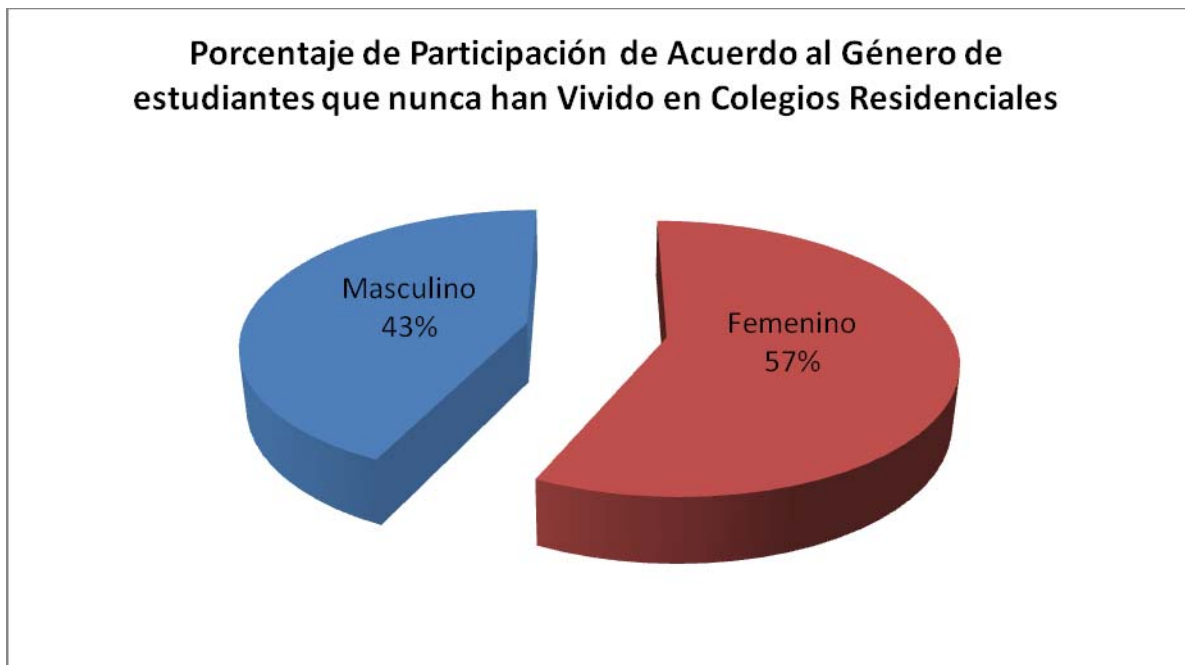
El cuestionario constó de 9 preguntas. Estas preguntas fueron ordenadas de acuerdo a la escala Likert. Primero se enunciaron las preguntas relacionadas con los costos, después las relacionadas con instalaciones servicio. Para fines de evaluación, se determinaron las calificaciones en la escala de Likert, fungiendo como límite superior la respuesta “Excelente” con un valor de 4 y como límite inferior de calidad la respuesta “Buena” con un valor de 3. Las inconformidades se tomarán en cuenta como aquellas que estén por debajo de la calificación 3, ya que demuestran una mala satisfacción por parte de los clientes.

Se presenta a continuación dos Gráficas de pastel, con el fin de mostrar los porcentajes de participación que se dieron en la aplicación de la encuesta en este estrato. En la gráfica 4.3.1 se muestran las edades de participación en la encuesta, como puede verse las edades son las típicas de estudiantes universitarios. Las edades variaron entre 18 y 26 años. Las edades que más se observaron fueron las de 22, 23 y 21 años, con 28%, 15% y 15% respectivamente. En la gráfica 4.3.2 se puede apreciar el porcentaje de participación por género, que como se puede apreciar, aproximadamente los porcentajes son iguales para

hombres y mujeres, lo cual es consistente con la población estudiantil de la UDLAP. Por lo dicho anteriormente, podemos concluir que no hay un sesgo perceptible en la muestra.



Gráfica 4.3.1.- Porcentajes de edades.



Gráfica 4.3.2.- Porcentajes de participación por género.

Los resultados y el análisis de las preguntas se muestran a continuación:

En la tabla 4.3 se puede observar que los precios de Colegios tienen una percepción baja.

PREGUNTA	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	MEDIANA	PERCEPCIÓN
1.- ¿Los precios de colegios residenciales se te hacen?	26%	37%	37%	0%	2	Baja
7.- ¿Crees que la seguridad que te brinda en tu lugar de residencia es?	3%	20%	57%	20%	3	Alta

Tabla 4.3.1 Concentrado de Estudiantes que nunca han vivido en Colegios Universitarios.

En la tabla 4.3.2 se puede observar el concentrado de porcentajes de las preguntas abiertas, seguido de Gráficas de pastel que muestran los concentrados de dichas preguntas.

PREGUNTA	NO	NO SE	SI
2.- ¿Crees que estas ahorrando dinero mensualmente, viviendo fuera?	17%	0%	83%
3.- ¿Los servicios que recibes de T.V por cables es mejor que en Colegios?	15%	53%	32%
4.- ¿Los servicios que recibes de Agua caliente es mejor que en Colegios?	11%	58%	31%
5.- ¿Los servicios que recibes de Internet es mejor que en Colegios?	36%	31%	33%
6.- ¿Los servicios que recibes de Limpieza es mejor que en Colegios?	30%	49%	21%
8.- ¿Crees que el servicio de lavandería que usas es mejor que el de Colegios?	28%	37%	35%

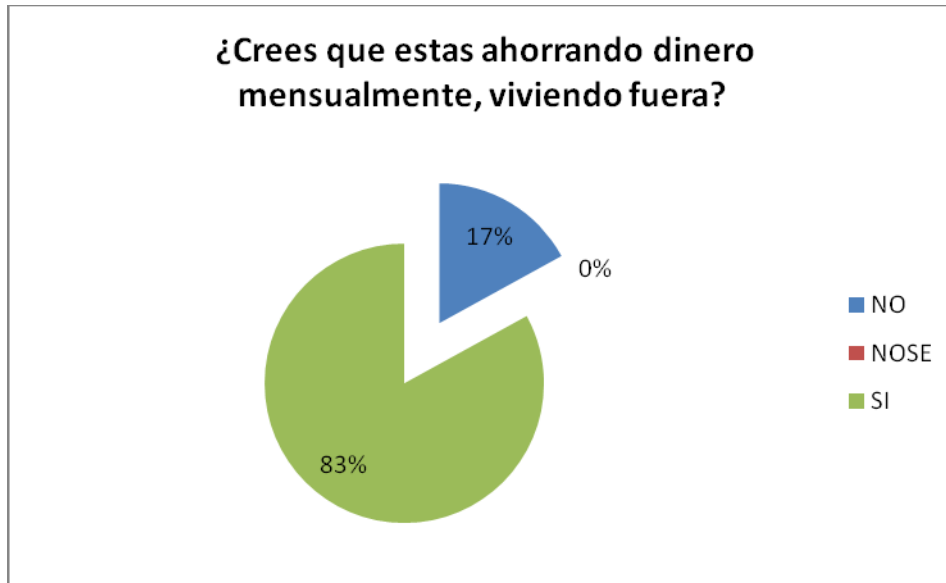
Tabla 4.3.2 Concentrado de Estudiantes que nunca han vivido en Colegios Universitarios.

En la tabla 4.3.2 se puede observar que el gasto que tienen los alumnos es regular.

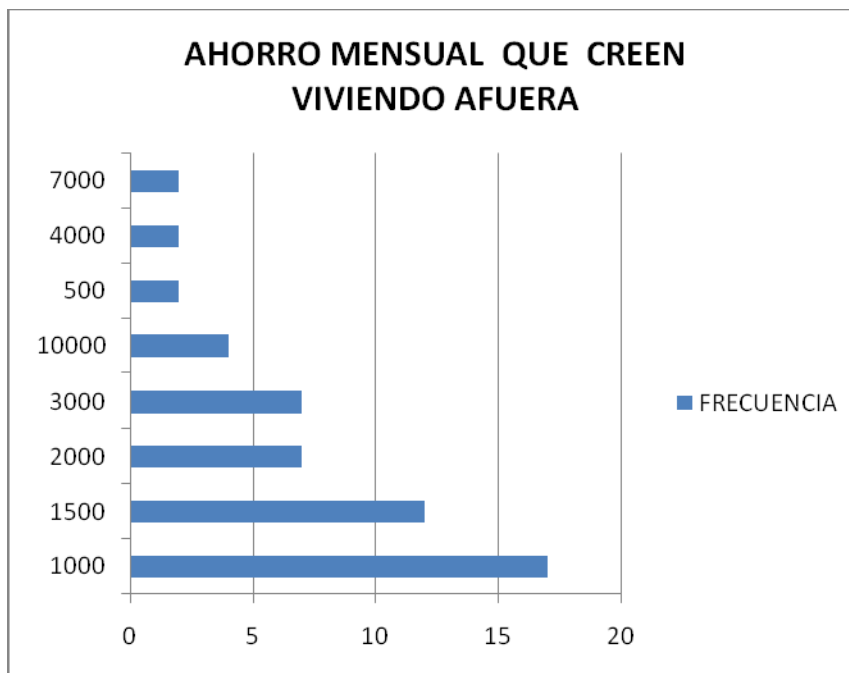
PREGUNTA	MUCHO	POCO	REGULAR
9.-Crees que lo que gastas en un mes de traslado de Residencia a UDLAP y de UDLAP a Residencia, es:	7%	58%	35%

Tabla 4.3.3 Concentrado de Estudiantes que nunca han vivido en Colegios Universitarios.

En la Gráfica 4.3.3 se puede observar que el 83% de los alumnos creen ahorrar dinero mensualmente y en la Gráfica 4.3.4 se puede observar que la gran mayoría cree estar ahorrando \$1000.00 pesos mensuales.

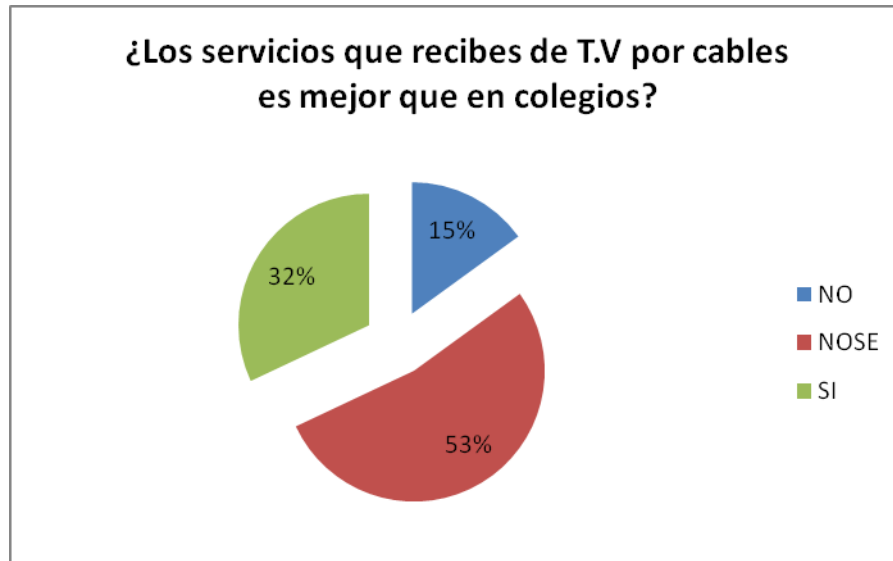


Gráfica 4.3.3 Ahorro Mensual

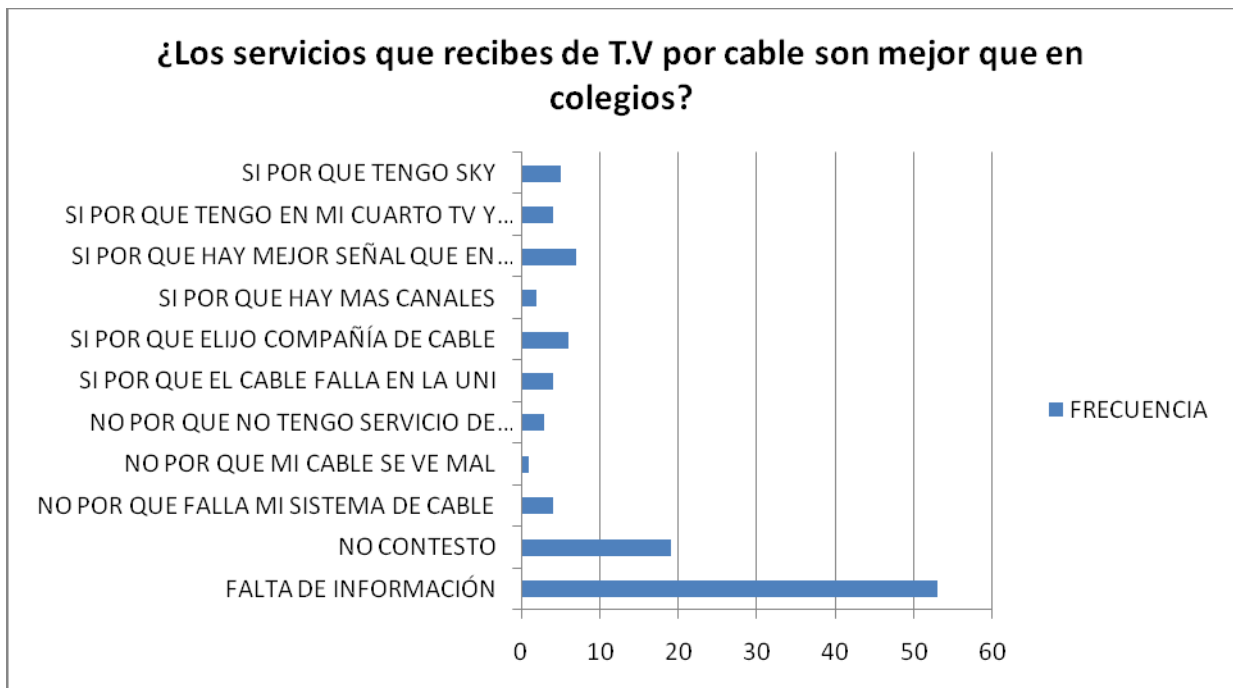


Gráfica 4.3.4 Cantidades de Ahorro Mensual

En la Gráfica 4.3.5 se puede observar que existe una desinformación del servicio de T.V. cable y en la Gráfica 4.3.6 se puede observar que un gran número de los encuestados no está informado como se pudo constatar en la Gráfica anterior.

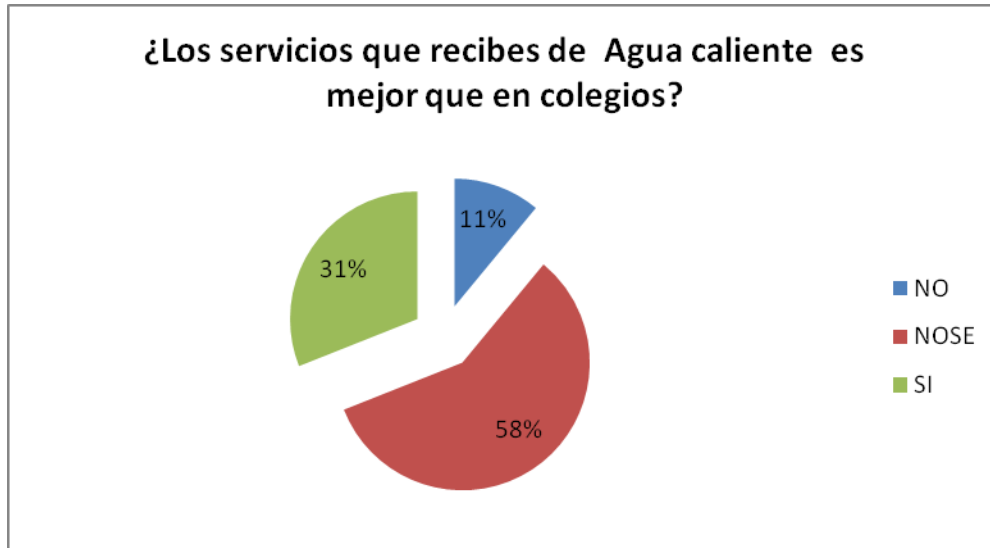


Gráfica 4.3.5 Servicio de T.V Cable

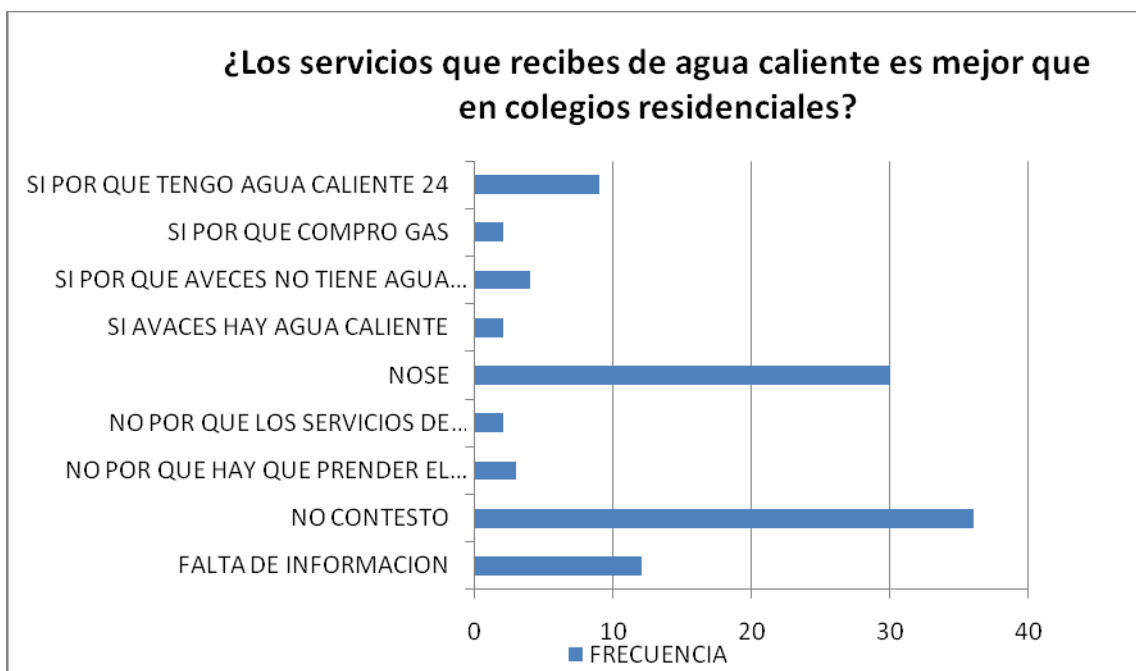


Gráfica 4.3.6 Variables de T.V Cable

En la Gráfica 4.3.7 referente al servicio de agua caliente que se da en Colegios universitarios, se puede observar que más de la mitad no tienen conocimiento del servicio, respectivamente en la Gráfica 4.3.8, se observa las razones por las cuales creen en sus respuestas y se aprecia que el desconocimiento sobre este servicio abunda.

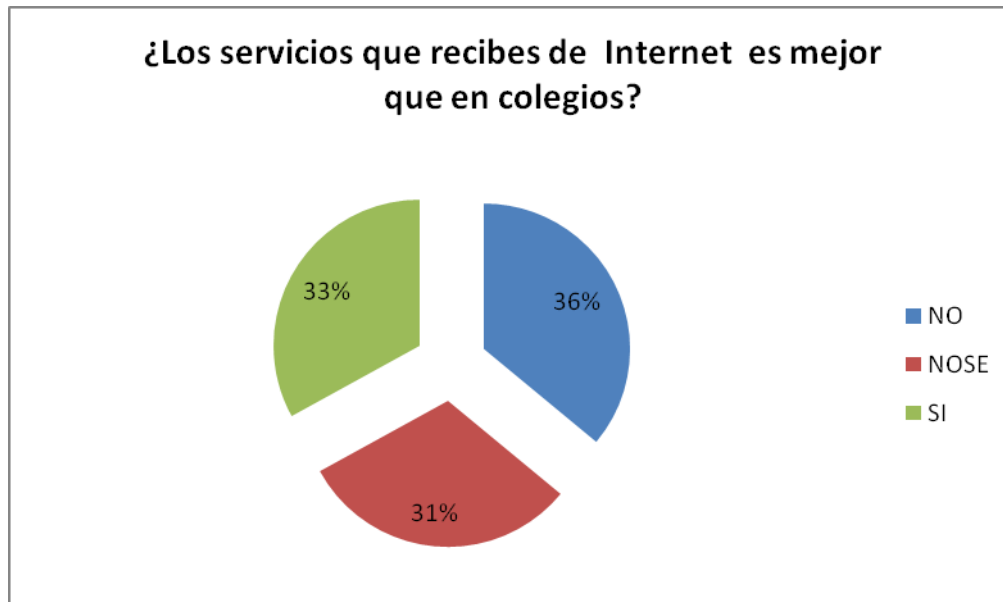


Gráfica 4.3.7 Agua Caliente

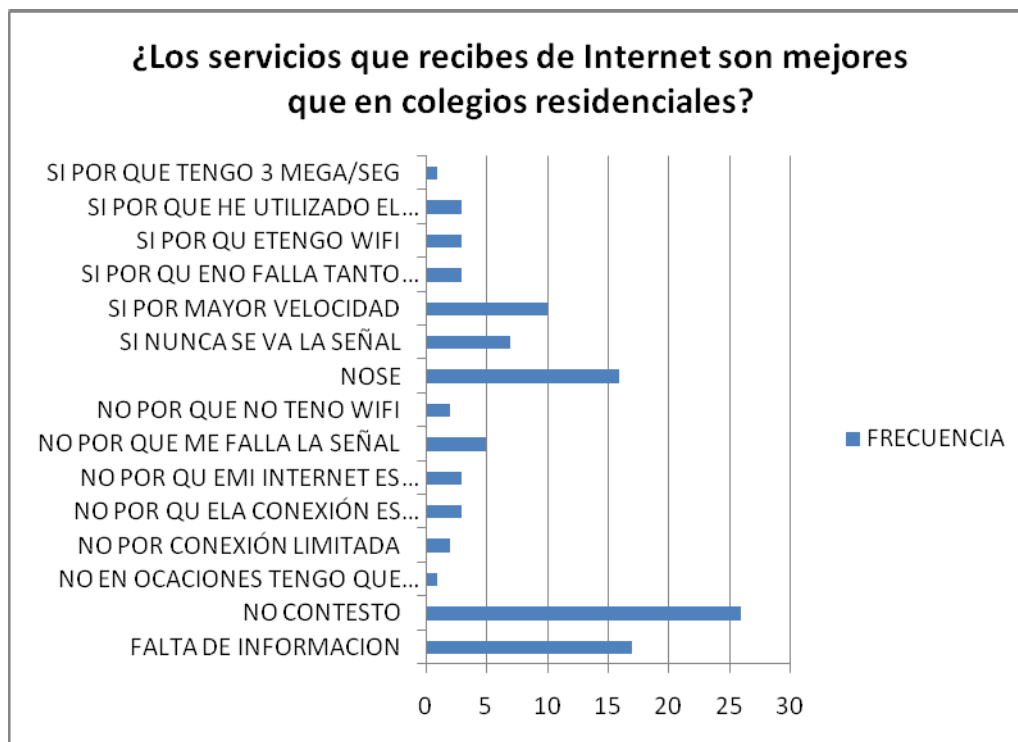


Gráfica 4.3.8 Variables de Agua Caliente

En la Gráfica 4.3.9 se puede aseverar que el servicio de internet que se ofrece afuera de la universidad es de mejor calidad, las razones que exponen los alumnos se presenta en la Gráfica 4.3.10.

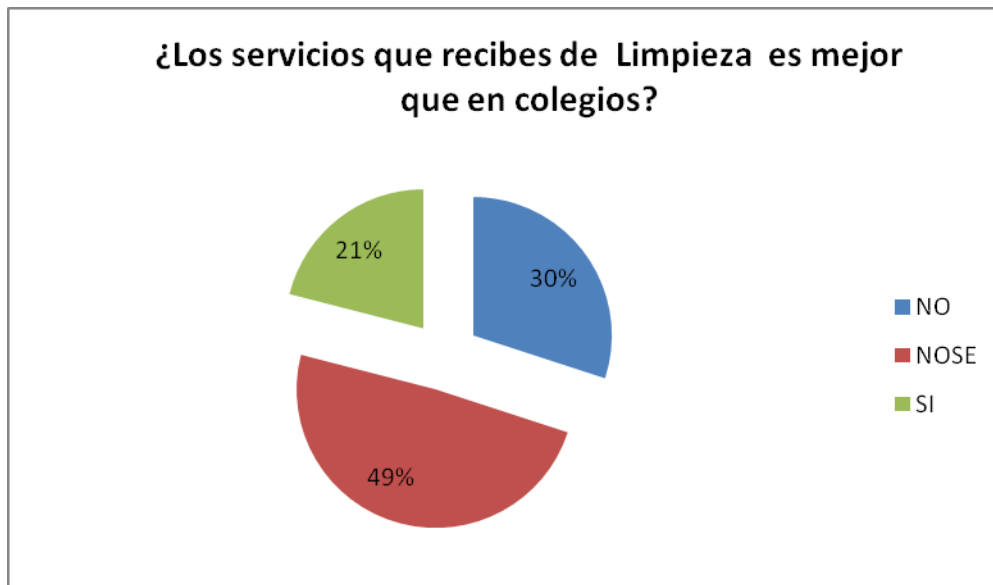


Gráfica 4.3.9 Servicio de Internet

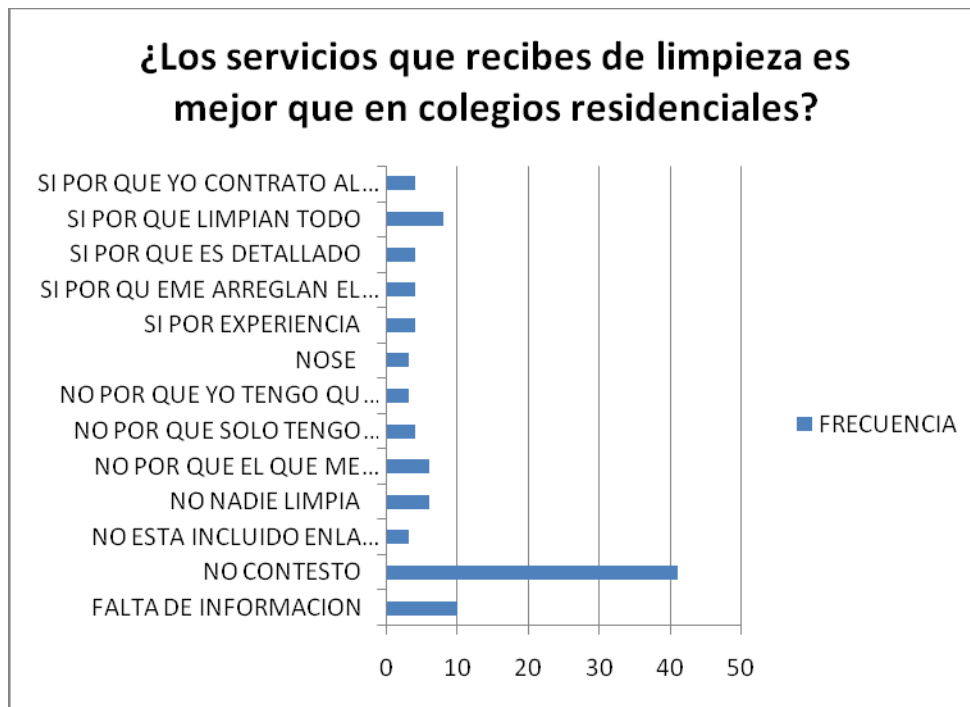


Gráfica 4.3.10 Variables de Servicio de Internet

En la Gráfica 4.3.11 resalta la desinformación que existe sobre el servicio de limpieza, en la Gráfica 4.3.12 se pueden observar las razones por las cuales los alumnos creen que su servicio es mejor o no, respecto al servicio que ofrece Colegios y se confirma la desinformación que existe.

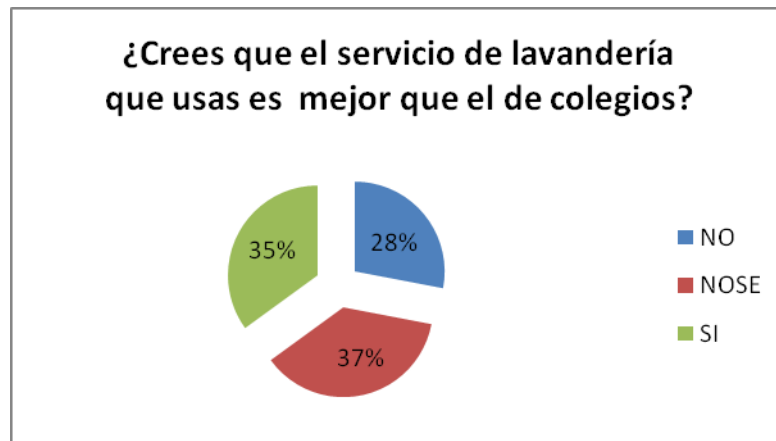


Gráfica 4.3.11 Servicio de Limpieza

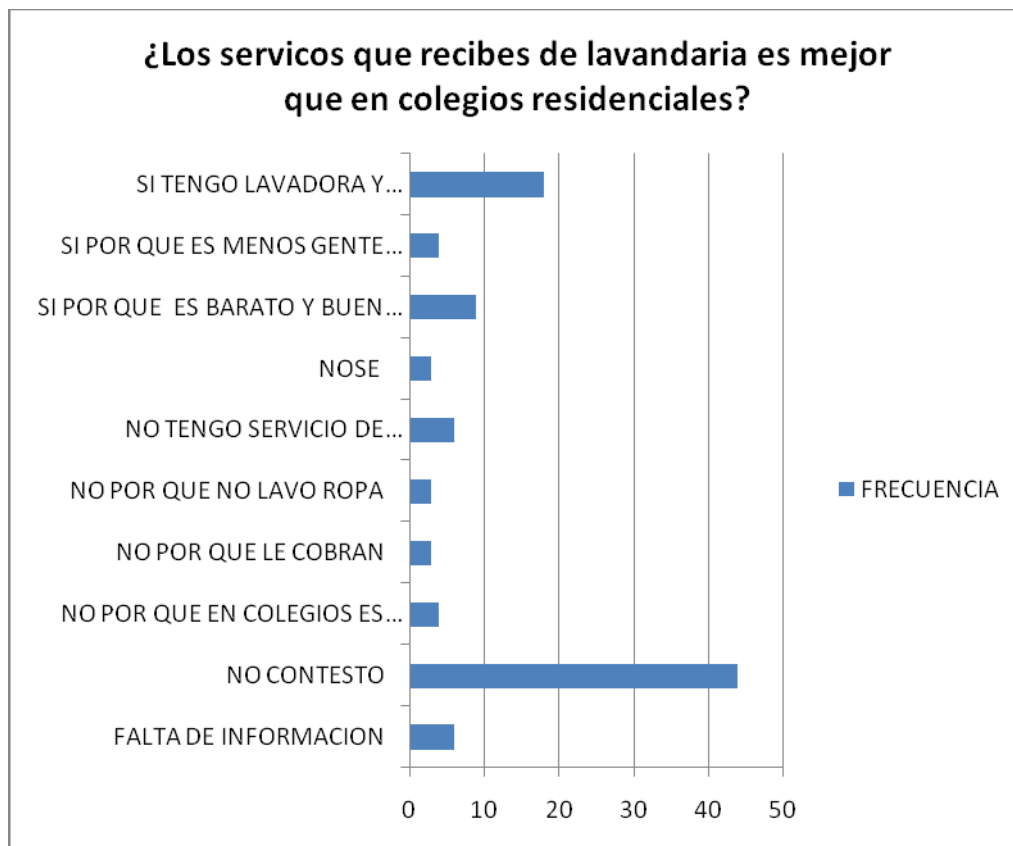


Gráfica 4.3.12 Variables de Servicio de Limpieza

En la Gráfica 4.3.13 se resalta la desinformación que existe el servicio de lavandería en Colegios universitarios, en la Gráfica 4.3.14 se pueden observar las razones por las cuales los alumnos creen que su servicio es mejor o no, respecto al servicio que ofrece Colegios y se confirma la desinformación que existe .



Gráfica 4.3.13 Servicio Lavandería



Gráfica 4.3.14 Variables de Lavandería

Para determinar los riesgos potenciales en la satisfacción del cliente se han evaluado las medianas obtenidas. El director de Colegios Universitarios, como director y partícipe del proyecto ha decidido que estos servicios deben ser percibidos como buenos a fin de determinar cuáles son aquellos puntos débiles que están incumpliendo tras la satisfacción de los clientes, es decir en los residentes. Al tener dentro de los límites de control de calidad la percepción de los estudiantes entre 3 y 4, nos muestra que sí se están cumpliendo las expectativas del cliente por quienes están brindando el servicio en este caso la Universidad de las Américas-Puebla

4.4.-Pruebas de Hipotesis entre los estratos de la población de “Residentes de Colegios Universitarios VS Ex Residentes de Colegios Universitarios, que ahora viven afuera”.

En la tabla 4.6 se puede apreciar las pruebas de hipótesis de medianas, se puede aseverar, que los servicios de T.V Cable y el servicio de agua caliente decayeron en calidad, además los moderadores en atención, eficacia y calidad, tienen una deficiencia. Los recepcionistas disminuyeron su eficacia del servicio. Los jefes administrativos de cada colegio, decayeron en su eficacia en el servicio. El costo de Colegios creen que no es adecuado. Las reglas de noche de visitas, como la de bebidas alcohólicas fueron desaprobadas. Dicha pruebas de hipótesis fueron hechas utilizando el programa Minitab, el concentrado de la información se puede revisar en el Apéndice D.

$$H_0: \eta_1 = \eta_2 \text{ VS } H_a: \eta_1 \neq \eta_2$$

VARIABLES	Mediana Residentes	Mediana Exresidentes	P- value	HIPOTESIS	Resultado
1.SERVICIO DE INTERNET	2	2	0.2365	Igual	No Rechazo Ho
2.-CONDICIONES DEL CUARTO EN COLEGIOS	3	3	0.3817	Igual	No Rechazo Ho
3.-CONDICIONES DE AREA COMUN	3	3	0.2118	Igual	No Rechazo Ho
4.-SERVICIO DE T.V CABLE	2	2	0.0011	Diferente	Rechazo Ho
5.- SERVICIO DE AGUA CALIENTE	3	3	0.0051	Diferente	Rechazo Ho
6.- SERVICIO DE LIMPIEZA	3	3	0.2218	Igual	No Rechazo Ho
7.-RECEPCIONISTA:					
Atención	3	3	0.8748	Igual	No Rechazo Ho
Eficacia del servicio	3	3	0.0255	Diferente	Rechazo Ho
Calidad:	3	3	0.4824	Igual	No Rechazo Ho
8.-MODERADOR:					
Atención	3	3	0.0002	Diferente	Rechazo Ho
Eficacia del servicio	3	2	0	Diferente	Rechazo Ho
Calidad:	3	3	0.0004	Diferente	Rechazo Ho
9.-JEFE ADMINISTRATIVO DE COLEGIOS:					
Atención	3	3	0.3784	Igual	No Rechazo Ho
Eficacia del servicio	3	2	0.0007	Diferente	Rechazo Ho
Calidad:	3	3	1	Igual	No Rechazo Ho
10.-COSTO DE COLEGIOS	2	2	0.0161	Diferente	Rechazo Ho
11.-PAGINA DE COLEGIOS UNIVERSITARIOS	2	2	0.5634	Igual	No Rechazo Ho
12.-PAGINA DE TU COLEGIO UNIVIERSIARIO	2	2	0.9562	Igual	No Rechazo Ho
13.-NOCHE DE VISITA	2	1	0	Diferente	Rechazo Ho
14.-REGLA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	2	1	0.0032	Diferente	Rechazo Ho

TABLA 4.6.- RESULTADOS DE LAS PRUEBAS DE HIPOTESIS

4.5.- Analisis FODA

De acuerdo a la información recabada en las encuestas y análisis de las mismas. Se identificaron las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de los Colegios Universitarios de la UDLAP.

Acontinuación se presenta el analisis FODA, con las estrategias derivadas del mismo análisis

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1 SERVICIO DE INTERNET D2 COSTO D3 DISEÑO, CONTENIDO Y DIFUSION DE PAGINA DE INTERNET DE COLEGIOS D4 SERVICIO DE T.V CABLE D5 POCA COMUNICACIÓN INTERNA D6 FALTA DE PRIVACIDAD D7 MODERADORES D8 POCA FLEXIBILIDAD	A1 COMPETENCIA A2 POCA AFLUENCIA DE ALUMNOS EN LA UDLAP A3 CRISIS MUNDIAL A4 ESTILO DE VIDA DEL ESTUDIANTE
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1 CERCANIA CON LA UNIVERSIDAD F2 SEGURIDAD F3 CONDICIONES DE LOS CUARTOS F4 AREAS COMUNES DE LAS SUITES F5 SERVICIO DE LIMPIEZA F6 ACTIVIDADES RECREATIVAS F7 CONVIVENCIA DE ESTUDIANTES DE DISTINTAS CARRERAS F8 SERVICIO DE LAVANDERIA F9 EXPERIENCIA	O1 MARKETING O2 IMPLEMENTACIÓN DE LA FILOSOFIA DE COLEGIOS O3 ESTUDIO DE LAS REGLAS EN COLEGIOS O4 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE COLEGIOS O5 DIVERSOS PROVEEDORES DE SERVICIOS

Tabla 4.7 FODA

La información expuesta en la tabla 4.7, se procedió a establecer las posibles estrategias que permitieran aprovechar las oportunidades y disminuir las amenazas; a través de la manipulación de las fortalezas y debilidades; lo anterior se muestra en la tabla 4.8.

FODA		AMENAZAS				OPORTUNIDADES				
		Estrategias defensivas: enfrentan las amenazas				Estrategias ofensivas: son la posición ideal permiten un rápido crecimiento y cumplimiento de los objetivos.				
		A1	A2	A3	A4	O1	O2	O3	O4	O5
FORTALEZAS	F1	E1								
	F2							E7		
	F3	E8								
	F4	E8								
	F5					E1				
	F6						E6			
	F7						E6			
	F8					E1				
	F9		E9							
		Estrategias de sobrevivencia: se utilizan para combatir amenazas cuando no se tienen las fortalezas necesarias.				Estrategias de orientación: cuando se presentan oportunidades que se pudieran aprovechar, pero no se cuenta con la preparación adecuada.				
DEBILIDADES	D1									E2
	D2			E5						E2
	D3					E10				
	D4									E2
	D5	E3								
	D6				E11					
	D7								E4	
	D8				E7					

Tabla 4.8 Matriz FODA y Estrategias

Las estrategias obtenidas del cruce de la matriz FODA, se presentan enumeradas en la tabla 4.9. De la tabla siguiente los rubros E1, E6 y E7 corresponden a estrategias ofensivas que representan la posición ideal pues permiten el rápido crecimiento y cumplimiento de los objetivos ya que combinan las fortalezas para aprovechar las oportunidades; mientras la estrategia E2, E4 y E10 pertenecen a las estrategias de orientación donde se presentan oportunidades a aprovechar aún cuando no se cuenta con la preparación adecuada; así este análisis de oportunidades se sintetiza en la tabla 4.9.

ESTRATEGIAS	
E1	Difundir las ventajas de estar dentro de colegios; por ejemplo costo de transporte, tiempos de llegada a la universidad, gimnasio, seguridad.
E2	Buscar un mejor proveedor de servicios de internet, que ofrezca mayor velocidad y estabilidad.
E3	Dentro de las gacetas estudiantiles de cada colegio, crear un apartado de comunicación hacia el estudiante que viven en los colegios, las actualizaciones e inquietudes de la administración hacia los estudiantes y viceversa.
E4	Crear programas de capacitación continua para los moderadores, con retroalimentación de los estudiantes y la administración.
E5	Reducción de costos mediante la optimización de los recursos materiales, humanos y financieros.
E6	Planear actividades recreativas y de integración que tengan como base la filosofía de colegios universitarios.
E7	Análisis del reglamento de colegios, y evaluación de aquéllas reglas que se adapten al estilo de vida del estudiante y que continúe siendo seguro.
E8	Monitoreo continuo de la competencia con la finalidad de mejoramiento de las instalaciones.
E9	Aprovechar la amplia experiencia y conocimientos en la oferta de servicios de residencia, para crear nuevas tácticas de captación de estudiantes para su ingreso a la universidad.
E10	Rediseñar la pagina web de colegios universitarios, actualizando toda la información de servicios que tiene, así como enunciando ventajas y beneficios de residir en colegios.
E11	Estudiar las nuevas tendencias y estilos de vida estudiantil que puedan adaptarse a la privacidad de los mismos alumnos, en las habitaciones de colegios universitarios.

Tabla 4.9 Estrategias obtenidas del cruce FODA.

En el capítulo cinco, se detallará ampliamente sobre cada una de las estrategias mencionadas en la tabla 4.8.

Contents

CAPITULO 4	44
<i>4.1-Analisis de los resultados de las encuestas del estrato Residentes de Colegios Universitarios</i>	45
<i>4.2.- Análisis de resultados de las encuestas del estrato Ex Residentes de Colegios Universitarios, que ahora viven fuera de Colegios.</i>	51
<i>4.3-Analisis de los resultados de las encuestas del estrato Estudiantes que nunca han vivido en Colegios Universitarios</i>	57

<i>4.4.-Pruebas de Hipotesis entre los estratos de la población de “Residentes de Colegios Universitarios VS Ex Residentes de Colegios Universitarios, que ahora viven afuera”.</i>	66
<i>4.5.- Analisis FODA</i>	68