



PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA DEL COLEGIO TÉCNICO PARTICULAR “OLMEDO”

Pedro Leonardo Sánchez León

Egresado de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
pedro.sanchez.1993@gmail.com

Msc. Ketty Rodríguez Rodríguez

Docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
krodriguezr@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Pedro Leonardo Sánchez León y Ketty Rodríguez Rodríguez (2016): “Plan estratégico para mejorar la imagen corporativa del Colegio Técnico Particular “Olmedo””, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (octubre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/10/olmedo.html>

1. Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo mejorar la imagen corporativa del Colegio Técnico Particular “Olmedo” del Cantón Daule, a través de estrategias de marketing y de medios digitales que permitan incrementar la participación de los estudiantes en la institución educativa, se determinaron objetivos para mejorar su posición en el mercado.

Se identificaron fortalezas y debilidades para conocer el entorno competitivo y determinar los problemas que afectan la comunicación entre la institución y la comunidad educativa, el desarrollo de estrategias de marketing mejoraran la imagen corporativa de la institución, la información obtenida para este estudio proviene de fuentes primarias siendo éstas las familias del Cantón Daule y los representantes de alumnos, a través de encuestas como instrumento de recolección de datos, autoridades del Colegio Técnico Particular “Olmedo” proporcionaron datos solicitados como apoyo a este trabajo de investigación, se consideró también la observación como otra fuente de

información, en el desarrollo de estrategias se analizaron las matrices FODA y de Las 5 fuerzas de Porter.

Con base en la información obtenida se plantean estrategias de identidad corporativa, las que presentan cambios creativos en los elementos identificativos y branding de la institución, con estrategias publicitarias en las redes sociales, el desarrollo de un sitio web para facilitar información y la comunicación con los estudiantes, graduados, representantes y otros miembros de la comunidad educativa.

Palabras clave: Plan estratégico, Imagen corporativa, Marketing, Comunicación, Institución educativa

Abstract

This project aims to improve the corporate image of Private Technical College "Olmedo" Canton Daule, through marketing strategies and digital media to increase the participation of students in the school, objectives were determined to improve their market position.

strengths and weaknesses to meet the competitive environment and identify issues that affect communication between the institution and the educational community, developing marketing strategies will improve the corporate image of the institution were identified, the information obtained for this study comes from primary sources it being these families Canton Daule and representatives of students through surveys as a tool for data collection, authorities Private Technical College "Olmedo" provided requested data to support this research, is also the observation considered as another source of information in developing strategies SWOT matrices were analyzed and the 5 forces of Porter.

Based on information obtained raised strategies of corporate identity, presenting creative changes in the identifying elements and branding of the institution, with

advertising strategies in social networks, the development of a website to provide information and communication with students, graduates, representatives and other members of the educational community.

Keywords: Strategic Plan, Corporate image, Marketing, Communication, Educational Institution

2. Introducción

La educación, en todos sus niveles constituye un pilar fundamental en el desarrollo social, por ello, las fuerzas gubernamentales dedican grandes esfuerzos su fortalecimiento, siendo además uno de los ejes integradores de la planificación general estatal, conocida como Plan Nacional del Buen Vivir, en su cuarto objetivo, sobre el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de la ciudadanía. En la búsqueda de la calidad educativa se incentiva a la institución en el uso de la tecnología, estas herramientas se vuelven cada vez más necesarias en su relación con la sociedad.

En el cantón Daule, la tecnología como medio comunicativo, y el cuidado de la imagen que proyectan las instituciones son temas poco tratados, y quienes optan por adoptarlos no cuentan con los conocimientos necesarios para llevarlo de la mejor manera, sin embargo, la situación también representa una oportunidad de diferenciación para la institución en estudio.

El Colegio Técnico Particular “Olmedo” es una institución de educación secundaria del cantón Daule, con 20 años de experiencia en el mercado educativo con permisos de funcionamiento desde el 23 de abril de 1997, forjó desde sus inicios una imagen prestigiosa y se ganó la aceptación de la comunidad, además de buscar siempre la innovación, dio un paso importante al crecimiento cambiando su plaza a otra área, con la realización de eventos para incrementar la participación dentro de la comunidad educativa.

La institución ha mantenido desde sus inicios la misma forma de comunicación e identidad corporativa, sin embargo, se ha descuidado la integridad ocasionando insatisfacción y pérdida de estudiantes, ésta situación permite aplicar estrategias de marketing que determinan posibles soluciones a las limitantes encontradas para mejorar la imagen del Colegio Técnico Particular “Olmedo”.

3. Objetivo General de la Investigación

Establecer un plan estratégico que mejore la imagen corporativa del Colegio Técnico Particular Olmedo del cantón Daule

4 Objetivos Específicos de la Investigación

- Determinar los factores que afectan la imagen del Colegio Técnico Particular “Olmedo” para la identificación de estrategias de mejora.
- Identificar fortalezas de la institución que aumenten la participación del mercado estudiantil.
- Seleccionar los medios publicitarios para el aumento de la presencia en las redes sociales.
- Conocer las estrategias de marketing que mejoren la identidad corporativa de la institución.

5. Métodos

En función al proyecto de investigación se aplicó una investigación descriptiva, la cual es un método que permite observar y describir el comportamiento de un sujeto o un grupo sin influir sobre ellos de ninguna manera, usado en gran medida por los investigadores de mercadeo para evaluar los hábitos de los clientes.

Además, se aplicó el método inductivo el cual permite, a través de los resultados particulares de la investigación poder sacar conclusiones y soluciones generales para la institución de forma ordenada, coherente y lógica. Principalmente se usó para analizar la información obtenida a través de la observación y el análisis de los resultados de las encuestas. El método inductivo estudia un fenómeno o problema desde las partes hacia el todo, es decir analiza los elementos para sacar conclusiones del todo.

Enfoque de la investigación

Se determinó que la investigación fue realizada con enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo. El enfoque cuantitativo permitió la recopilación de datos proporcionados las familias del cantón Daule, las bases que se generan son las más adecuadas para el desarrollo del presente estudio debido a que facilitan la realización y análisis de encuestas, que contribuyeron con estrategias para mejorar la imagen corporativa del Colegio Técnico Particular “Olmedo” de Daule.

El enfoque cualitativo proporcionó información importante al presente proyecto de investigación, debido a que se estudiaron la percepción de las familias del cantón Daule respecto a la imagen que proyecta el Colegio Técnico Particular “Olmedo”, así como los factores que influyen en su criterio, así, la característica objetiva de este enfoque permitió generar una pauta orientada a proponer la solución más eficiente adaptada a las necesidades y posibilidades de la institución.

Tipo de investigación

El tipo de investigación fue descriptiva, ya que se buscó describir las características de la comunicación y la imagen que proyecta la institución, tanto en los medios físicos como digitales; y de campo del cual se obtuvo la información necesaria por parte de las familias del cantón Daule, así como datos obtenidos a través de la observación para llegar a conclusiones, el desarrollo de estrategias y la solución de

problemas. Ésta investigación permitió el análisis de la situación actual con el fin de establecer las causas y efectos primordiales y guiar la formulación de preguntas a los grupos de encuestados.

Así mismo se realizó una investigación del tipo exploratoria, este tipo de investigación es caracteriza por brindar una visión general aproximativo de la realidad cuando los recursos del investigador son limitantes para emprender un trabajo más profundo, muchas veces estos estudios consisten en la recopilación de información bibliográfica relacionada con el tema de investigación y que están disponibles para el investigador.

También se realizó un tipo de investigación de campo que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos o grupos a investigar, o de la realidad donde ocurren los hechos, es decir, se obtendrán datos primarios, sin manipular o controlar variable alguna.

6. Resultados

Para la investigación a nivel externo, se considera como objeto de estudio a las familias del cantón Daule del área urbana. De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos se determinó que existen 9,092 familias (INEC, 2010).

Para la investigación a nivel interno, se estudió a los representantes de los estudiantes, para ello se determinó que el total de alumnos de la institución corresponde al total de representantes. De acuerdo a los datos proporcionados por el Colegio Técnico Particular “Olmedo” se determinó que existe una población de 501 representantes de todos los niveles y especializaciones.

La investigación por medio de la entrevista se realizó al rector de la institución educativa, Lcdo. Tito León Naranjo.

Encuesta a familias del Cantón Daule

1. ¿Qué instituciones educativas conoce en el cantón Daule?

Tabla 1
Pregunta 1 a familias– Instituciones educativas que conoce

INSTITUCIONES EDUCATIVAS QUE CONOCE		
VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Unidad Educativa “Riberas del Daule”	45	12%
Instituto Técnico Juan Bautista Aguirre	114	31%
Unidad Educativa “Francisco Dólera”	13	4%
Colegio Técnico Particular “Olmedo”	53	14%
José Luis Tamayo	105	28%
Colegio “Daule”	25	7%
Colegio “Los Daulis”	10	3%
Ecuador Amazónico	5	1%
Total	370	100%

Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule



Figura 1. Pregunta 1 a familias – Instituciones educativas que conoce
Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

El Instituto técnico Juan Bautista Aguirre es la institución educativa más conocida entre las familias del cantón Daule. El 14% de los encuestados conoce en primer lugar al Colegio Particular “Olmedo”.

2. ¿Qué factor considera usted más importante en una institución educativa?

Tabla 2
Pregunta 2 a familias– Factor importante en las instituciones

FACTOR IMPORTANTE EN LAS INSTITUCIONES		
VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Precio	101	27,30%
Ubicación	22	5,95%
Calidad de enseñanza	106	28,65%
Infraestructura	47	12,70%
Prestigio/Imagen	94	25,41%
Total	370	100%

Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

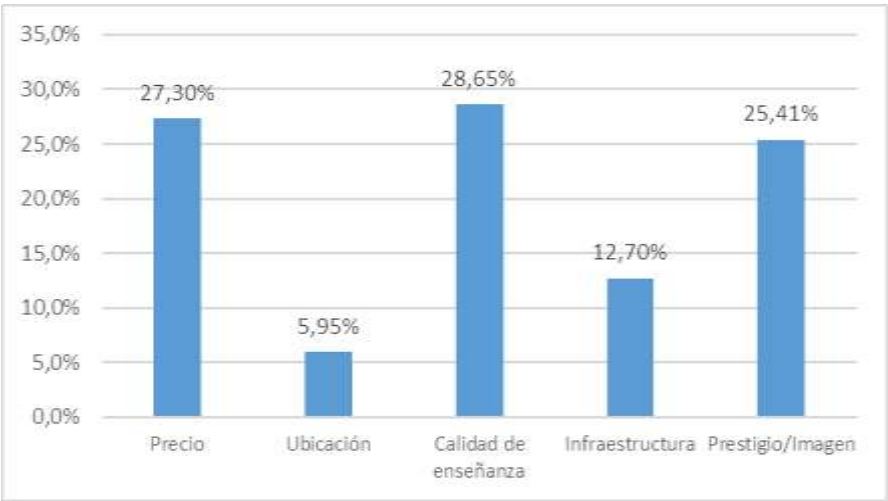


Figura 2. Pregunta 2 a familias – Factor importante en las instituciones
Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

El 28,65% de las familias del cantón Daule encuestadas consideran que el factor más importante para elegir una institución educativa es la calidad de enseñanza, el prestigio o imagen es el tercer factor más importante con diferencia solamente del 1,35% respecto al primero.

3. ¿Está usted de acuerdo en que las instituciones educativas se promocionen y comuniquen a través de los medios digitales?

Tabla 3
Pregunta 3 a familias – Colegios en medios digitales

COLEGIOS EN MEDIOS DIGITALES		
VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Totalmente en desacuerdo	9	2,43%
En desacuerdo	12	3,24%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	6,49%
De acuerdo	112	30,27%
Totalmente de acuerdo	213	57,57%
Total	370	100%

Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

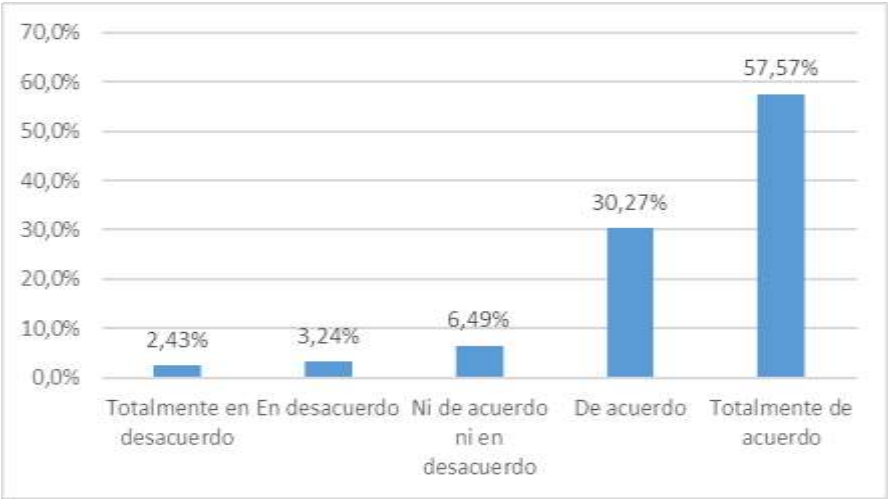


Figura 3. Pregunta 3 a familias – Colegios en medios digitales
Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

El 57,57% de las respuestas proporcionadas indican que las personas consideran estar totalmente de acuerdo en que las instituciones usen los medios digitales para promocionarse y comunicarse con sus clientes.

4. ¿Cuáles son los medios digitales idóneos para recibir información de las instituciones educativas?

Tabla 4

Pregunta 4 a familias– Medios digitales idóneos

MEDIOS DIGITALES IDÓNEOS		
VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Facebook	98	26,49%
Instagram	36	9,73%
Twitter	6	1,62%
Whatsapp	52	14,05%
E-mail	58	15,68%
Página web	120	32,43%
Total	370	100%

Realizado por: Autor del documento

Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

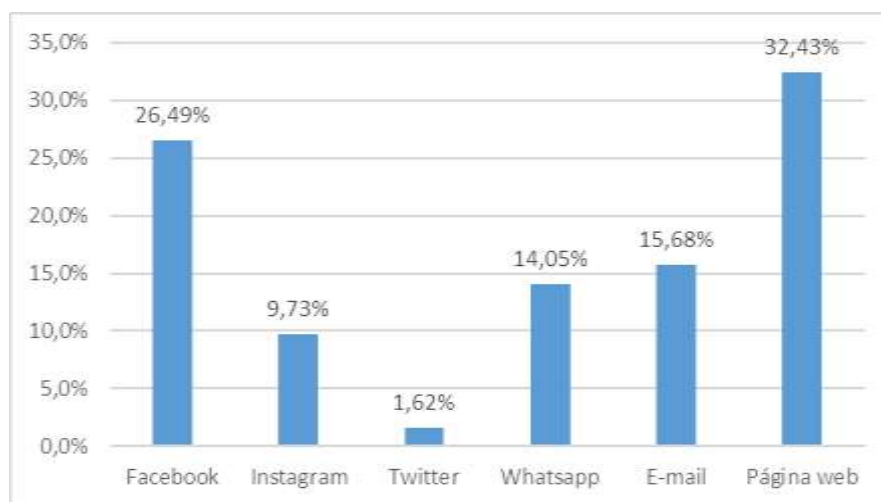


Figura 4. Pregunta 4 a familias – Medios digitales idóneos

Realizado por: Autor del documento

Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule.

El 32,43% de las personas consideran que el medio digital idóneo para recibir información de una institución educativa son las páginas web, seguido de la red social Facebook, apoyada por el 26,49%.

5. ¿Para considerar una institución educativa como opción de estudio para su hijo lo ha hecho por?

Tabla 5
Pregunta 5 a familias – Fuentes de consulta

FUENTES DE CONSULTA		
VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Recomendaciones	189	51,08%
Consultas por Internet	72	19,46%
Visita personalmente instituciones	109	29,46%
Total	370	100%

Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

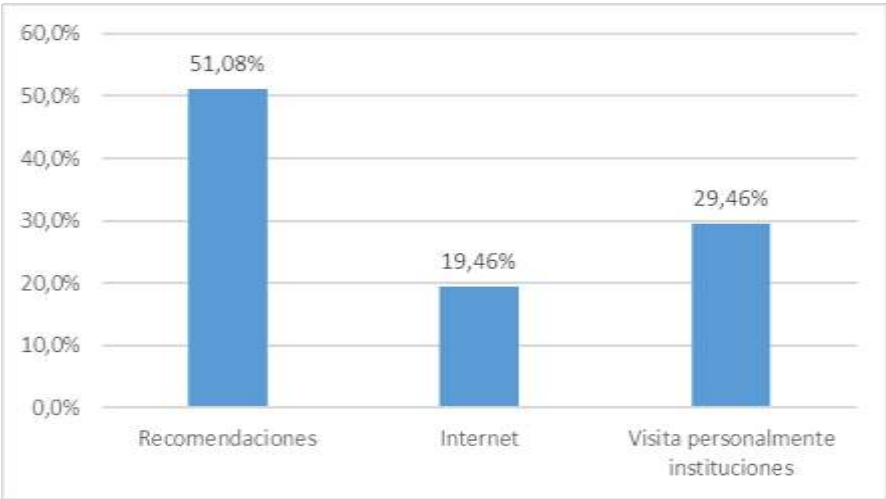


Figura 5. Pregunta 5 a familias – Fuentes de consulta.
Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule.

El 51,08% de las familias encuestadas mencionaron basarse en las recomendaciones al momento de basarse para considerar opciones de estudio para sus hijos, el 29,46% lo hace visitando personalmente las instituciones.

6. ¿Cree usted que en los últimos años se ha deteriorado la imagen de la institución?

Tabla 6

Pregunta 6 a familias – Imagen deteriorada en los últimos años

IMAGEN DETERIORADA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS		
VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Totalmente en desacuerdo	8	2,16%
En desacuerdo	18	4,86%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	6,49%
De acuerdo	158	42,70%
Totalmente de acuerdo	94	25,41%
Total	302	82%

Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

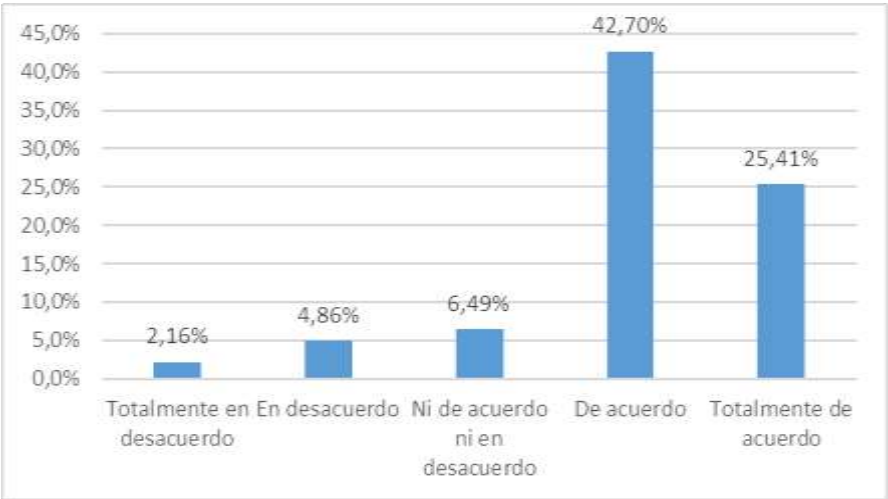


Figura 6. Pregunta 6 a familias – Imagen deteriorada en los últimos años
Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

Del total de personas que mencionaron haber tenido un conocido en la institución en los últimos años, el 42,70% afirmó estar totalmente de acuerdo en percibir un deterioro de la imagen del Colegio Técnico Particular “Olmedo”

7. ¿Qué cambios sugeriría al Colegio Técnico Particular “Olmedo”?

Tabla 7
Pregunta 7 a familias – Cambios que sugeriría para el colegio. .

CAMBIOS QUE SUGERIRÍA PARA EL COLEGIO

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Elementos identificativos (Banner, Logo)	66	21,85%
Equipamiento (Bancas, computadoras)	54	17,88%
Procesos (Tiempos de espera, papeleos)	61	20,20%
Comunicación (Uso de redes sociales, email)	112	37,09%
Nuevas carreras (Química, Física)	9	2,98%
Total	302	100%

Realizado por: Autor del documento

Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule



Figura 7. Pregunta 7 a familias – Cambios que sugeriría para el colegio

Realizado por: Autor del documento

Fuente: Encuesta a familias del cantón Daule

La comunicación es el principal cambio sugerido por los encuestados, mencionado así por el 37,09%, seguido por los elementos identificativos y los procesos, con el 21,85% y 20,20% respectivamente.

Encuesta a representantes

1. ¿Qué aspectos considera positivos del Colegio Técnico Particular “Olmedo”?

Tabla 8

Pregunta 1 a representantes – Aspectos positivos del colegio.

ASPECTOS POSITIVOS DEL COLEGIO		
VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Prestigio de la institución	59	38,56%
Calidad de enseñanza	65	42,48%
Instalaciones	12	7,84%
Ubicación	5	3,27%
Atención al cliente	12	7,84%
Total	153	100%

Realizado por: Autor del documento

Fuente: Encuesta a representantes de estudiantes.

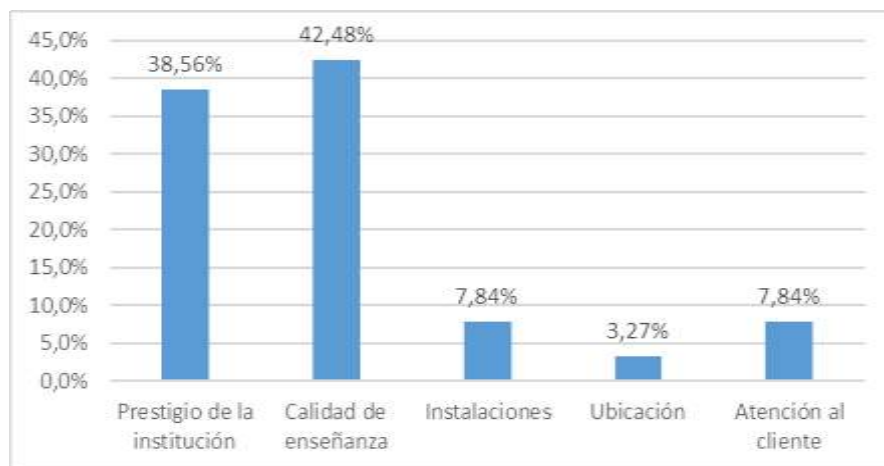


Figura 8. Pregunta 1 a representantes – Aspectos positivos del colegio

Realizado por: Autor del documento

Fuente: Encuesta a representantes de estudiantes.

El 42,48% de los representantes de estudiantes encuestados menciona que el aspecto más positivo del Colegio Técnico Particular “Olmedo” es la calidad de enseñanza, seguido del prestigio que tiene la institución.

2. ¿Qué aspectos considera deba mejorar la institución?

Tabla 9
Pregunta 2 a representantes – Aspectos que deba mejorar .

ASPECTOS QUE DEBA MEJORAR		
VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Imagen de la institución	35	22,88%
Comunicación	58	37,91%
Equipos	22	14,38%
Calidad de enseñanza	9	5,88%
Instalaciones	29	18,95%
Total	153	100%

Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a representantes de estudiantes

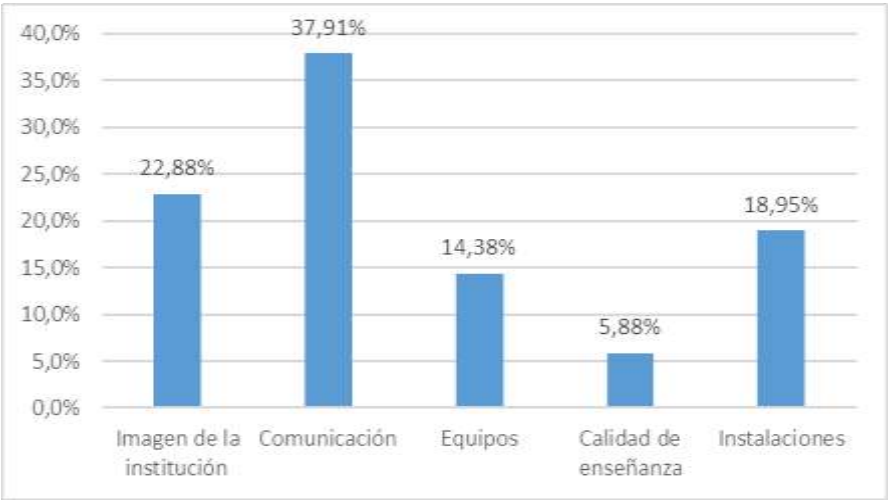


Figura 9. Pregunta 2 a representantes – Aspectos que deba mejorar
Realizado por: Autor del documento
Fuente: Encuesta a representantes de estudiantes.

El 37,91% afirma que el aspecto que la institución debe mejorar es la comunicación, seguido de la imagen de la institución.

3. ¿A través de qué medios considera que debería ser la comunicación?

Tabla 10

Pregunta 3 a representantes – Medios adecuados para comunicar.

MEDIOS ADECUADOS PARA COMUNICAR		
VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Comunicados impresos	5	3,27%
A través de los estudiantes	28	18,30%
Redes sociales	59	38,56%
E-mail	8	5,23%
Llamadas telefónicas	53	34,64%
Total	153	100%

Realizado por: Autor del documento

Fuente: Encuesta a representantes de estudiantes

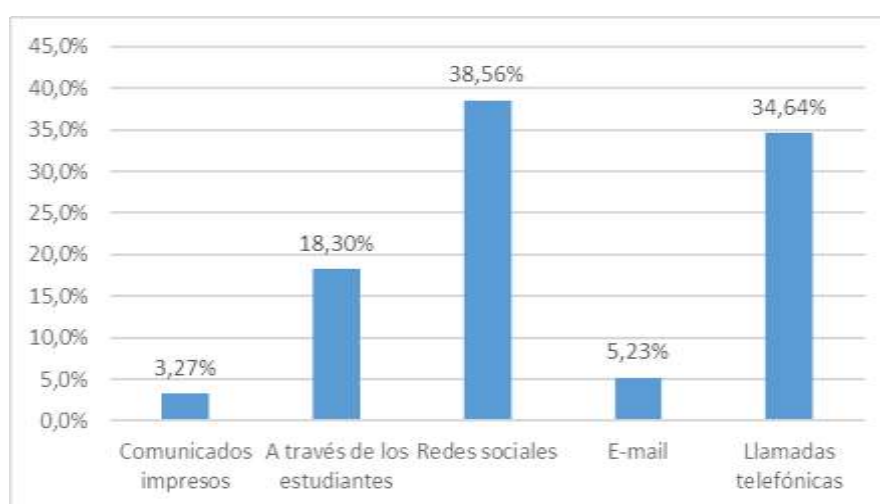


Figura 10. Pregunta 3 a representantes – Medios adecuados para comunicar

Realizado por: Autor del documento

Fuente: Encuesta a representantes de estudiantes.

La gran mayoría, el 38,56% afirma que el medio adecuado para recibir información es a través de las redes sociales, seguido de las llamadas telefónicas.

Entrevista al Rector

En la entrevista efectuada al rector del Colegio Técnico Particular “Olmedo” se recopiló información respecto a los objetivos institucionales, de igual forma se buscó conocer la situación actual respecto a la comunicación y el manejo de la identidad corporativa. Se conoció que la institución nació como un emprendimiento familiar, para

el cual se ha mantenido desde el inicio una estructura organizacional basado en familiares a pesar de los diversos cambios que han sucedido a lo largo de los años.

El rector de la institución considera que se la imagen del colegio se ha deteriorado comparado con la imagen que tenía varios años atrás, incluso siendo reconocido en diario El Universo como uno de los mejores colegios del Cantón Daule a raíz de su participación en el concurso “Genios del Universo” organizado por la misma entidad y en la que el Colegio Técnico Particular “Olmedo” tuvo una gran participación llegando a estancias finales, compitiendo con instituciones educativas de gran renombre a nivel de la ciudad de Guayaquil como San Martín y La Salle.

Esta disminución en la imagen de la institución también se ve reflejada en la cantidad de estudiantes, donde, el rector, asegura se ha disminuido cerca del 25% de alumnos en los últimos 5 años debido a la imagen que se proyecta hacia la sociedad, y el crecimiento de otras instituciones educativas del cantón Daule que ofertan servicios más amplios, mejores equipaciones, áreas de infraestructura o diferentes carreras, además la institución no dedica los esfuerzos suficientes a mejorar las relaciones y la comunicación con la comunidad educativa por el recurso humano y de tiempo limitado.

La comunicación de la institución y el manejo de la identidad corporativa son actividades que son ejecutadas por el área de secretaría en la que laboran 2 personas, una de ellas también realiza actividades de docencia por lo que recae sobre él más actividades a ejecutar, además, no se han establecido los lineamientos adecuados con el objetivo de cuidar la integridad identificativa. La mayor parte de la comunicación es efectuada por medio de volates que son entregados a los estudiantes y deben ser comunicados a sus representantes con el riesgo de ser olvidadas, adicional se hacen publicaciones esporádicas en redes sociales para intentar reforzar la información.

7. Conclusiones

- El Colegio Técnico Particular “Olmedo” fue creado orientado a la preservación de la cultura, siendo una característica apreciada y única entre las instituciones educativas del cantón Daule.
- Con la aparición de nuevas instituciones en el cantón Daule la competitividad educativa está en aumento, lo que supone la reducción de alumnos del Colegio Técnico Particular “Olmedo”
- Los medios de comunicación digitales son importantes para todos los actores de la comunidad educativa, en especial para los estudiantes, a pesar de ello las instituciones del cantón Daule no aprovechan este medio.
- La institución educativa tiene presencia en los medios digitales, sin embargo, la ausencia de una persona capacitada ocasiona que la comunicación no sea la más adecuada, ocasionando que la información se transmita de forma poco efectiva.
- El Colegio Técnico Particular “Olmedo” no tiene definidos sus elementos identificativos, muchos de ellos son usados de manera espontánea provocando una imagen poco satisfactoria de la institución.
- La aplicación de las estrategias de comunicación, imagen y relaciones públicas enfocadas al sector educativo permitirán a la institución mejorar su imagen corporativa.
- La institución educativa cuenta con docentes profesionales y respetados en el sector, fortaleza que debe ser aprovechada para ser más atractivo en el mercado dauleño.
- Las redes sociales Facebook e Instagram son herramientas de comunicación potentes e importantes para el mercado educativo del Colegio Técnico Particular “Olmedo” por lo que deben dedicarse mayor esfuerzo a ello.
- La principal limitante de la institución son los recursos económicos con los que cuenta.

Bibliografía

Arias Odon, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (6ta Edición ed.). Caracas, República Bolivariana de Venezuela: Episteme, C.A.

En Contexto. (23 de Enero de 2010). Obtenido de <http://encontexto.com/temas/investigacion/metodologia-de-la-investigacion-2-328.html>

Educación de calidad. (25 de Agosto de 2015). Recuperado el 2016 de Mayo de 20, de <http://educaciondecalidad.ec/ley-educacion-intercultural-menu/ley-educacion-intercultural-texto-ley.html>

Ministerio de educación. (s.f.). *Ministerio de Educación*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Ejes_Traversales_EGB.pdf

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y censos*. Recuperado el 5 de Enero de 2016, de www.ecuadorencifras.gob.ec/