Plan de marketing para el posicionamiento de la sección secundaria del Centro Educativo "Federico Froebel"

Eva Valeria Lynch Becilla[1], Ana Maria Rivera Bayas[2], Ernesto Wladimir Rangel Luzuriaga[3]

[1]Economista con Mención en Gestión Empresarial, Especialización Marketing, ESPOL 2007.
[2]Economista con Mención en Gestión Empresarial, Especialización Marketing, ESPOL 2007.
[3]Director de Tesis. Msc. Marketing y Comercio electrónico, Tecnológico de Monterrey, 2004. Profesor de ESPOL desde 2002.

RESUMEN

Ante el anual incremento de establecimientos educativos particulares que se observa en la ciudad de Babahoyo, los directivos de la empresa educativa Federico Froebel han acogido la idea de realizar un plan de marketing de posicionamiento de la marca, con objeto de captar un incremento anual en el número de estudiantes que le de una rentabilidad acorde a las inversiones que constantemente se realizan. Como parte importante para mejorar la imagen de esta empresa, en el proyecto se plantean cambios organizacionales y de mejoramiento del servicio, especialmente en la automatización de la información y separación de las áreas de secretaría y colecturía. Así mismo, se propone lograr un impacto visual con nueva decoración de los distintos departamentos incluyendo nuevo mobiliario.

"Centro Educativo Federico Froebel"
Palabras clave: Plan de posicionamiento, investigación exploratoria, investigación concluyente.

ABSTRACT

Before the annual increment of the private educational establishments that one observes in Babahoyo city, the actual administration of Federico Froebel educational company, has welcomed the idea of carrying out a marketing plan of positioning mark, looking for capturing an annual increment of students that give them profitability in accordance to the investments that constantly they carry out. As important part for improving the image of this company, in the project it raises about organizational changes and improvement the service, in the automation of the information especially and the separation of secretary and collector areas. Likewise, it intends achieve the visual impact with a new decoration in the different departments including new furniture.

1.1 Antecedentes

El Centro Educativo Particular Bilingüe "Federico Froebel", inició sus labores como Empresa Educativa en la ciudad de Babahoyo, capital de la provincia de Los Ríos, en el año 1993, en esos momentos, en la ciudad de Babahoyo se apreciaba claramente la gran carencia de establecimientos educativos para la iniciación especializada, Es así que nace esta empresa que con una política diferente y un proyecto innovador entra al mercado de la educación particular empezando con la educación pre-escolar, años mas tarde y a pedido de los padres de Familia se crea la sección primaria y solo hace poco se convierte en centro educativo formando también la sección secundaria constituyéndose a esta fecha como uno de los establecimientos más prestigiosos de la ciudad de Babahoyo. Sin embargo la tendencia actual de apertura de nuevos centros educativos hace que la competencia tenga mas acciones en la torta de la demanda, por lo cual se hace necesario recurrir a un proyecto de posicionamiento de la marca para lograr afianzar y consolidar la presencia de esta empresa educativa en el mercado de este servicio a nivel del cantón Babahoyo.

1.2 La idea del proyecto

En el afán de impulsar y convertir a la empresa Federico Froebel en un icono representativo en brindar un servicio educativo de calidad ante la creciente oferta, y al percibir que, en la ciudad de Babahoyo el manejo del marketing por parte de las empresas que se dedican a brindar servicios de educación particular es muy limitado o, casi imperceptible, nace la idea de este proyecto, observándose que, la implementación de un agresivo plan de posicionamiento, aprovechando el prestigio de la empresa y la cultura de los habitantes de Babahoyo, sería virtualmente exitoso.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

- Posicionar la Sección Secundaria del Centro Educativo "Federico Froebel" como la mejor opción educativa, al servicio del desarrollo local, en la mente del consumidor del cantón Babahoyo.

1.3.2 Objetivos específicos

- Dar a conocer a la Institución educativa "Federico Froebel", como líder en innovación curricular y formación personal en la Provincia de Los Ríos.

1.6 Entorno espacial, poblacional y competitivo

- Desarrollar un estratégico plan de Marketing para fortalecer la sección secundaria de este centro educativo.
- Lograr un crecimiento del 15% anual de clientes en el primer año de ejecutado el proyecto.
- Difundir los principios fundamentales de la empresa basados en los componentes: formación de la personalidad, equidad de género, respeto y cuidado al medio ambiente, y fortalecimiento de la identidad cultural de cada región.

1.4 Mercado al que esta dirigido

El proyecto de posicionamiento está dirigido principalmente al mercado educativo del nivel secundario del cantón Babahoyo, que será nuestro público objetivo. Desde luego y por tratarse de un centro educativo, el rango de influencia de este plan de posicionamiento va ha favorecer positivamente a los otros niveles educativos de la empresa.

El tamaño del mercado actual del cantón Babahoyo es de 4.863 estudiantes secundarios, de los cuales el número de alumnos que estudian en esta empresa es de 132, que corresponde al 3% del total. El objetivo del proyecto es incrementar en el 15% anual el número de estudiantes.

Se aplicaron varias estrategias para el estudio de mercado con objeto de obtener información con el mínimo margen de error. Se realizó una investigación exploratoria con grupos focales y una batería de preguntas cuidadosamente elaboradas. Se empleó también la investigación concluyente con cuestionarios realizados a padres de familia y alumnos del plantel y de otros establecimientos educativos.

1.5.- Participación de mercado

Tabla 1. Participación de mercado

MERCADO TOTAL	PARTICIPACIÓN DE MERCADO
4863	132

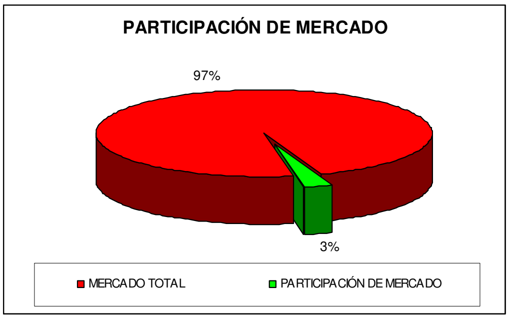

Figura 1. Participación de mercado

La empresa se encuentra ubicada en las calles 10 de Agosto y Ricaurte sector céntrico de la ciudad Babahoyo, pertenece a la parroquia urbana Camilo Ponce del cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos. La población de Babahoyo cuenta aproximadamente con 95.000 habitantes. Y por ser capital de provincia y encontrarse en pleno desarrollo gracias a un proyecto de control de inundaciones y regeneración urbana implementado desde el 2001, el nivel competitivo de los negocios resulta ahora muy marcado y en desarrollo.

1.7 Fase actual de desarrollo del servicio

A pesar del gran apogeo mostrado por la empresa educativa Federico Froebel, a través de los 14 años de servicio, la competitividad creciente demandan cambios de procedimientos en el manejo de la misma, deficiencias que han sido detectadas y cuyas innovaciones forman parte del plan de posicionamiento que encierra soluciones globales con valor agregado. Aquí expresamente se recomienda las necesidades de desarrollo o expansión de la empresa, como es la creación del colegio vespertino y del Instituto tecnológico (post bachillerato), que optimiza los recursos existentes y ubica en otro nivel a la empresa.

1.8 Cambios organizacionales

Como parte importante para mejorar la imagen de esta empresa, en el proyecto se plantean cambios organizacionales y de mejoramiento del servicio, especialmente en la automatización de la información y separación de las áreas de secretaría y colecturía. Así mismo, se propone lograr un impacto visual con nueva decoración de los distintos departamentos incluyendo nuevo mobiliario.

1.9 Inversión necesaria

Para dar marcha al plan de posicionamiento, se calculó que es necesaria una inversión de **$ 14.546, oo** que es el costo total del plan, el mismo que será financiado a 5 años, que es también el horizonte del proyecto. Este valor incluye los costos por los cambios que el marketing ha considerado necesarios impulsar como: nuevo logotipo e isotipo, cambio de letreros en los edificios del plantel con el nuevo icono, propaganda publicitaria, etc.

1.10 Conclusiones

- Nuestro estudio de Mercado determinó que existen un gran número de clientes potenciales que elegirían este centro educativo para realizar sus estudios en la sección secundaria.
- Que la empresa Federico Froebel goza de un gran prestigio en la ciudad de Babahoyo.
- El análisis económico y financiero del proyecto, indica que este será exitoso, ya que los valores de flujos de caja **aun con escenario pesimista,** indican que el proyecto es rentable, dado que se obtuvo un **VAN** positivo de **$ 22.912,10** y una **TIR** de **44%**

1.11 Referencias

[1] Secretaría del Centro Educativo " Federico Froebel"

[2] Dirección Provincial de Educación de la provincia de los Ríos.

[3] Wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia

[4] www.marketing-xxi.com/marketing-mix

[5] marketingdirecto.com/glosario/datos_termino.php?termino=Marketing-Mix

[6] ww.monografias.com/ trabajos

[7] es.wikipedia.org /wiki /Posicionamiento _en _ buscadores.