



DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADOTECNIA PARA LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA PARTICULAR MY GOLDEN WORLD KIDS.

Realizado por:



Kerly Duarte



Marlon Morales

Tutora: Dra. Zlata Borsic

Introducción

My Golden World Kids es un centro de educación inicial hasta tercero de básica. Lleva 15 años en el mercado educativo.



Mucha competencia

Buscan algo más que educación de calidad



Estrategias para fortalecer la presencia de marca

Definición del problema

¿Cómo mejorar el posicionamiento en el mercado educativo local mediante el diseño del plan estratégico de mercadotecnia para la Escuela de Educación Básica Particular My Golden World Kids?



Justificación

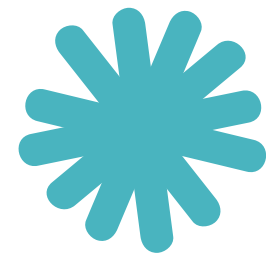


Nunca han implementado estrategias planificadas de marketing



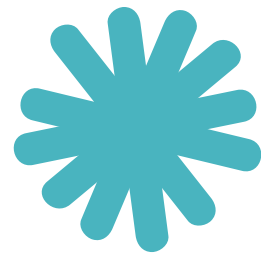
Tienen un bajo reconocimiento de marca en la zona

Objetivos



Objetivo General

Diseñar un plan estratégico de mercadotecnia para la Escuela de Educación Básica Particular My Golden World Kids, con el propósito de mejorar el posicionamiento de la institución en el mercado educativo local



Objetivos específicos

- Definir el arquetipo persona ideal.
- Identificar el posicionamiento en el mercado educativo local.
- Reconocer los principales competidores de la escuela.

Marco Teórico

Teoría del
Comportamiento del
Consumidor, enfoque
psicológico social



El comportamiento del consumidor no solo se basa en lo económico, más bien está condicionado por variables psicológicas. (Alvarado 2019)

Teoría de las 7p's de
la Mercadotecnia de
servicios



Abarca varias estrategias con enfoque en comercializar todo lo que no sea un bien tangible. (Paredes et al., 2019)

Teoría de la cadena de
valor



Que toda la organización pueda analizarse en virtud al valor que entregan (Alonso, 2008)



ANÁLISIS

Macroentorno y microentorno



Análisis interno- Cadena de valor



Análisis Externo-Macroentorno

P

olítico



- Acuerdos ministeriales
- Educación inclusiva

E

conómico



- Riesgo país
- Menos poder adquisitivo

S

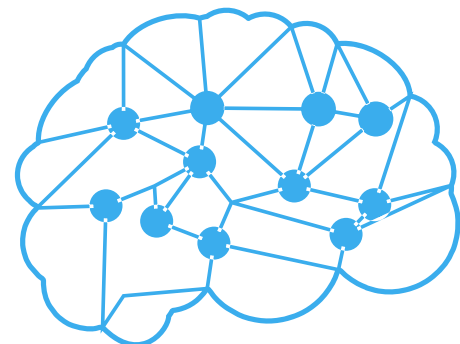
ocial



- Tasa de natalidad baja
- Incremento de inseguridad

T

ecnológico



- Plataformas de apoyo educativo
- Educación en línea

E

cológico



- Manual de buenas prácticas ecológicas

L

egal



- Planes de creación y funcionamiento.

5 Fuerzas de PORTER

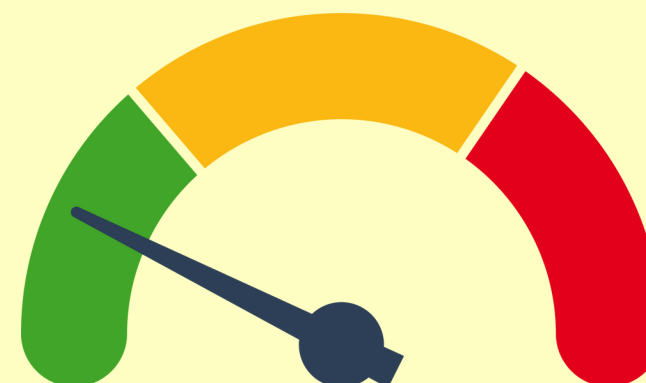
- Poder de negociación de los clientes



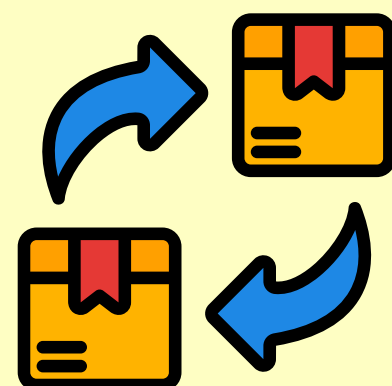
- Poder de negociación de los proveedores



- Amenaza de entrada de los nuevos competidores



- Amenaza de entrada de productos sustitutos



- Rivalidad entre competidores



EMDI

M





METODOLOGÍA

Tipo de
investigación,
Población y
muestra

Metodología

Enfoque cuantitativo para clientes potenciales

Población finita

1 120 estudiantes menores a 9 años (desde inicial hasta tercer grado) -
MINEDUC 2023



Alangasí

Fórmula:

$$n = \frac{(N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q)}{(d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q)}$$



Autor/a: Aguilar Barojas
(2005)

$$n = \frac{(1120 \cdot (1.96)^2 \cdot (0.5 \cdot 0.5))}{(0.05^2 \cdot (1120 - 1) + 1.96 \cdot (0.5 \cdot 0.5))}$$

$$n = 287$$

Metodología

Enfoque cuantitativo para clientes actuales

Población finita

81 estudiantes que conforman la escuela



Estudiantes en My Golden World Kids

Fórmula:


$$n = \frac{(N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q)}{(d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q)}$$

$$n = \frac{(81 \cdot (1.96)^2 \cdot (0.5 \cdot 0.5))}{(0.05^2 \cdot (81 - 1) + 1.96 \cdot (0.5 \cdot 0.5))}$$

$$n = 68$$



Autor/a: Aguilar Barojas
(2005)



RESULTADOS

Encuesta a clientes
potenciales y a
clientes actuales



Alfa de Cronbach

La estructura de la encuesta se obtuvo del Plan de Mercadotecnia para la Institución Educativa Privada Fleming College (Castro y Tapia, 2019).

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos	
.865	.866	4	

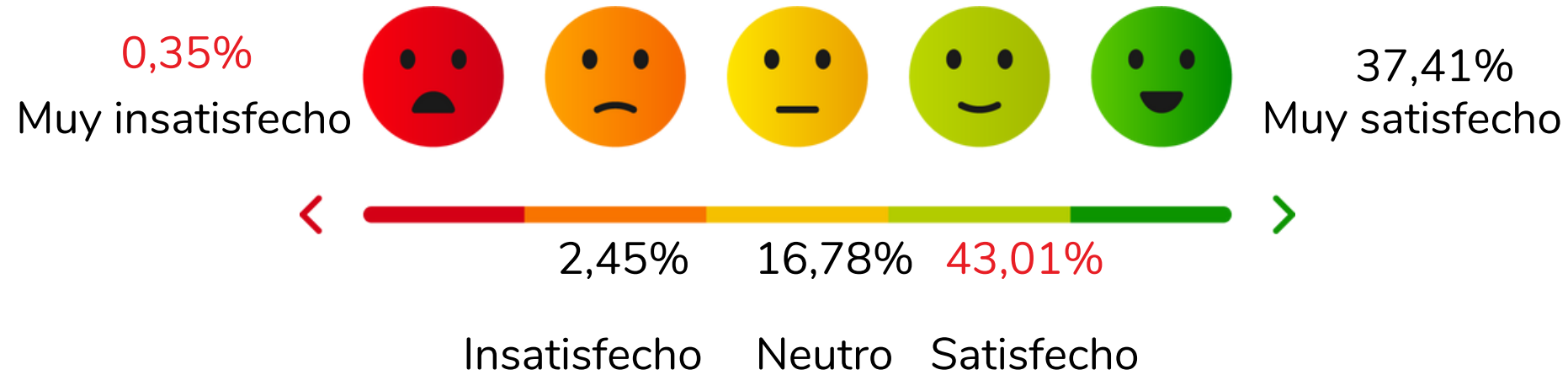
- Infraestructura
- Buena enseñanza
- Servicio educativo
- Actividades extracurriculares

Los elementos de la encuesta tienen relación entre ellos, es decir, es confiable.

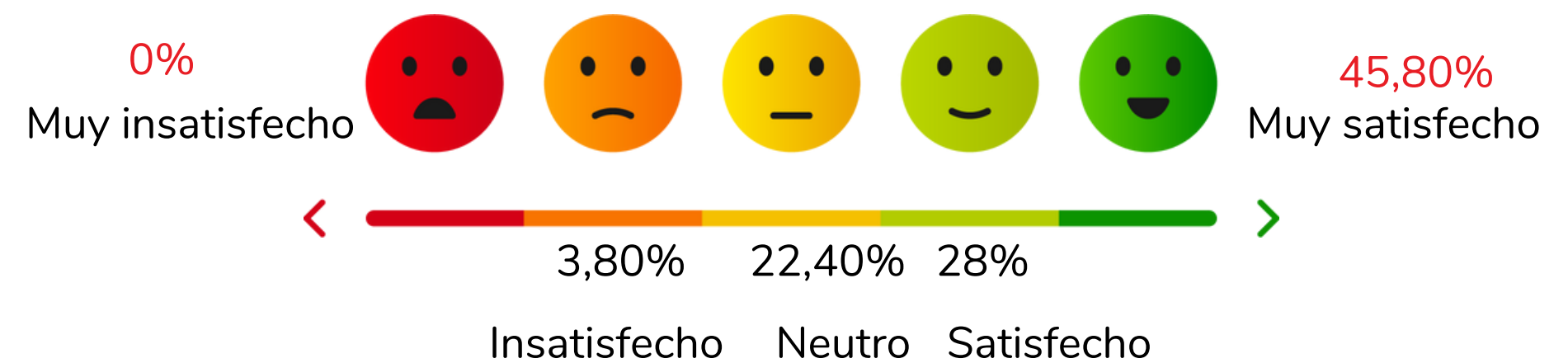
Resultados

Cientes potenciales

Satisfacción de Infraestructura



Satisfacción de buena enseñanza



Resultados

Clientes potenciales

Medio para recibir información



61,20%

Redes Sociales



Inversión en educación

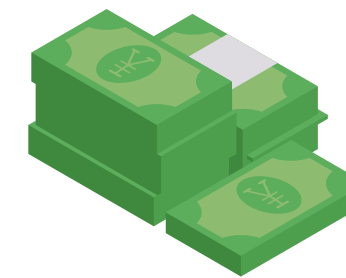


\$76



Mínimo

\$261



Promedio

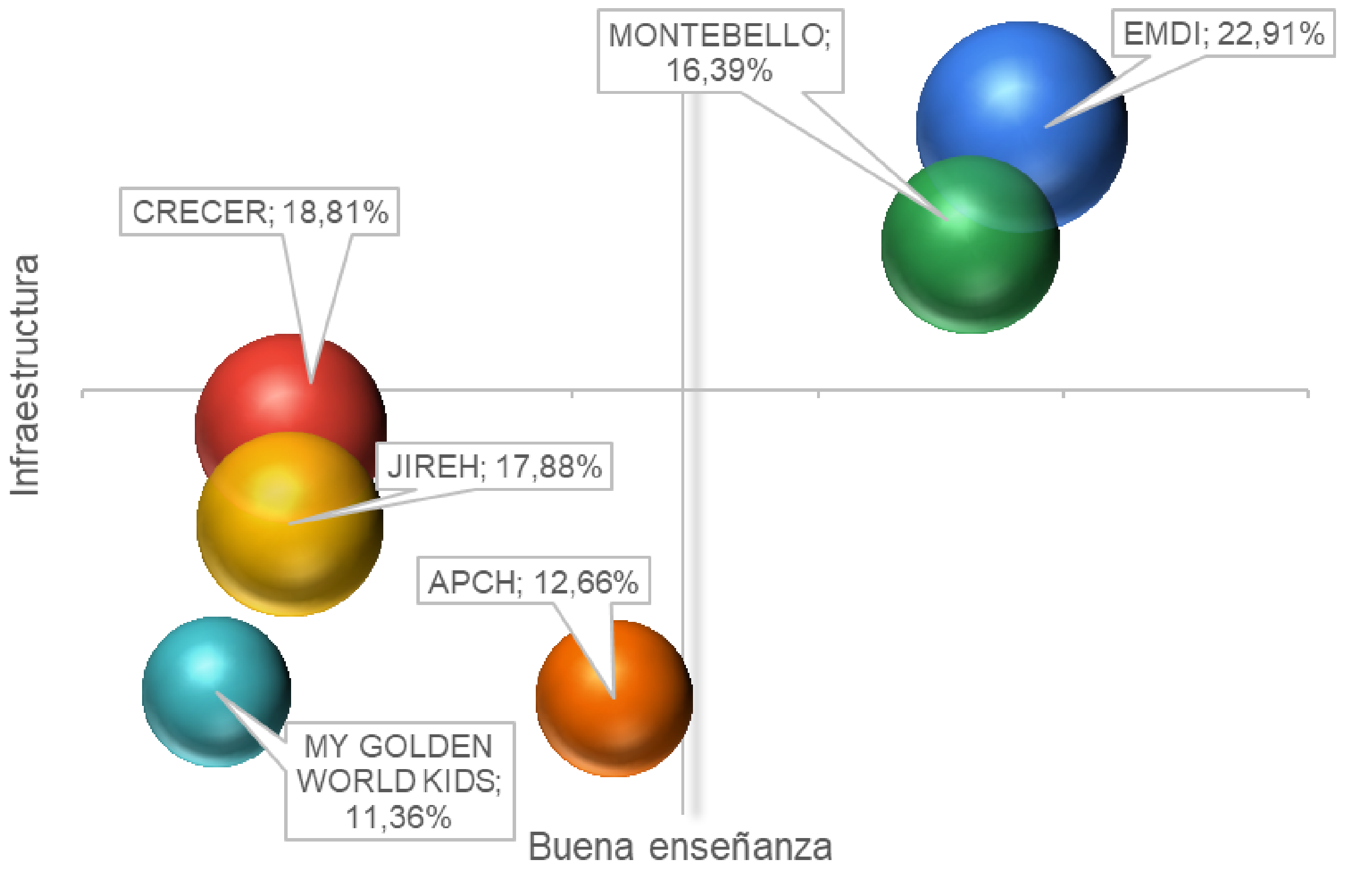
\$600



Máximo

Mapa de posicionamiento

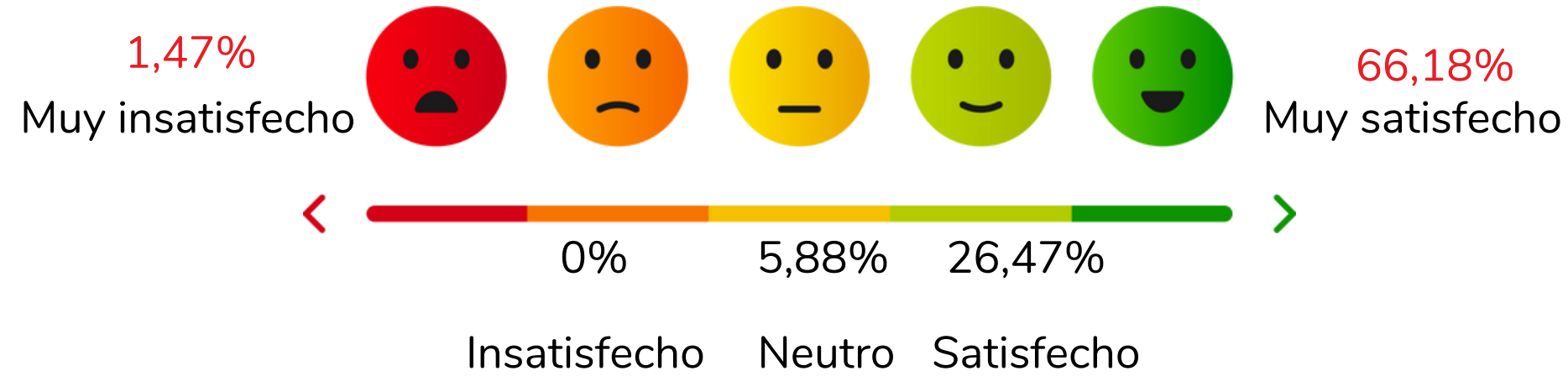
Ubicación estratégica de la Escuela de Educación Básica Particular My Golden World Kids al 2023



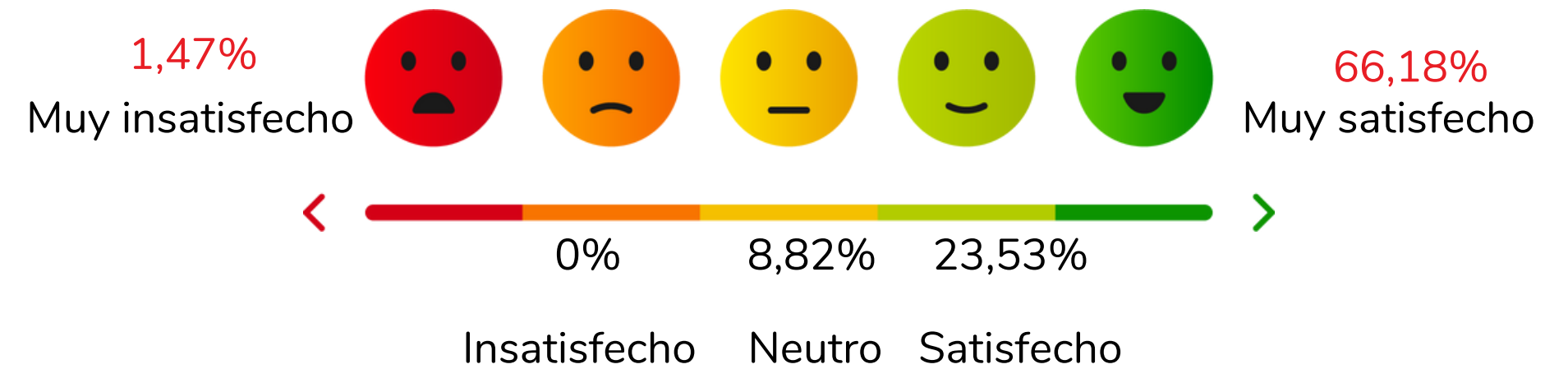
Resultados

Clientes actuales

Satisfacción de Infraestructura



Satisfacción de buena enseñanza



Resultados

Cientes actuales

Medio en donde se obtuvo información de la escuela



57,35% Recomendación
27,94% Redes Sociales



1,47% Detractores
14,71% Pasivos
83,82% Promotores
82,35% NPS

NPS



ESTRATEGIAS

Mix de marketing
de servicios



Estrategias de Servicio

ENCUESTA SOBRE EL SERVICIO



Encuesta sobre la satisfacción al finalizar el periodo escolar.



Presupuesto

Trabajo del personal de marketing

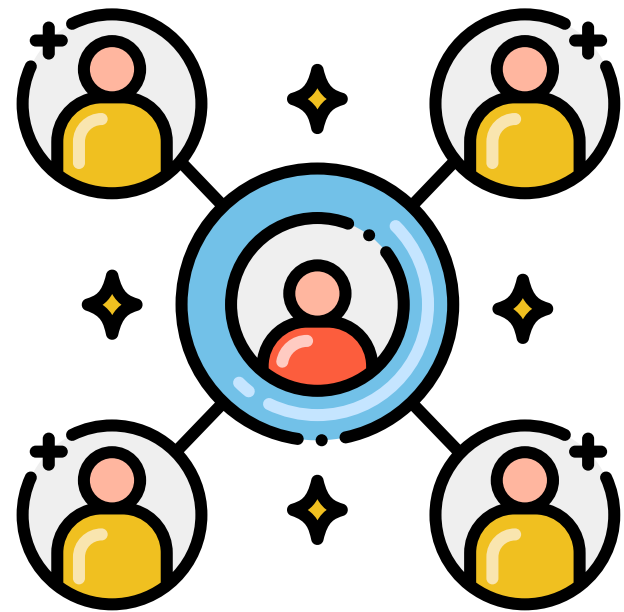
\$30

Implementadas de forma virtual



Estrategias de Precio

PROGRAMA DE REFERIDOS



Creación de un programa de referidos para los padres de familia actuales

Presupuesto

Inversión

\$199,5

SE PARTE DE NUESTRO PROGRAMA DE **REFERIDOS**

RECOMIENDA NUESTRO SERVICIO A TUS AMIGOS Y RECIBE UN DESCUENTO EN LA MATRICULA DEL **6%**

098 744 6497
02 286 3728

Av. Ilaló OE8-137, a un km pasando el Balneario el Tingo

www.mygoldenworldkids.com

Estrategias de Promoción

Playground



Realizar un
playground

Parque Alangasí
12:00 PM

Presupuesto

Decoración,
camisetas,
gorras, etc.

\$227,50

A colorful promotional flyer for a playground event. At the top left is the logo 'My Golden World Kids' with a crown and paint palette. The main image shows a group of diverse children running happily in a park. Below this, there are three circular inset photos: one of a child painting, one of a child playing with colorful rings, and one of a child playing with a ball. A large teal banner across the middle says 'PLAYGROUND'. To the right, a yellow banner says '¡VEN Y DISFRUTA! ESTE 15 Y 16 DE JUNIO'. Below the banner, a teal box lists 'ACTIVIDADES' (Activities) including 'Juegos lúdicos' (Games), 'Playground', 'Concursos' (Contests), and 'Premios' (Prizes). A yellow banner below that says 'HASTA LOS 10 AÑOS' (Up to 10 years old). At the bottom, there is contact information: 'INFORMACIÓN DE MY GOLDEN' with phone numbers '098 744 6497' and '02 286 3728', and the address 'Av. Ilaló OE8-137, a un km pasando el Balneario el Tingo'. Social media icons for Facebook, Instagram, and YouTube are shown, along with the website 'www.mygoldenworldkids.com'.

Estrategias de Promoción

Playground



\$100



\$20

5 u



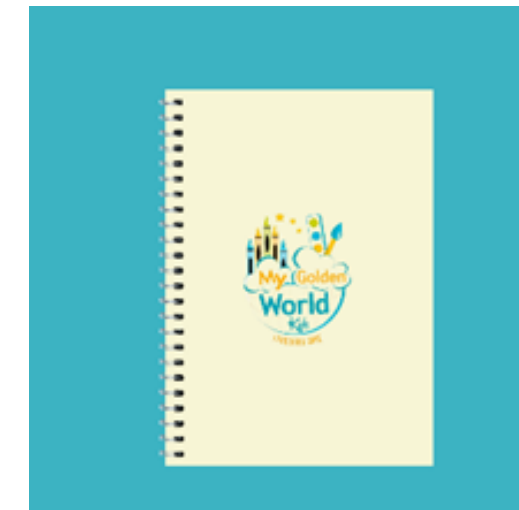
\$25

5 u



\$50

10 u



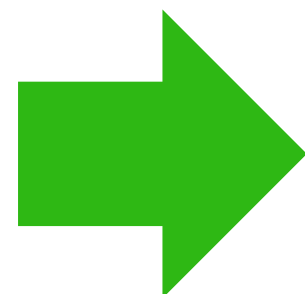
\$12,50

100 u



\$20

Proveedor



**TRADE
HUNTER**
Trade Marketing & Brand Experience

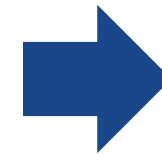
Estrategias de Promoción

Campanña de paga

Implementar una campanña de paga para llegar a m1s audiencia



Se va a pautar en metabusiness



Del 4 de junio al 4 de agosto del
2024

Temporada de vacaciones

Presupuesto

Pauta x 2
meses

\$100



Estrategias de Promoción

✓ Presupuesto de la campaña Advantage ✦

Activado

Con el presupuesto de la campaña Advantage, tu presupuesto se distribuirá entre los conjuntos de anuncios que se están entregando para conseguir más resultados en función de la estrategia de puja y el rendimiento que selecciones. Puedes controlar el gasto de cada conjunto de anuncios. [Más información](#)

Presupuesto de la campaña

Presupuesto total ▼

\$100,00

USD

No gastarás más de \$100,00 mientras tu campaña esté en circulación. Gastarás más los días en los que haya más oportunidades y menos los días en los que no haya tantas. [Más información](#)

Estrategias de Promoción

✓ Presupuesto y calendario

Calendario ⓘ

Fecha de inicio

4/6/2024

🕒 20:28

Hora de Guayaquil

Finalización

4/8/2024

🕒 20:28

Hora de Guayaquil

[Mostrar más opciones ▾](#)

Definición del público

Tu público está definido.



Tamaño de público estimado: 619.800 - 729.200 ⓘ

📈 Las estimaciones pueden variar considerablemente con el tiempo de acuerdo con las selecciones de segmentación y los datos disponibles.

Resultados diarios estimados

No hay resultados diarios estimados disponibles para esta campaña porque tiene un presupuesto optimizado en todos los conjuntos de anuncios.

Estrategias de Promoción

Contenido orgánico

Utilizar inbound marketing



Creación de contenido de interés relacionado a temas importantes para el crecimiento de los niños.

Presupuesto

Arte digital

\$30



Estrategias de Promoción

Programa de recompensas

Incentivar la participación de los padres

Se va a premiar al padre y madre más colaborador



Presupuesto

Cupón para cena familiar

\$50



Estrategias de Distribución

CASAS ABIERTAS

Cada curso debe presentar un proyecto



A

Temas sugeridos:

- Medio ambiente
- Presentación artística
- Ciencia

Presupuesto

Decoración
de la entrada

\$100



Estrategias de Distribución

BUZÓN DE SUGERENCIAS

Implementar un buzón de sugerencias en la web de la escuela

El responsable será el encargado de marketing



Presupuesto

Diseño de la pestaña en el sitio web

\$30



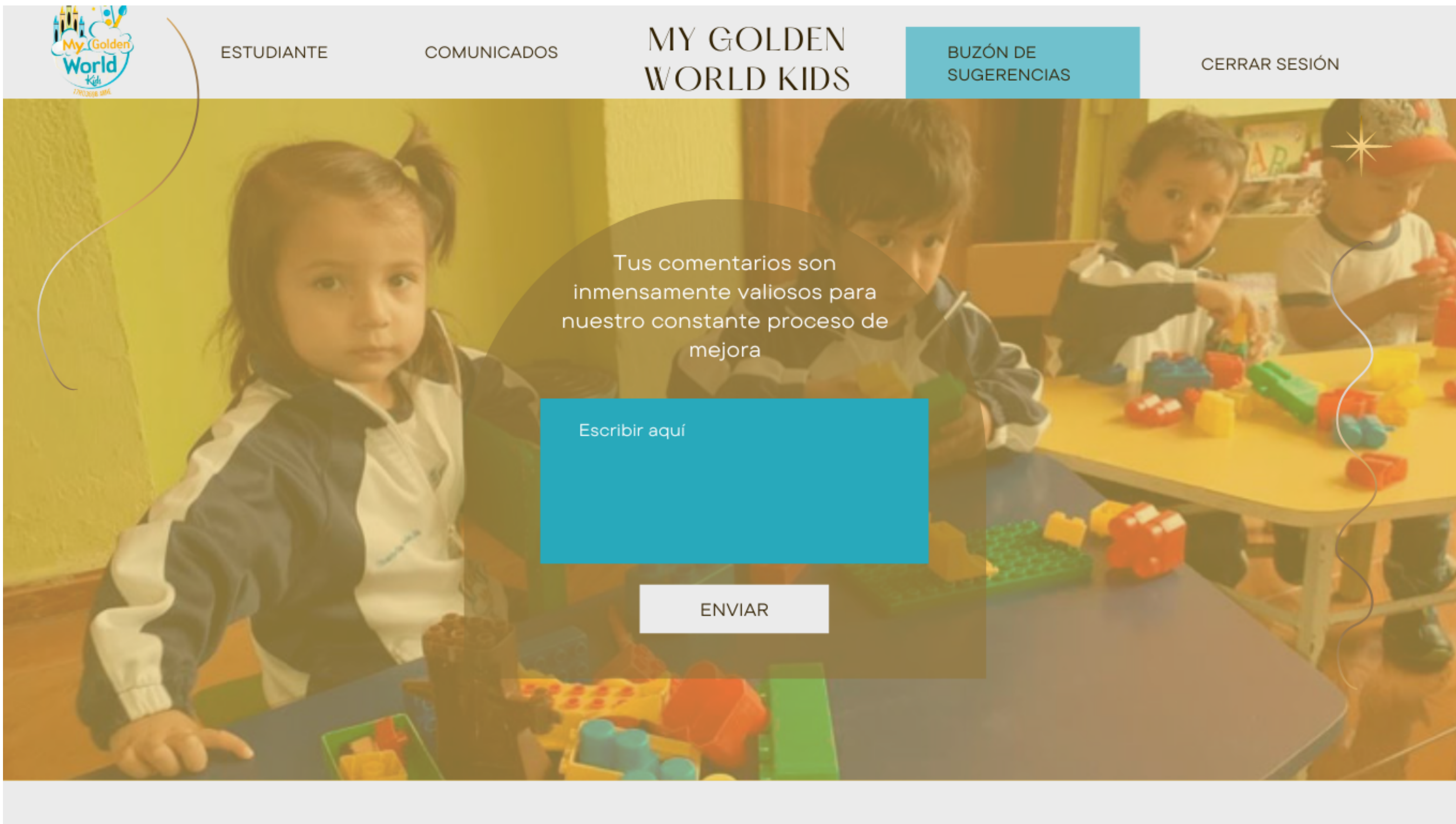
Bienvenido a My Golden World Kids

El lugar perfecto
para su hijo

MÁS INFORMACIÓN



Estrategias de Distribución



My Golden World Kids

ESTUDIANTE COMUNICADOS MY GOLDEN WORLD KIDS BUZÓN DE SUGERENCIAS CERRAR SESIÓN

Tus comentarios son inmensamente valiosos para nuestro constante proceso de mejora

Escribir aquí

ENVIAR

Estrategias de Personas

CAPACITACIONES

Capacitaciones al personal docente



- Temas sugeridos:
- Liderazgo educativo
 - Desarrollo socioemocional.

Presupuesto

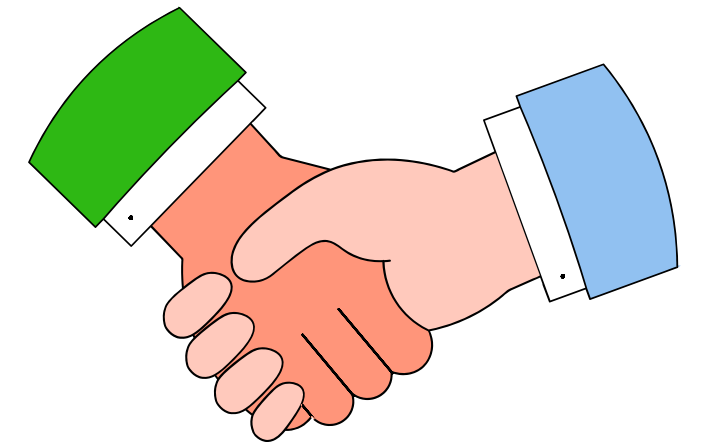
Capacitación
x dos días

\$100

CONTRATAR PERSONAL DE MARKETING

Contratar un experto en marketing para la gestión de todo el plan

Responsable:
Directora del centro
educativo



Presupuesto

Sueldo
mensual

\$600

Estrategias de Personas

ENDOMARKETING

Recompensa para los docentes con mejor rendimiento

- Destacar en concursos deportivos
- Logros académicos sobresalientes
- Curso más disciplinado
- Mejor casa abierta
- Mantener aula limpia



Presupuesto

Tarjetas de regalo

\$180

MY GOLDEN COIN



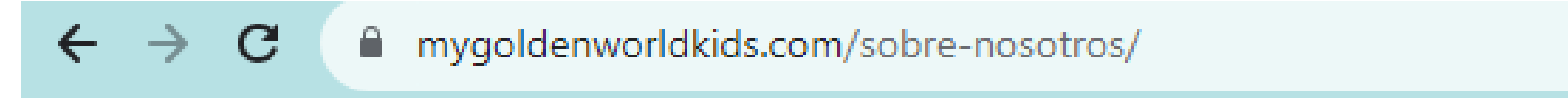
Estrategias de Procesos

CAMBIAR DE SERVIDOR DE LA PÁGINA WEB

La página web de MGWK presenta fallos constantes de carga

Se recomienda:

- Cambiar al servidor Bana hosting
- Contrato de 1 año



Not Found

The requested URL was not found on this server.

Additionally, a 404 Not Found error was encountered while trying to use an ErrorDoc



Presupuesto

Paquete anual de servidor

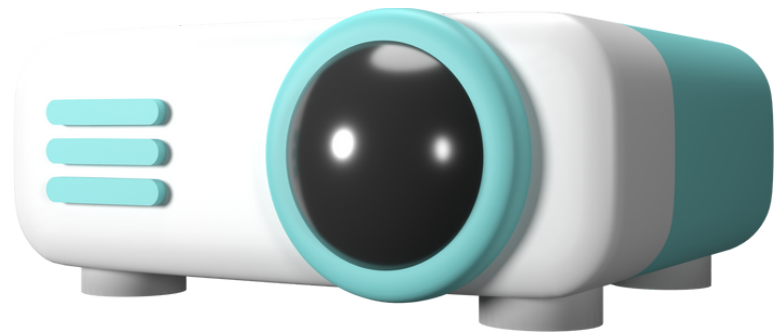
\$240

Estrategias de Evidencia Física

MEJORAR EL EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO

Adquirir 2 proyectores

INCRAM MICRO



Sirve como:

- Herramienta útil para el aprendizaje de los estudiantes.

Presupuesto

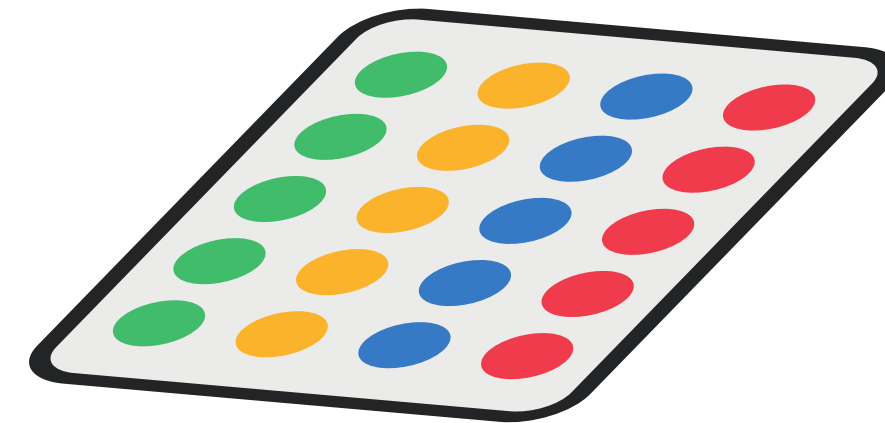
Proyector
RD-852 x 2

\$270

APROVECHAR MEJOR LOS ESPACIOS

Pintar un twister en el patio de la escuela

Sirve para: Desarrollar la destreza física y coordinación motora de los estudiantes



Presupuesto

Pintura

\$25

Conclusiones

- La escuela cuenta con un lugar desfavorable en el mapa de posicionamiento, los clientes potenciales perciben la infraestructura y buena enseñanza baja, adicional a esto, cuenta con el porcentaje de recordación más bajo (11,36%). Sin embargo, en la encuesta de clientes actuales se puede observar que los clientes están muy satisfechos con el servicio prestado, las diferencias que existen entre las opiniones de los clientes potenciales y actuales se deben a que la escuela no ha implementado estrategias de promoción.
- La escuela My Golden World Kids necesita mejorar su reconocimiento de marca, centrándose en estrategias de posicionamiento y destacando su valor agregado para competir mejor con otras escuelas del sector.
- En el Net Promoter Score, los detractores son del 1,47%, los pasivos del 14,71% y los promotores del 83,82%, dando como resultado un NPS del 82,35% lo cual indica que los clientes actuales se sienten satisfechos con el servicio, y demuestran un alto grado de lealtad.

Recomendaciones

- Aplicar el Plan Estratégico de Mercadotecnia para mejorar el posicionamiento en el mercado local de la Escuela "My Golden World Kids". La decisión de implementarlo corresponde directamente al centro educativo.
- La escuela actualmente no cuenta con un personal dedicado exclusivamente al área de marketing, por lo cual se recomienda contratarlo para llevar a cabo las acciones propuestas en el trabajo.
- Desarrollar estrategias de retención que incluyan programas de fidelidad y mantener una comunicación directa con los padres para informar sobre el progreso y logros de sus hijos.

Muchas gracias



Presentado por:

- Duarte Kerly
- Morales Marlon

Docente Tutor

Dra. Zlata Borsic

