PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE "ECONOMISTA CON MENCION EN GESTION EMPRESARIAL ESPECIALIZACION: MARKETING Y FINANZAS"

"Estrategias para incrementar la participación del CENTRO TECNOLOGICO NAVAL en el mercado de la educación técnica"

Guillermo Alvarez Cadena[1], Rosemarie Rosero Cremieux[2], Kathiuska Ruales[3], Ing. Luis Aguirre[4]

[1,2] Economía con mención en Gestión Empresarial especialización Marketing 2.003.
[3] Economía con mención en Gestión Empresarial especialización Finanzas 2.003.
[4] Director de Tesis: Ingeniero Electrónico 1988
Maestría en Administración de Empresas (ESPOL).
Maestría en Gerencia de Mercadeo (INCADE).
PADE en el IDE
Profesor de la ESPOL desde 1.998.

RESUMEN

El proyecto propone la búsqueda de estrategias para incrementar la participación del Centro Tecnológico Naval en el mercado de la educación Técnica. La Armada del Ecuador con su afán de servir a la comunidad y su gran potencial académico abre las puertas del CETNAV, una escuela de tecnologías que cuenta con laboratorios de punta en las áreas de Electricidad, Electrónica, Mecánica, Informática y Sistemas de Control Industriales. Sin embargo, la ausencia de estrategias, sondeos, estudios financieros y de mercado hacen que los resultados no se conozcan en su verdadera dimensión, así como no se disponga de proyecciones y

de estimaciones de mercados que lleven a una toma de decisiones para optimizar el programa.

Bajo esta óptica el estudio que nos proponemos realizar usando las técnicas y herramientas que conocemos contribuirá a aterrizar los objetivos que la Armada persigue a través de este Centro Tecnológico.

INTRODUCCIÓN.

El futuro educativo del personal naval y civil se ve promisorio y requiere de la colaboración, entusiasmo e interés individual para acceder a los diversos programas educativos vigentes, diplomados, maestrías, ingenierías, bajo convenios con las mejores universidades del país, implementados en los centros de estudios de la institución como el Centro Tecnológico Naval que está recibiendo toda la atención conducente a potenciarlo como un centro de estudios de vanguardia, esfuerzos que tienen como meta proporcionar al personal naval y civil el nivel de excelencia requerido para ejecutar con eficiencia las tareas de seguridad y desarrollo encomendadas y su participación en procesos de investigación tecnológica.

La Armada considera a la educación como el proceso de interacción entre los hombres y en cuyo resultado, estrictamente individual, consiguen destacarse los conductores que lideran el trabajo creativo que lleva a las instituciones a la consecución de sus metas, alcanzando un bien ganado prestigio, a ser respetadas en el entorno social en el que desarrollan sus actividades. Y hace suyo el principio de la educación a lo largo de la vida que se refleja en la concepción teórica y práctica de formación, especialización y perfeccionamiento del personal naval, partiendo de una determinación precisa de sus necesidades profesionales y de una orientación hacia la auto-preparación constante, en la búsqueda de la excelencia, consecuentes con lo cual estan impulsando sus propias investigaciones y ensayos sobre educación a distancia, vídeo conferencia, aula virtual.

Esta institución concuerda con la apreciación de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI, acerca del importante papel del docente en las perspectivas educativas que sostienen la visión del futuro institucional y reconoce que es un imperativo categórico su capacitación, control, evaluación justa y reconocimiento moral y económico, ya que ello permitirá potenciar los recursos humanos existentes y extraer del personal docente lo mejor de sus capacidades intelectuales para ponerlas con entusiasmo y fervor al servicio de la institución.

CONTENIDO

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Este análisis buscará determinar un vínculo entre el consumidor, cliente, público y mercadólogo por medio de información, la misma que será utilizada para identificar y definir oportunidades de mercado para con esto afinar y evaluar actos de mercadotecnia con el fin de conocer la situación actual del Centro Tecnológico Naval frente al entorno en el cual se desarrolla el servicio que brinda este. Además el estudio nos permitirá determinar cuales son los puntos en los cuales nuestro servicio presenta falencias frente a la competencia y a las necesidades del mercado, con el objetivo principal de convertirse en una herramienta de decisión al momento de determinar el plan estratégico de mercado.

La investigación de mercado se divide en dos partes: Investigación exploratoria, Investigación concluyente.

Investigación Exploratoria.

Se utilizó técnicas cualitativas como grupo focal y encuestas, para obtener datos actuales sobre el comportamiento, percepciones, actitudes y motivación del cliente.

Con los resultados del grupo focal se llego a establecer en orden de importancia los principales atributos que los consumidores prefieren al momento de elegir un Centro de Estudios de Formación Superior, detallada a continuación:

TABLA 1.1: LISTA DE ATRIBUTOS

ATRIBUTOS		DETALLE
1	CALIDAD ACADEMICA	Malla Curricular, Talleres (Laboratorios con Tecnología de punta)
2	PRESTIGIO	Potencial académico adquirido de Instituciones Educativas abiertas para servir a la comunidad
3	COSTOS	$ 65 dólares (Todo incluido)
4	TITULO A OBTENER	Con el respaldo de la Armada del Ecuador.
5	INSTALACIONES	Modernas y debidamente equipadas.
6	UBICACION	De fácil acceso.

Elaborado por autores

Investigación Concluyente.

Esta investigación sirve para conocer específicamente por medio de encuestas directas las característica requeridas en este servicio.

Se realizaron 354 encuestas en Colegios a estudiantes de sextos cursos y 226 en Tecnológicos de la ciudad de Guayaquil. En los Colegios el 55% fueron mujeres y 45% varones y en los Tecnológicos el 65% fueron contestadas por hombres y el 35% por mujeres.

GRAFICO 1.1: PORCENTAJE DE LA ENCUESTA POR SEXO (COLEGIOS).

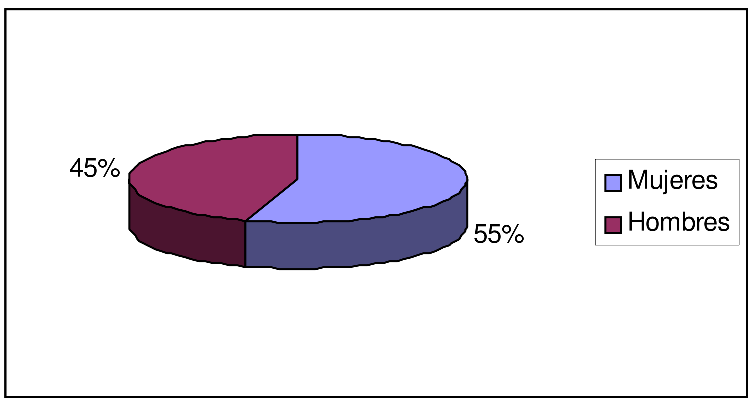
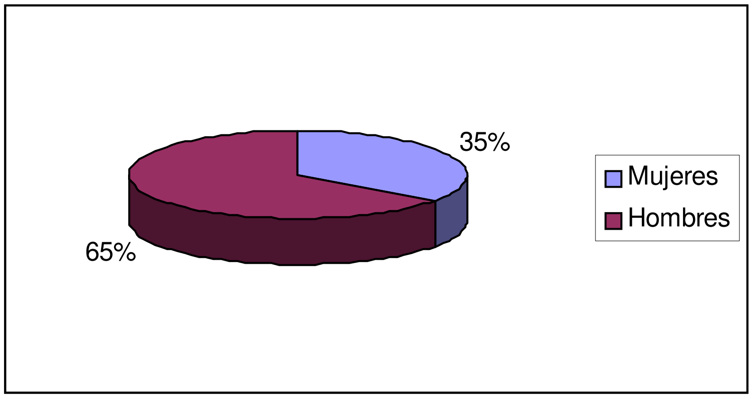


GRAFICO 1.2: PORCENTAJE DE LA ENCUESTA POR SEXO (TECNOLOGICOS).



El principal atributo que los consumidores requieren de este servicio es la calidad académica y el prestigio de manera que ellos puedan obtener los conocimientos y prácticas necesarias para desarrollar con éxito las actividades que luego ejecutaran de acuerdo a las carreras elegidas. Los resultados de las investigaciones nos dieron a conocer que el Costo cobrado por materia es aceptado debido a la instrucción que adquieren y las prácticas que realizan. El titulo a obtener tiene el respaldo de la Armada Institución que busca principalmente servir a la comunidad. Además el CETNAV cuenta con las más adecuadas y modernas instalaciones y con laboratorios de punta. Finalmente otro de los atributos a considerar es la ubicación que es en la Avenida Pedro Menéndez Gilbert (Base Naval Norte) detrás de las Instalaciones del muy prestigioso Liceo Naval de Guayaquil.

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Mediante los estudios realizados se pudo definir el perfil del consumidor del Centro Tecnológico Naval.

PREGUNTA	COMPORTAMIENTO DE ADQUISICION	COMPORTAMIENTO DE UTILIZACION	COMPORTAMIENTO DE POSESION
QUE	Instrucción Superior (Tecnologías)	Para adquirir conocimientos de la carrera a elegir en nivel superior.	Título de Tecnólogo
CUANTO	3 años	3 años	3 años
COMO	Efectivo, Crédito	Asistencia a clases del 75%	Conocimientos y prácticas
DONDE	CETNAV	Tareas y actividades laborales.	Tareas y actividades laborales.
CUANDO	Al tener deseo de superación personal y adquisición de conocimientos.	En el desarrollo de sus actividades laborales.	En el desarrollo de sus actividades laborales.
QUIEN	Hombres y mujeres con bachillerato.	Tecnólogos en actividades laborales.	Tecnólogos en actividades laborales.

Elaborado por los autores

PLAN DE MARKETING

Producto o Servicio

El Centro Tecnológico Naval ofrece educación Superior, Carreras Técnicas de 3 años de duración como: Tecnología en Electricidad, Tecnología en Electrónica, Tecnología en Mecánica, Tecnología en Análisis de Sistemas, Tecnología en Administración, Tecnología en Ciencias Navales en horario nocturno para bachilleres en general. Adicional este tecnológico brinda capacitación a diversas instituciones, a través de cursos que se adapten a las diferentes necesidades requeridas; un ejemplo de esto son:

- Cursos de Inglés,
- Cursos de Torno y Soldadura, Electricidad Básica y Mecánica Automotriz para el personal de la Base Naval Norte con un tiempo de Duración de 240 horas cada uno.
- Cursos de Computación

Precio

En el desarrollo de este estudio hemos considerado necesario analizar el precio que tiene para los estudiantes realizar una carrera tecnológica
Destacando que el costo promedio por materia en los diferentes tecnológicos de Guayaquil es de $55 dólares y el precio que el Tecnológico de la Armada a decidido cobrar es de $65 dólares, si bien es cierto este valor es mayor al promedio del mercado. Pero el CETNAV no tiene pensión diferenciada y cuenta con las más adecuadas instalaciones lo que les permite gozar de una ventaja competitiva. Cabe recalcar que al referirnos a la educación como servicio estamos incurriendo en una inversión.

Distribución

En el Centro Tecnológico Naval ubicado en la Avenida Pedro Menéndez Gilbert (Base Naval Norte) detrás del Liceo Naval mediante las diferentes materias dictadas según la carrera elegida por el estudiante y prácticas realizadas en los diferentes laboratorios con los que cuenta.

Comunicación

En la actualidad el CETNAV realiza comunicación a través de Prensa Escrita esto es 15 días antes del inicio de su período de labores en el cual se comunica las carreras puestas a disposición de los futuros aspirantes, adicional un representante del Tecnológico por medio de diferentes cadenas de radio-difusión da a conocer los beneficios de realizar sus estudios en este centro. En la semana de las Fiestas Julianas el Centro Tecnológico Naval realiza una exposición en la cual se da a conocer los atributos que se ofrecen a los postulantes. Dicha exposición se la ha venido realizando en las Instalaciones del Malecón 2000. Adicional se realizan charlas a los alumnos de los sextos cursos de los diferentes colegios del país, en las cuales se da a conocer la Institución y las carreras que esta ofrece.

ANÁLISIS FINANCIERO

Para el análisis financiero del proyecto se bebe tomar en cuenta los siguiente criterios: Si el VAN > 0 indica cuanto se gana con el proyecto, después de la recuperación del monto, si el VAN = 0 indica que el proyecto renta justo lo que se exige una vez recuperado la inversión, si VAN < 0 muestra la cantidad que falta para que el proyecto rente lo exigido de la tasa i.

Los resultados del análisis fueron:

VAN = 20.870,24

TIR = 39.88%

CONCLUSIÓN

- De acuerdo al análisis de mercado tenemos un mercado potencial del 45% de los cuales tan solo el 28% tiene un conocimiento del Centro Tecnológico Naval por lo cual creemos necesario considerar la realización de una

Campaña Publicitaria que este enfocada básicamente en Prensa escrita ya que los resultados de la encuesta demuestra que este medio es uno de los mas efectivos en el momento de dar a conocer la Institución. Además el participar en Ferias Estudiantiles y visitas a los diferentes Planteles Educativos de la Ciudad constituyen otras de las herramientas importantes al momento de captar mercado.

- Esta Institución Educativa cuenta con las instalaciones adecuadas y capacidad para poner a disposición de los estudiantes nuevas alternativas en sus horarios. Esto podría generar un valor agregado en el servicio brindado ya que actualmente el horario diurno esta abierto para personal de la Armada.
- Mantener y reforzar sus planes de estudios, nivel académico de los profesores, instalaciones y dar mayores facilidades como: bibliotecas, internet y la creación de un departamento que se encargue de las prácticas y ubicación laboral lo que permita dar a conocer y fortalecer la imagen de la Institución.
- Se debería considerar nuevas políticas remunerativas y de contratación de acuerdo al grado académico y experiencia de los catedráticos para así poder mantener el nivel académico.
- Mejorar los procedimientos y automatizarlos (Sistematizar el control).

REFERENCIAS.

a) Bibliografía:

- HORNGREEN, Charles; HARRISON, Walter. **Contabilidad**. Editorial Prentice Hall

- HORNGREEN, Charles; FOSTER, George; DATAR, Srikant. **Contabilidad de costos.- Un enfoque gerencial**. Octava edición. Editorial Prentice Hall

- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Mercadotecnia**. Sexta edición. Editorial Prentice Hall

- LUTHER, William. **El plan de mercadeo**. Editorial Norma

- SAPAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo. **Preparación y evaluación de Proyectos**. Tercera edición. Editorial MC. Graw Hill

- STANTON, William; ETZEL, Michael; WALKER, Bruce. **Fundamentos de marketing**. Décima edición. Editorial MC. Graw Hill

- VAN HORNE, James; WACHOWICZ, John. **Fundamentos de administración financiera**. Octava edición. Editorial Prentice Hall

Ing. Luis Miranda
Director de Tesis