

Informe de Resultados y Discusión

Ana Bárbara Grijalva, Norma Alicia Barajas Torres, Maria Soledad Barajas Botello
Instituto Tecnológico Superior Zacatecas Occidente

En base a la investigación buscamos comprobar si la hipótesis planteada es correcta o no. De igual forma corroborar que los objetivos proyectados hayan sido alcanzados.

Como puede apreciarse en las figuras 1, 2 y 3 tanto directores, maestros y padres de familia muestran en su mayoría estar totalmente de acuerdo con estar familiarizados con la imagen institucional. Sin embargo, en la pregunta 2 se muestra un claro contraste de opiniones, pues tanto maestros como directores muestran estar totalmente de acuerdo con que las escuelas cuentan con maestros certificados, mientras que los padres de familia solo apoyan esa respuesta en un 33%. En la pregunta 3 los resultados se ven en gran medida contrastados, pues los directores dicen contar con buenos programas de estudio en un 100%, los maestros no tanto con un 67% y los padres de familia con un 44%, estas respuestas se debe al compromiso que tienen los directivos ante las diversas instituciones, mientras que los maestros solo se enfocan en su trabajo y los padres de familia no se encuentran comprometidos. Como se muestran en las figuras antes mencionadas, los directivos, maestros y padres de familia concuerdan que las instituciones cuentan con la tecnología adecuada para la educación. La mayoría de las personas entrevistadas responden estar totalmente de acuerdo en recomendar la institución con sus conocidos, esto se debe a, que les gusta el nivel de educación y la forma de enseñanza. Las diferentes escuelas promueven la participación en clubs deportivos, danza, arte, música, etc. El ambiente de respeto se ve reflejado en la instituciones entre el personal educativo y alumnos ya que es un elemento esencial para la calidad del servicio.

Buena Imagen

1

Está familiarizado con la imagen institucional de la escuela.

2

Cuenta con maestros certificados.

3

Cuenta con programas de estudios buenos y actualizados.

4

Cuenta con tecnología avanzada que sirve como apoyo para el aprendizaje del alumnado.

5

Recomendaría ésta institución con sus conocidos.

6

Ésta institución promueve la participación estudiantil en diferentes clubs (deportivos, de arte, música o danza).

7

La institución muestra un ambiente de respeto entre alumnos y maestros.

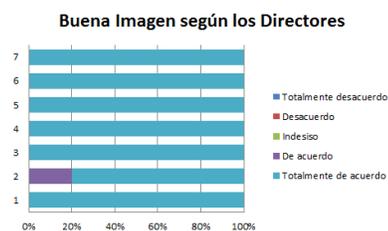


Figura 1. Porcentajes de maestros que dicen conocer la buena imagen de las instituciones de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombrerete.

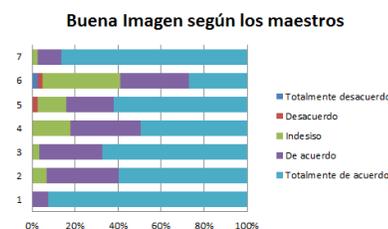


Figura 2. Porcentajes de maestros que dicen conocer la buena imagen de las instituciones de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombrerete.

Éste hallazgo muestra que la mayoría de las escuelas en Sombrerete realmente cuentan con los elementos necesarios para dar una buena imagen institucional, misma que actualmente no es aprovechada para darles publicidad, y que podría emplearse en folletos o sitios web por mencionar algunos.

Actualmente los maestros, directores y padres de familia dicen estar en su mayoría totalmente en desacuerdo en que

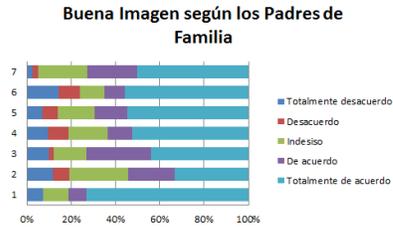


Figura 3. Porcentajes de padres de familia que dicen conocer la buena imagen de las instituciones de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombrerete.

las escuelas le brinden confianza en sus servicios al receptor a partir de folletos, dar a conocer los beneficios que se obtienen al estudiar en esa escuela y tampoco cuentan con una marca distintiva, como se ve reflejado en figuras 4,5 y 6.

Confianza del receptor del servicio

8

Destaca sus servicios e instalaciones, en folletos atractivos por su contenido y presentación, enriquecidos con dibujos, fotografías, diagramas y modelos.

9

Resalta los beneficios que se pueden obtener gracias a sus servicios.

10

Cuenta con una marca distintiva que acompañada del nombre de la institución, ayudan a posicionar favorablemente a la institución educativa, mediante lemas.

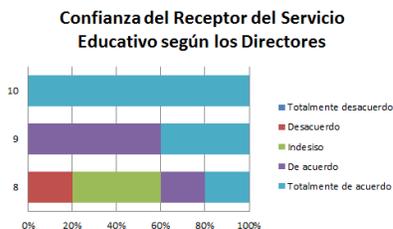


Figura 4. Porcentajes de directores que dicen conocer la existencia de que brinden confianza en sus servicios el receptor de las instituciones de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombrerete.

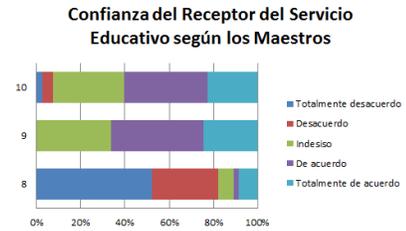


Figura 5. Porcentajes de maestros que dicen conocer la existencia de que brinden confianza en sus servicios al receptor de las instituciones de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombrerete.

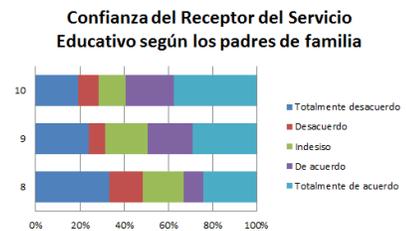


Figura 6. Porcentajes de padres de familia que dicen conocer la existencia de que brinden confianza en sus servicios al receptor de las instituciones de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombrerete.

Éste hallazgo muestra que la mayoría de las escuelas en Sombrerete no consideran que es importante el tener una marca distintiva, hacer uso de folletos o resaltar sus beneficios, ya que hasta el momento, los padres de familia no han identificado ninguna forma de publicidad de la escuela en la que estudian sus hijos, principalmente porque no es permitido por la SEDUZAC hacer uso de la imagen de los alumnos, lo que dificulta la posibilidad de emplear folletos, aunque si podría generar una marca distintiva sin hacer forzosamente uso de la imagen de los menores.

Como se muestran en las figuras 7,8 y 9 los padres de familia, directores y maestros dicen estar en su mayoría totalmente de acuerdo con que las escuelas brindan servicios de calidad, de igual manera otorgan a los padres el espacio requerido para tratar asuntos relacionados con sus hijos, el que el personal directivo cuenta también demasiado, al igual que las clases teórico-prácticas, con ayuda de proyección de vídeos, conferencias que facilitan la formación estudiantil, asimismo capacitan y motivan al docente a su superación.

Escala de los servicios de calidad

11

La institución integra teoría y práctica.

12

La escuela les otorga a los padres de familia disponibilidad y acceso para situaciones que involucren a sus hijos.

13

El personal directivo de la escuela es amable, educado y servicial.

14

Los alumnos reciben clase por: videoconferencias, escuela a distancia, cintas grabadas, proyección de videos, entre otros.

15

Cuentan la realización de conferencias que ayuden a la formación estudiantil.

16

Cuentan con programas de capacitación y superación docente.

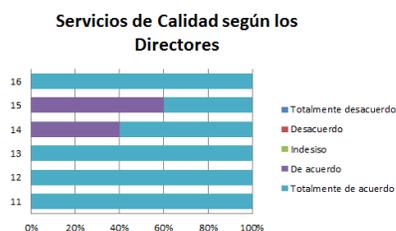


Figura 7. Porcentajes de directores que dicen conocer la escala de servicios de calidad de las instituciones de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombrerete.

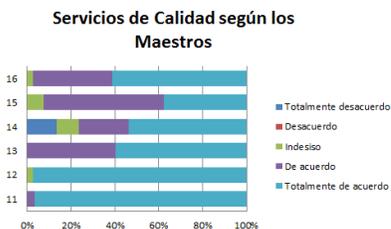


Figura 8. Porcentajes de maestros que dicen conocer la escala de servicios de calidad de las instituciones de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombrerete.

Servicios de Calidad según los Padres de Familia

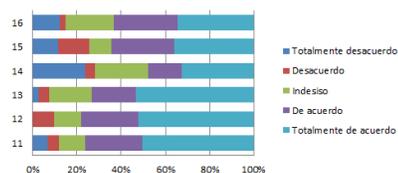


Figura 9. Porcentaje de padres de familia que dicen conocer la escala de servicios de calidad de las instituciones de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombrerete.

Éste hallazgo muestra que la mayoría de las escuelas cumplen con los criterios de calidad como lo son la preparación constante de los maestros, clases teórico-prácticas, clases por video conferencias y conferencias, determinantes para la elección de la escuela por parte de los padres de familia, ya que consideran que el que sus hijos reciban una educación integral les permitirá ampliar sus conocimientos y prepararlos mejor para las próximas etapas de su educación. Ahora y con apoyo de las TIC's, las escuelas pueden destacar más fácilmente sus servicios de calidad, para atraer más alumnos. Destacar dichos criterios en medios publicitarios podría ser una buena estrategia para que las escuelas logren incrementar su matrícula estudiantil. Además, el que la escuela otorgue acceso a los padres de familia para asuntos que involucren a sus hijos y que el personal directivo es amable, proporciona también buena imagen y prestigio para las escuelas.

Como se puede observar en las figuras 10, 11 y 12, en el caso de los aspectos metodológicos existe un gran contraste entre lo que opinan los directores y maestros, con lo que opinan los padres de familia, pues éstos últimos dicen solamente conocer que se empleen páginas web con un 35%. En el caso de la pregunta 18 es posible identificar que aunque diferentes opiniones, todas coinciden en lo mismo, las escuelas no emplean stands de exposiciones. Además, si éstas instituciones no emplean folletos, menos emplearían tarjetas de visita, lo cual se ve corroborado por las personas entrevistadas. En el caso de la observación de la competencia, todas las opiniones concuerdan en que realmente si se considera demasiado como se desempeña la competencia, pues lo ven como una oportunidad de mejora.

En cuestión de quién elige la escuela en la que estudiaran los alumnos, los maestros, directores y padres de familia consideran que la eligen los padres por lo que es importante dirigir las propuestas de publicidad principalmente a los padres o tutores.

Aspectos mercadológicos

17

Cuenta con un sitio web.

18

Cuenta con stands de exposiciones.

19

Cuenta con papelería y tarjetas de visita.

20

El estudiante es el que elige la escuela en la que estudiará.

21

Los padres de familia son los que eligen la escuela de sus hijos.

22

Las escuelas observan cómo se desempeña la competencia para poder mejorar los aspectos que lo requieren.

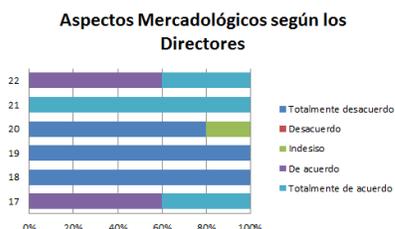


Figura 10. Porcentajes de directores que tienen conocimiento de los aspectos mercadológicos que emplean las escuelas de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombretete.

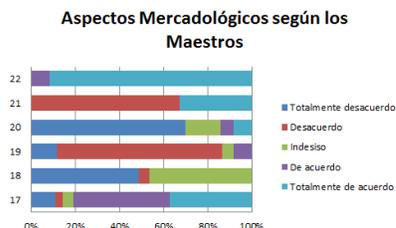


Figura 11. Porcentajes de maestros que tienen conocimiento de los aspectos mercadológicos que emplean las escuelas de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombretete.

Éste hallazgo muestra que la mayoría de las escuelas no emplean ni stands de exposiciones ni tarjetas de visita, pues no conocen como se manejan esas herramientas, ni tienen interés en aprender. Además, emplean páginas web, las cuales no son manejadas con frecuencia, por lo que los datos no son actualizados, ni útiles para los usuarios de esa información. Es importante dominar esas herramientas para lograr una buena posición en el mercado educativo empleando buenas campañas publicitarias dirigidas tanto a los alumnos como a los padres de familia, pues según los datos recolectados, son ambos los

Aspectos Mercadológicos según los Padres de Familia

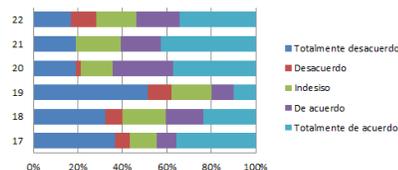


Figura 12. Porcentajes de padres de familia que tienen conocimiento de los aspectos mercadológicos que emplean las escuelas de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombretete.

que deciden en qué escuela estudiarán los niños, mediante la implementación de medios digitales.

Como se puede observar en las figuras 13 y 14, existe un contraste de opiniones entre lo que piensan los directores y entre lo que piensan los maestros, sin embargo a continuación se enumeran las causas por las cuales no se emplean estrategias de mercadotecnia como lo son:

1. Falta de competitividad entre las escuelas.
2. desconocimiento del tema.
3. falta de presupuesto.
4. Falta de apoyo del gobierno.

Causas por las cuales no emplean las escuelas estrategias de mercadotecnia

28

La institución cuenta con el presupuesto suficiente para emplear estrategias de mercadotecnia

29

Falta de apoyo del gobierno.

30

Desconocimiento acerca del tema.

31

Falta de competitividad entre las escuelas.

Éste hallazgo muestra que la mayoría de las escuelas no emplean estrategias de mercadotecnia principalmente por la falta de competitividad, desconocimiento del tema, falta de presupuesto y la falta de apoyo del gobierno, todo derivado de la falta de capacidad de los estudiantes en las diferentes escuelas, es por ello que no consideran importante competir y por ende el desconocimiento del tema. El presupuesto lo tienen las escuelas, sin embargo, consideran que es más importante emplearlo en otras cosas en mejora de la institución que en medios publicitarios. Una forma de contrarrestar estos efectos es dándoles a conocer y concienciar a las escuelas de la importancia que tiene el emplear hoy en día

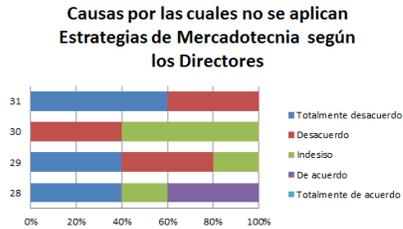


Figura 13. Porcentajes de directores que tienen conocimiento de las causas por las cuales no se aplican estrategias de mercadotecnia en las escuelas de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombretete.

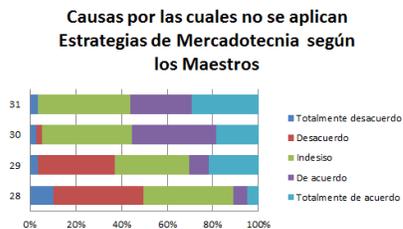


Figura 14. Porcentajes de maestros que tienen conocimiento de las causas por las cuales no se aplican estrategias de mercadotecnia en las escuelas de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombretete.

estrategias de mercadotecnia.

Como se puede observar en la figura 15 según lo dicho por los padres de familia, ellos se enfocan más en los siguientes aspectos con su respectivo orden al momento de elegir la escuela en la que estudiarán sus hijos:

- 1.- Calidad del servicio que brindan.
- 2.- Por su ubicación.
- 3.- Por su reputación e imagen (recomendaciones).
- 4.- Por sus instalaciones.
- 5.- El rango de las cuotas o colegiaturas están dentro de un rango de precios aceptable

Aspectos por los que se elige la escuela según los padres de familia

23

Por su ubicación.

24

Calidad del servicio que brindan.

25

Por sus instalaciones.

26

Por su reputación e imagen (recomendaciones).

27

El rango de las cuotas o colegiaturas están dentro de un rango de precios aceptable.

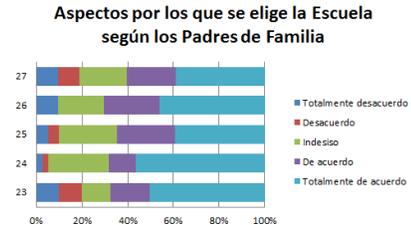


Figura 15. Porcentajes de padres de familia que tienen conocimiento de los aspectos por los que se eligen las escuelas de nivel básico en la Cabecera Municipal de Sombretete.

Éste hallazgo muestra que generalmente los padres de familia se enfocan más en que las escuelas brinden una buena calidad en sus servicios, pues consideran que de ésta manera sus hijos saldrán más preparados para enfrentar las siguientes etapas de estudio que se les avecinan. Además, consideran que la escuela se encuentre cerca de su hogar o centro de trabajo, para que se les facilite el llegar a recoger a sus hijos en la hora de la salida. Sin embargo, no consideran que sea importante elegir la escuela por su reputación e imagen, esto por una sencilla razón, no emplean los elementos de buena imagen con los que cuentan para atraer a más estudiantes.