



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “MARIANO SAMANIEGO”
El Instituto Católico de la Frontera Sur

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“ESTUDIO DE MERCADO, APLICADO A LOS TERCEROS AÑOS DE BACHILLERATO DEL DISTRITO 11D06 CALVAS-GONZANAMA-QUILANGA PARA IMPLEMENTAR NUEVAS CARRERAS TECNOLÓGICAS DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR MARIANO SAMANIEGO.”

Autoras: Díaz Romero Yuliana Stefania.
Ordóñez Jiménez Ruth María.

Directora: Montero Betancourt María del Carmen, Eco.

CARIAMANGA – LOJA – ECUADOR
2018 – 2019

CERTIFICACIÓN

Economista María del Carmen Montero Betancourt docente del Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego.

C E R T I F I C A

Que en calidad de tutora de tesis presentada por *Yuliana Stefania Díaz Romero y Ruth María Ordoñez Jiménez*, para optar por el título de *Tecnólogas en Administración de Empresas*, con el proyecto titulado *Estudio de mercado aplicado a los 6tos cursos del Distrito 11D06 Calvas, Gonzanamá y Quilanga para implementar nuevas carreras tecnológicas en el Instituto Tecnológico Superior “Mariano Samaniego”*., ha sido orientado y analizado por mi persona, así mismo se ha desarrollado de manera íntegra por las autoras, ajustándose a los requisitos y políticas dispuestas por el Instituto Tecnológico Superior “Mariano Samaniego”, por lo que reúne la suficiente validez teórica y práctica para ser sometido a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Eco. María del Carmen Montero Betancourt
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Nosotras: Díaz Romero Yuliana Stefania con C.I. 1104521388 y Ordoñez Jiménez Ruth María con C.I. 1104750003, declaramos que somos las autoras del” ESTUDIO DE MERCADO, APLICADO A LOS 6TOS CURSOS DEL DISTRITO 11D06 CALVAS-GONZANAMÁ QUILANGA PARA IMPLEMENTAR NUEVAS CARRERAS TECNOLÓGICAS DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR MARIANO SAMANIEGO” para constancia firmamos la presente.

Firma:.....
Díaz Romero Yuliana Stefania
C.I. 1104521388

Firma:.....
Ordoñez Jiménez Ruth María
C.I. 1104750003

AGRADECIMIENTO

Este trabajo está dedicado a todas aquellas personas que desinteresadamente de una o de otra manera forman parte de esta culminación. A mi Tutora de tesis y maestros a quienes les debo mis conocimientos adquiridos durante mi etapa de estudios, gracias a su paciencia y enseñanzas, a la Institución la cual me abrió las puertas y me preparó para un futuro competitivo como profesional.

Díaz Romero Yuliana Stefania

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecemos a Dios por haberme dado la vida, salud y concederme la oportunidad de vivir estos momentos maravillosos e importantes para mí. También les agradezco a mi Madre por estar siempre conmigo apoyándome en todo dándome sus consejos y motivándome a seguir adelante.

A mi esposo Jorge y a mi hija Shirley porque ellos han sido mi fuerza y motivo para continuar con mis estudios y me han brindado su apoyo incondicional en esta etapa importante de mi vida. Agradecer también a nuestra Tutora por la paciencia y enseñanzas, ya que ella nos ha enseñado también a valorar los estudios y a superarnos cada día.

Ordóñez Ruth

DEDICATORIA

A Dios que me ha dado la dicha de tener a mis padres, que con su sabiduría, paciencia y esmero han sembrado en mí los mejores valores que han dado el fruto que hoy con gran satisfacción, enteramente se los dedico.

A mi esposo **Richard** y a mis hijos **Richard Jr.** y **María José** que siempre están a mi lado dándome fuerzas para continuar apoyándome en esta etapa, siendo en mi un impulso extra en mi vida, gracias por ese amor incondicional.

A mis hermanos **JIMMY, JOHN y JUAN PABLO**, que siempre están a mi lado, apoyándonos mutuamente saliendo siempre adelante, gracias ñaños.

A mis buenos amigos y compañeros, a los cuales Dios los ha puesto en mi camino para juntos ir hacia la conquista de la tan anhelada meta.

Díaz Romero Yuliana Stefania

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios porque sin el nada es posible, a mis Padres porque siempre han estado conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida apoyándome con sus consejos y enseñándome a no darme por vencida, a mi esposo por la ayuda y apoyo brindado durante esta etapa de estudio.

Ordóñez Ruth

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objetivo brindar un servicio de calidad, también un mundo de trabajo que permita a los jóvenes a seguir estudiando y buscar una mejor oportunidad de vida, ya que en la actualidad la educación se ha convertido en el recurso más importante para poder obtener un trabajo y una remuneración adecuada.

A través del Estudio de Mercado se pretende establecer, el interés de los estudiantes de los Cantones Calvas, Gonzanáma, Quilanga, de cuan conveniente es o no esta alternativa de Carreras Tecnológicas que quiere brindar el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego, porque contar con estudios superiores es una herramienta importante para progresar, el instituto permite incorporarse más pronto, para muchos jóvenes, trabajar lo más pronto posible es un factor determinante. De ser favorable esta respuesta, tendríamos la implementación de las nuevas Carreras, impulsando fuertemente al Desarrollo del Cantón Calvas y a su vez una mejora en las condiciones de vida de la población.

Esta propuesta busca que los estudiantes no se queden sin continuar con sus estudios, ya que el Instituto Tecnológico “Mariano Samaniego” le brindará la oportunidad de estudiar en un horario nocturno lo cual les permitirá trabajar en el día y así poder solventar los gastos de sus estudios.

La selección de información general relacionada al tema de estudio nos servirá de referencia para el análisis del problema. Estos datos serán obtenidos de las encuestas realizadas a los estudiantes de los terceros Años de Bachillerato del Distrito 11D06 Calvas- Gonzanamá-Quilanga.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	i
AUTORÍA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
INTRODUCCIÓN	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	ix
ÍNDICE DE CUADROS	xiii

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO	15
1.2. Investigación de Mercados.....	15
1.2.1. Características del Estudio de Mercado	16
1.3. Objetivo.....	17
1.3.1. Objetivos General	17
1.3.2. Objetivos Específicos	17
1.4. Formulación del problema	17
1.5. Estudio Situacional.....	18

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA UTILIZADA	21
2.1. Métodos.....	21
2.1.1. Inductivo.	21
2.1.2. Deductivo.....	21

2.1.3. Explicativo.....	21
2.2. Técnica de Investigación.....	22
2.2.1. Encuestas.....	22
2.2.2. Población y Muestra.....	22

CAPITULO III

3. PROPUESTA ESTUDIO DE MERCADO.....	26
3.1. Perfil de Competencias.....	26
3.1.1. Objeto de Estudio y de la Profesión.....	26
3.2. Mallas Curriculares de las Carreras.....	29
3.3. Análisis de la Situación de Mercado.....	31
3.3.1. Mercado del Servicio.....	31
3.3.2. Mercado de Clientes.....	32
3.3.3. Población objetivo.....	32
3.4. Análisis Estratégico.....	32
3.4.1. Análisis FODA.....	33
3.5. Análisis de la Oferta.....	34
3.5.1. Factores que Afectan la Oferta.....	34
3.5.2. Comportamiento Actual de la Oferta.....	34
3.5.3. Proyección de la Oferta.....	35
3.5.4. La Competencia.....	35
3.6. Análisis de la Demanda.....	36
3.6.1. Demanda Potencial.....	36
3.6.2. Demanda Real.....	36
3.6.3. Demanda Efectiva.....	37
3.6.4. Precio Promedio de la Capacidad de Pago de los Estudiantes.....	37

CAPITULO IV

4. PLAN DE MARKETING	39
4.1. Estrategia de Servicio.....	39
4.2.1 Campo ocupacional.....	39
4.2.2 Competencias Profesionales.....	40
4.2.3 Competencias Genéricas.	41
4.3. Electricidad	41
4.3.1. Campo ocupacional.....	41
4.3.2. Competencias Profesionales.	41
4.3.3. Competencias genéricas.....	42
4.4. Estrategia de precio	42
4.5. Marco general.....	43
4.5.1. Programa de BECAS.	43
4.5.2. Beca por distinción Académica (no dispone para el primer periodo académico).	44
4.5.2.1. <i>Beca familiar</i>	44
4.5.2.2. <i>Becas de capacidades diferentes</i>	45
4.5.2.3. <i>Beca solidaria</i>	46
4.5.2.4. <i>Beca de distinción Artística</i>	46
4.5.2.5. <i>Consideraciones Generales</i>	47
4.6. Estrategia de plaza.....	48
4.6.1. Estrategia de promoción.	48
4.6.2. Stand publicitario.....	49
4.6.3. Hojas volantes.....	49
4.6.4. Trípticos.....	49
4.6.5. Página de Facebook de la Institución.	50

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
5.1. Conclusiones	52
5.2. Recomendaciones.....	53
BIBLIOGRAFÍA.....	54
ANEXOS.....	56
Anexo 1: Cronograma de Encuestas	56
Anexo 2: Modelo de Encuesta	57
Anexo 3: Modelo de Oficio.....	59
Anexo 4 Fotografías del Desarrollo del Proyecto	60
Anexo 5: Tabulaciones de la muestra del Proyecto	68

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Distritos Donde se Levantó la Información	24
Cuadro 2: Malla Curricular Mecánica Automotriz	29
Cuadro 3: Malla Curricular Electricidad	30
Cuadro 4: FODA	33
Cuadro 5: Precios Promedios Poblacionales	37

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

Segmentación de Mercados: es la división del público objetivo de la empresa en grupos o subgrupos. Mediante la segmentación de mercado la empresa puede adaptar sus campañas de ventas y sus estrategias de marketing con el fin de que estén dirigidas específicamente a los segmentos identificados.

Análisis interno: consiste en el estudio o análisis de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de un proyecto o empresa.

Análisis externo: es el conjunto de tareas de recopilación de datos, observación y análisis del mercado en el que va a intervenir la empresa.

Estudio de Mercado: es un proceso sistemático de recogida y análisis de información sobre los clientes, competidores y el tipo de mercado que se encontrara la empresa.

Mercadotecnia o marketing: consiste en un conjunto de principios y prácticas que se llevan a cabo con el objetivo de aumentar el comercio, en especial la demanda

Evaluación Financiera: es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objetivo de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

Evaluación Económica: tiene por objetivo identificar las ventajas y desventajas asociadas a la inversión en un proyecto antes de la implementación del mismo.

1.2. Investigación de Mercados

Es una función importante de la mercadotecnia encargada de proveer y obtener información y datos para la toma de decisiones.

Según (Kotler, 2014), define la investigación de mercados como “el diseño, la obtención el análisis y la presentación sistemático de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica”.

Según (Chisnall, 2011), la investigación de mercado “tiene que ver con la recopilación sistemática y objetiva, el análisis y la evaluación de información sobre aspectos específicos de los problemas de mercadotecnia para ayudar a la administración a la hora de tomar decisiones importantes.”

¿Qué es un mercado?

Es una herramienta de mercadeo que nos permite y a la vez facilita la obtención de datos e información, para analizar la oferta y la demanda, su objetivo es tener claro el servicio que se quiere ofrecer a la ciudadanía.

1.2.1. Características del Estudio de Mercado

Que carreras de las ofertadas podrían ser las preferidas por los estudiantes.

Este estudio de mercado nos permite identificar lo que cada estudiante está dispuesto a pagar por su carrera de nivel superior.

La posibilidad de ofrecer al estudiante nuevas opciones de estudio.

Saber si el estudiante se motiva, ofreciéndole becas por su buen desempeño académico.

1.3. Objetivo

1.3.1. Objetivos General

Realizar un estudio de mercado aplicado a los estudiantes de los Terceros Años de Bachillerato del Distrito 11D06 Calvas, Gonzanamá y Quilanga para determinar sus tendencias y preferencias e implementar nuevas carreras tecnológicas en el “Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego”.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Analizar, definir y obtener información que permita identificar la oferta académica.
- Obtener información que nos permita estudiar las necesidades y expectativas de los estudiantes de los Terceros Años de Bachillerato con relación a sus estudios profesionales.
- Identificar la carrera acorde a las exigencias del mercado.
- Conocer la aceptación y acogida que tendrán las nuevas carreras tecnológicas a proponer.
- Conocer la predisposición de los jóvenes neo bachilleres de estudiar una carrera en el ITSMS.

1.4. Formulación del problema

Los nuevos Bachilleres de los cantones Calvas, Gonzanamá y Quilanga, están conscientes de que las carreras, que actualmente están ofreciendo los institutos es una buena opción para estudiar por la situación económica en la que se está viviendo, puesto que algunos estudiantes no cuentan con recursos económicos, ni tiempo para continuar con sus estudios universitarios, por ello estamos desarrollando un estudio de mercado para así conocer las preferencias

conforme a lo que ellos buscan, obtener un título superior lo más pronto posible y poder insertarse en la oferta laboral del país, en nuestro Cantón no existen muchas opciones Tecnológicas, tenemos cuatro elecciones a nuestra disposición, dos en el “Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego” que son Desarrollo de Software y Administración y dos en el “Instituto Tecnológico Superior Cariamanga” como son Contabilidad y Agroecología, también tenemos en nuestro Cantón la Extensión de la Universidad Técnica Particular De Loja, pero el problema para algunos estudiantes es que es muy costosa y como habíamos mencionado algunos no cuentan con recursos económicos, lo que hace que los jóvenes se queden sin una carrera profesional. Sin embargo existen estudiantes que tienen otras expectativas, es por ello que se deben implementar nuevas carreras en el “Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego”, para que exista variedad y poder elegir acorde a las necesidades y aptitudes.

1.5. Estudio Situacional

Mediante este estudio nuestra institución toma en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego en su entorno.

Nos permite estudiar, identificar y analizar el entorno del mercado y las posibilidades de introducir y mejoras en la institución.

Análisis del ambiente externo: tiene por objeto estudiar las características del mercado cambiante, las cuales son de índole no controlable.

El éxito de la implementación de carreras en el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego es de brindar un buen servicio en nuestra localidad, ofertando buenos docentes, infraestructura y seguridad para los estudiantes.

Análisis del ambiente interno: tiene como propósito exponer las características de la empresa que son controlables, aspectos que permitirán optimizar las fortalezas y controlar las debilidades que se presenten.

Para determinar el diagnóstico interno hemos realizado encuestas a los alumnos de los terceros años de bachillerato del Distrito 11DO6 Calvas-Gonzanamá-Quilanga, con el fin de obtener información, sobre las aspiraciones a futuro de los estudiantes.

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA UTILIZADA

2.1. Métodos

2.1.1. Inductivo.

Este método permite estudiar las variables que intervienen en nuestro estudio para luego, establecer una opinión acerca de las características que debe tener nuestro proyecto y sobre todo dejar claro si las respuestas obtenidas nos aseguran una carrera optima a implementarse.

2.1.2. Deductivo.

Este método nos permite partir de la información general como es la necesidad para los estudiantes de los Terceros Años de Bachillerato y demás personas que tengan el deseo de superación profesional, de que se implementen nuevas carreras Tecnológicas en nuestra localidad, para definir lo más óptimo y cumplir con el objetivo propuesto.

2.1.3. Explicativo.

Se lo aplicara para realizar una definición acerca del estudio de mercado debido a la necesidad de que no existe una variedad de carreras tecnológicas de acorde a las preferencias de los Terceros años de bachillerato del Distrito 11D06 Calvas, Gonzanámá y Quilanga, y demás personas que desean continuar con sus estudios.

2.2. Técnica de Investigación

2.2.1. Encuestas.

Se aplicará encuestas a todos los Terceros Años de Bachillerato del distrito 11D06 Calvas-Gonzanamá Quilanga y determinar la factibilidad, de nuevas carreras en el Instituto Tecnológico Mariano Samaniego del cantón Calvas.

2.2.2. Población y Muestra.

2.2.2.1. Población.

La muestra esta orientada a los Terceros Años de Bachillerato del distrito 11D06 Calvas-Gonzanamá-Quilanga, siendo un total de 814 estudiantes entre hombres y mujeres. En base a este dato realizaremos las encuestas para su respectiva tabulación, es decir trabajaremos con el total de población de estudio.

2.2.2.2. Muestra.

Se utilizó la base de datos del Distrito 11D06 Calvas-Gonzanama-Quilanga, donde obtuvimos los nombres y direcciones de las instituciones.

Para luego establecer la cantidad de estudiantes matriculados en cada Institución para poder realizar la encuesta, este dato lo podemos observar en el siguiente cuadro

"COORDINACIÓN DE EDUCACIÓN ZONA 7 "

DIRECCIÓN TÉCNICA ZONAL DE APOYO, SEGUIMIENTO Y REGULACIÓN DE LA EDUCACIÓN

MATRIZ ESTUDIANTES 11D06 (2018-2019)

N°	Zona	Código distrito	Circuito	Código AMIE	Nombre institución educativa	Bachillerato en Ciencias		Bachillerato Técnico		Bachillerato Internacional	
						Tercero		Tercero		Tercero	
						Hom.	Muj.	Hom.	Muj.	Hom.	Muj.
2	7	11D06	Colaisaca	11H00577	Unidad Educativa Edmundo Cevallos Aguirre			5	4		
6	7	11D06		11H00574	Unidad Educativa Hipólito Loaiza Dávila	7	5				
28	7	11D06	Utuaana	11H00616	Unidad Educativa de Utuaana	12	5				
36	7	11D06	Cariamanga	11H00505	Unidad Educativa Fiscomisional Santiago Fernández García	99	103	10	8	7	9
39	7	11D07		11H00500	Unidad Educativa Cariamanga			27	28		
40	7	11D06		11H00547	Unidad Educativa "Eloy Alfaro"	57	49				
56	7	11D06		11H00471	Unidad Educativa Fiscomisional Santa Juana de Arco La Salle	20	19				
68	7	11D06	Chile	11H00473	Unidad Educativa Fisco. María Auxiliadora	5	25				
85	7	11D06	Sanguillín	11H00630	Unidad Educativa Sanguillín	14	14				



COORDINACIÓN DE EDUCACIÓN ZONA 7 "

DIRECCIÓN TÉCNICA ZONAL DE APOYO, SEGUIMIENTO Y REGULACIÓN DE LA EDUCACIÓN

MATRIZ ESTUDIANTES 11D06 (2018-2019)

N°	Zona	Código distrito	Circuito	Código AMIE	Nombre institución educativa	Bachillerato en Ciencias		Bachillerato Técnico		Bachillerato Internacional	
						Tercero		Tercero		Tercero	
						Hom.	Muj.	Hom.	Muj.	Hom.	Muj.
88	7	11D06	Lucero	11H00582	Colegio de bachillerato "14 de Octubre"			3	14		
119	7	11D06	Changaimina	11H00957	Unidad Educativa Fisco. San Vicente de Paul	25	20				
132	7	11D06	Sacapa lca	11H01041	Unidad Educativa José Félix de Valdivieso	16	14				
151	7	11D06	Nambacola	11H00973	Unidad Educativa Nambacola	24					
159	7	11D06	Gonzanamá	11H00929	Unidad Educativa "Gonzanama"	15	16	17	13		
160	7	11D06		11H00937	Unidad Educativa Fiscomisional Padre Jorge Abiatar Quevedo Figueroa	9	13	4	3		
161	7	11D06		11H01009	Unidad Educativa Purunuma			6	3		
162	7	11D06	Quilanga	11H01689	Unidad Educativa Quilanga	33	14	4	6		
169	7	11D06	Las Aradas	11H01709	Unidad Educativa "Lic. Miguel Antoliano Salinas Jaramillo"			6	4		

Cuadro 1: Distritos Donde se Levantó la Información

Elaboración: Las Autoras

CAPITULO III

3. PROPUESTA ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Perfil de Competencias

3.1.1. Objeto de Estudio y de la Profesión.

3.1.1.1. Objeto de Estudio de la carrera de Mecánica Automotriz.

La carrera de Tecnología Superior en Mecánica Automotriz se direcciona a formar jóvenes Bachilleres, provenientes de diferentes estratos sociales e interesados en convertirse en profesionales Tecnólogos en el área de la Mecánica Automotriz, con el objeto de responder a las exigencias de la sociedad Ecuatoriana y su economía, en función de mejorar el bienestar y la calidad de vida de esta, de lograr el buen uso de su capacidad, contribuyendo de esta manera a la preparación de profesionales, aptos para aportar a la matriz productiva del país, región, provincia y Cantón con un alto rendimiento, siempre en el contexto de las políticas ministeriales y el plan nacional de desarrollo toda una vida.

Perfil de ingreso

- Cuento un léxico rico, reconozca estructuras textuales y elabore ensayos e informes sólidos.
- Sepa construir argumentos, interpretar ideas y sustentar sus opiniones haciendo uso de la paráfrasis y las citas textuales.
- Cuento con habilidades de observación, comparación, clasificación y relación.
- Sea capaz de analizar y sintetizar, inferir, deduzca, problematice y argumente.
- Sea capaz de buscar, seleccionar y evaluar materiales de investigación documental.
- Sea capaz de formular hipótesis, identifique y defina las variables y los controles.
- Pueda conducir la observación participante y los diarios de campo.
- Pueda diseñar experimentos sencillos y desarrollar modelos.

- Tenga habilidad matemática referente a la simbolización, abstracción y expresión del lenguaje matemático.
- Analice gráficas y sea capaz de representar matemáticamente fenómenos sociales.

3.1.1.2. Objeto de Estudio de la carrera de Electricidad.

La carrera de Tecnología Superior en Electricidad se direcciona a formar jóvenes Bachilleres, provenientes de diferentes estratos sociales e interesados en convertirse en profesionales Tecnólogos en el área de Electricidad e industria, con el objeto de responder a las exigencias de la sociedad Ecuatoriana y su economía, en función de mejorar el bienestar y la calidad de vida de esta, de lograr el buen uso de su capacidad, contribuyendo de esta manera a la preparación de profesionales, aptos para aportar a la matriz productiva del país, región, provincia y Cantón con un alto rendimiento, siempre en el contexto de las políticas ministeriales y el plan nacional de desarrollo toda una vida.

Perfil de ingreso

Para un óptimo desempeño en la tecnología es deseable que el aspirante cuente

- Cuente un léxico rico, reconozca estructuras textuales y elabore ensayos e informes sólidos.
- Sepa construir argumentos, interpretar ideas y sustentar sus opiniones haciendo uso de la paráfrasis y las citas textuales.
- Cuente con habilidades de observación, comparación, clasificación y relación.
- Sea capaz de analizar y sintetizar, inferir, deduzca, problematice y argumente.
- Sea capaz de buscar, seleccionar y evaluar materiales de investigación documental.
- Sea capaz de formular hipótesis, identifique y defina las variables y los controles.

- Pueda conducir la observación participante y los diarios de campo.
- Pueda diseñar experimentos sencillos y desarrollar modelos.
- Tenga habilidad matemática referente a la simbolización, abstracción y expresión del lenguaje matemático.
- Analice gráficas y sea capaz de representar matemáticamente fenómenos sociales.

3.2. Mallas Curriculares de las Carreras

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR MARIANO SAMANIEGO E INSTITUTO NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO EN RED							
MALLA CURRICULAR TECNOLÓGICA SUPERIOR EN MECÁNICA AUTOMOTRIZ							
MODALIDAD PRESENCIAL							
UNIDADES DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR	I PERIODO ACADÉMICO	II PERIODO ACADÉMICO	III PERIODO ACADÉMICO	IV PERIODO ACADÉMICO	V PERIODO ACADÉMICO	TOTAL HORAS POR CADA UNIDAD	OBSERVACIONES
UNIDAD BÁSICA	Expresión Oral y Escrita Comunicación y Lenguajes H:40 (D) H:30 (PA) H:30(AA) Total horas= 100	Metodología de la Investigación Científica Fundamentos Teóricos H:40 (D) H:30 (PA) H:30 (AA) Total horas= 100	Seguridad y Salud Ocupacional Fundamentos Teóricos H:40 (D) H:30 (PA) H:30(AA) Total horas= 100	Realidad Nacional y Geopolítica Integración de Saberes, Contextos y Culturas H: 64 (D) H: 0(PA) H:96(AA) Total horas= 160		H:760	POR CADA HORA DEL COMPONENTE DOCENCIA SE DESIGNARÁN 1.5 HORAS AL RESTO DE COMPONENTES DE APRENDIZAJE. ART. 47 DEL RÉGIMEN ACADÉMICO
	Matemáticas Fundamentos Teóricos H:40 (D) H:30 (PA) H:30(AA) Total horas= 100	Física Fundamentos Teóricos H:40 (D) H:30 (PA) H:30(AA) Total horas= 100	Dibujo Asistido por Computador Adaptación e Innovación Tecnológica H:40 (D) H:30 (PA) H:30(AA) Total horas= 100				
UNIDAD PROFESIONAL	Mantenimiento de Motores a Gasolina Adaptación e Innovación Tecnológica H:64(D) H:36 (PA) H: 60 (AA) Total horas= 160	Mantenimiento de Motores a Diesel Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Reparación de Carrocerías y Acabados Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Nuevas Tecnologías Automotrices Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Mecánica y Equipo Pesado Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	H:2620	H=Horas D= Docencia PA= Prácticas de aplicación AA= Aprendizaje autónomo
	Transmisiones Adaptación e Innovación Tecnológica H:64(D) H:36 (PA) H: 60 (AA) Total horas= 160	Rectificación Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Servicios de Mantenimiento Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Climatización Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Laboratorio de Electrónica Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160		
	Mecánica de Materiales Fundamentos Teóricos H:56 (D) H:30 (PA) H:54(AA) Total horas= 140	Organización de Talleres Fundamentos Teóricos H:56 (D) H:30 (PA) H:54 (AA) Total horas= 140	Gestión de Calidad Fundamentos Teóricos H:56(D) H:30(PA) H:54 (AA) Total horas= 140	Electrónica Automotriz Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60(AA) Total horas= 160	Gestión de la Innovación y Emprendimiento Integración de Saberes, Contextos y Culturas H:48(D) H:36 (PA) H:36 (AA) Total horas= 120		
	Electrónica del Automóvil Adaptación e Innovación Tecnológica H:64(D) H:36 (PA) H:60(AA) Total horas= 160	Electrónica Aplicada al Automóvil Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60(AA) Total horas= 160					
UNIDAD DE TITULACIÓN			Metrológica Automotriz Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Mecánica de Panto Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Electromecánica Automotriz Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	H:720	
					Trabajo de titulación y/o examen complejo = 240 horas		
PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	Vinculación con la sociedad articulado a Electricidad del Automóvil= 80 horas	Vinculación con la sociedad articulado a Electrónica Aplicada al Automóvil= 80 horas	Prácticas pre-profesionales articulado a Metrológica Automotriz = 80 horas	Prácticas pre-profesionales articulado a Mecánica de Panto= 100 horas	Prácticas pre-profesionales articulado a Electromecánica Automotriz= 60 horas	H:400	

Cuadro 2: Malla Curricular Mecánica Automotriz

Elaboración: Las Autoras

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR MARIANO SAMANIEGO E INSTITUTO NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO EN RED
MALLA CURRICULAR TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ELECTRICIDAD
MODALIDAD PRESENCIAL

UNIDADES DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR	I PERIODO ACADÉMICO	II PERIODO ACADÉMICO	III PERIODO ACADÉMICO	IV PERIODO ACADÉMICO	V PERIODO ACADÉMICO	TOTAL HORAS POR CADA UNIDAD	OBSERVACIONES
UNIDAD BÁSICA	Comunicación Oral y Escrita Comunicación y Lenguajes H:40 (D) H:30 (PA) H:30(AA) Total horas= 100	Metodología de la Investigación Científica Fundamentos Teóricos H:40 (D) H:30(PA) H:30(AA) Total horas= 100	Seguridad y Salud Ocupacional Fundamentos Teóricos H:40 (D) H:30 (PA) H:30 (AA) Total horas= 100	Realidad Nacional y Geopolítica Integración de Saberes, Contextos y Cultura H: 64 (D) H: 30 (PA) H:66(AA) Total horas= 160		H:760	POR CADA HORA DEL COMPONENTE DOCENCIA SE DESIGNARÁN 1.5 HORAS AL RESTO DE COMPONENTES DE APRENDIZAJE. ART. 47 DEL RÉGIMEN ACADÉMICO
	Matemáticas Fundamentos Teóricos H:40 (D) H:30 (PA) H:30(AA) Total horas= 100	Física Fundamentos Teóricos H:40 (D) H:30 (PA) H:30(AA) Total horas= 100	Dibujo Asistido por Computador Adaptación e Innovación Tecnológica H:40 (D) H:30 (PA) H:30(AA) Total horas= 100				
UNIDAD PROFESIONAL	Circuitos Eléctricos Adaptación e Innovación Tecnológica H:64(D) H:36 (PA) H: 60 (AA) Total horas= 160	Electrónica General Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Electrónica Digital Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Máquinas Eléctricas Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Electrónica de Potencia Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	H:2620	H=Horas D= Docencia PA= Prácticas de aplicación AA= Aprendizaje autónomo
	Sensores y Equipos de Medición Adaptación e Innovación Tecnológica H:64(D) H:36 (PA) H: 60 (AA) Total horas= 160	Instalaciones Eléctricas Residenciales Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Control Eléctrico Industrial Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Mantenimiento Industrial Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Instalaciones Eléctricas Comerciales e Industriales Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160		
	Industria Más Ambiente Integración de Saberes, Contextos y Cultura H:64 (D) H:30 (PA) H:66(AA) Total horas= 160	Control Electrónico Adaptación e Innovación Tecnológica H:56 (D) H:30 (PA) H:54 (AA) Total horas= 140	Sistemas de Generación y Transformadores Adaptación e Innovación Tecnológica H:56(D) H:30(PA) H:54 (AA) Total horas= 140	Proyectos Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60(AA) Total horas= 160	Gestión de la Innovación y Emprendimiento Integración de Saberes, Contextos y Cultura H:48(D) H:36 (PA) H:36 (AA) Total horas= 120		
	Informática Comunicación y Lenguajes H:64 (D) H:36 (PA) H:60(AA) Total horas= 160	Energías Alternativas Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60(AA) Total horas= 160					
UNIDAD DE TITULACIÓN			Control de Procesos Industriales Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Sistema de Distribución Eléctrica Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	Sistemas Eléctricos de Potencia Adaptación e Innovación Tecnológica H:64 (D) H:36 (PA) H:60 (AA) Total horas= 160	H:720	
					Trabajo de titulación = 240 horas		
PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	Vinculación con la sociedad articulado a Circuitos Eléctricos= 80 horas	Vinculación con la sociedad articulado a Energías Alternativas= 80 horas	Prácticas pre-profesionales articulado a Control de Procesos Industriales = 80 horas	Prácticas pre-profesionales articulado a Sistema de Distribución Eléctrica= 100 horas	Prácticas pre-profesionales articulado a Sistemas Eléctricos de Potencia= 60 horas	H:400	
TOTAL HORAS PERIODO ACADÉMICO	H:900	H:900	H:900	H:900	H:900	H:4500	

Cuadro 3: Malla Curricular Electricidad
 Elaboración: Las Autoras

3.3. Análisis de la Situación de Mercado

Es importante analizar el mercado objetivo porque nos permite determinar la viabilidad a la hora de emprender nuestro proyecto, identificando que cantidad de estudiantes van a optar por las nuevas ofertas académicas, de esta manera aconsejaríamos a la Institución para que fijara nuevas estrategias adecuadas.

Mediante este análisis podemos aprovechar las oportunidades que se nos presenten, así también prevenir las amenazas que se nos pudieran aparecer, de esta manera logramos hacer posible la creación de este estudio, para que se puedan implementar más carreras dentro de nuestra Institución.

3.3.1. Mercado del Servicio.

Dentro de nuestro Cantón Calvas se ha podido evidenciar en los últimos años un aumento de jóvenes y señoritas bachilleres que desean seguir estudiando, la gran mayoría anhela buscar una carrera deseada con miras de un futuro próspero que llenen sus expectativas personales y profesionales.

Actualmente quienes desean estudiar tienen como opción el estudio a distancia en la Universidad UTPL (aquí en Cariamanga es un centro de estudios es decir que reciben material, rinden exámenes, se pueden matricular, pero los docentes están en Loja y para una tutoría deben trasladarse a Loja), además contamos con dos Institutos Tecnológicos en Modalidad Presencial.

Por otra parte la demanda de los bachilleres es favorable porque algunos optan por quedarse dentro de nuestro Cantón y escoger carreras innovadoras y cortas, sobre todo debido a la economía, se inclinan por las que se tengan que pagar valores mínimos por un semestre de estudio.

3.3.2. Mercado de Clientes.

Dentro del Distrito 11D06 Calvas-Gonzanamá-Quilanga, el año lectivo 2018- 2019 conto con un total de 814 estudiantes de las distintas especialidades que ofertan los Colegios Fiscales, Particulares y Fisco Misionales.

Analizando los datos obtenidos, en las encuestas realizadas existe un gran mercado potencial de clientes a los cuales nos enfocaremos para nuestro estudio de mercado, en su mayoría son los estudiantes a graduarse tanto en los Colegios del sector Urbano y del Sector Rural, estos últimos tienen la opción de beneficiarse con la obtención de un beca además que pueden mantenerse cerca de sus familiares.

3.3.3. Población objetivo.

Nuestra población objetivo son los futuros bachilleres ya que a ellos, va dirigida el estudio mercado con la finalidad de que estos aprovechen las nuevas carreras que se pondrán a servicio dentro de nuestro Cantón.

3.4. Análisis Estratégico

Consiste en recoger y estudiar datos relativos involucrando, un conjunto de factores externos e internos, es decir entorno, recursos y capacidades de la organización, este análisis sirve para que la organización conozca en cada momento su posición ante su reto estratégico, proyectándose a mediano y largo plazo, plasmada en su misión y su visión sobre su posición en el mercado, debido a que las condiciones del entorno cambian.

3.4.1. Análisis FODA.

Es una de las herramientas esenciales más utilizadas para conocer la situación actual de una organización, proporcionándonos información para la implementación de acciones y medidas correctivas.

El análisis FODA debe encaminarse a los factores claves para el éxito de un negocio, enfocándose en las Fortalezas y Debilidades internas, permitiéndonos analizar todos los elementos que envuelven a nuestra Institución y así compararla de manera objetiva y razonable con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">❖ Buenos Docentes.❖ Prestigio y posicionamiento del Instituto.❖ Oferta académica.❖ Seguridad.❖ Ubicación dentro de la zona central.❖ Becas para los estudiantes más destacados.	<ul style="list-style-type: none">❖ Ofrecer a la sociedad personas emprendedoras.❖ Mayor crecimiento profesional.❖ Incremento de niveles económicos, por la demanda comercial dentro del Cantón.❖ Oportunidad para formar parte de la planta Docente.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">❖ Existencia de otra Instituto Tecnológico que si cuenta con el apoyo del Gobierno.❖ No contar con una Infraestructura propia.❖ Falta de apoyo por parte CES.	<ul style="list-style-type: none">❖ La emigración de estudiantes a otras Instituciones.❖ La posibilidad de tener que estudiar sin tener que pagar una matrícula.❖ La inestabilidad económica y política que está atravesando nuestro país.

Cuadro 4: FODA

Fuente: Datos de la Investigación

Elaboración: Las Autoras

3.5. Análisis de la Oferta

3.5.1. Factores que Afectan la Oferta.

Dentro de la oferta existen factores que alteran: las nuevas Tecnologías, las condiciones naturales especialmente a los estudiantes del sector Rural, disponibilidad de recursos, costo de cada semestre y la competencia ya que ofreceríamos nuevas tendencias al servicio de la colectividad.

3.5.2. Comportamiento Actual de la Oferta.

Dentro del Cantón Calvas existen dos Institutos Tecnológicos cada uno maneja diferentes modalidades de estudio, así como distintas carreras ofertadas en cada de ellos.

Las mismas que se detallan: Instituto Tecnológico Mariano Samaniego es: Análisis de Software y Administración, en modalidad presencial (nocturno), en un horario de 18:00 a 23:00 y el Instituto Tecnológico Cariamanga, ofrece las siguientes carreras: Agroecología y Contabilidad en la modalidad presencial en horarios de 15:00 a 21:00.

Aparte de existir dos Institutos Tecnológicos en la localidad, también contamos con la Universidad Técnica Particular De Loja, en Modalidad a Distancia, esta ofrece las siguientes carreras: Administración de Empresas, Administración Pública, Carrera de Religión, Comunicación, Contabilidad y Auditoría, Derecho, Economía, Educación Básica, Educación Inicial, Finanzas, Gestión Ambiental, Pedagogía de la Lengua y Literatura, Pedagogía de las Ciencias Experimentales (Pedagogía de la Química y la Biología), Pedagogía de las ciencias Experimentales(Pedagogía de las Matemáticas y la Física), Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros, Psicología, Tecnologías de la Información, Turismo.

3.5.3. Proyección de la Oferta.

Para determinar la proyección de la presente oferta se tomó en cuenta el total de los estudiantes de los terceros Años de Bachillerato del Distrito 11D06 Calvas-Gonzanamá-Quilanga, dándonos un total de 814 alumnos correspondientes al periodo Académico 2018-2019.

3.5.4. La Competencia.

Nos ayuda a seguir innovando y mejorando, es por ello que hemos realizado un Estudio de Mercado en el cual proponemos implementar nuevas carreras de nivel superior, para ponerlas al servicio de la comunidad, pero sobre todo ofrecer otra alternativa acorde a los avances tecnológicos.

La facilidad que nos ofrece el Instituto Tecnológico, además de innovar su oferta académica es que nos permite estudiar y trabajar al mismo tiempo, gracias a su modalidad de estudio, mientras que la competencia no ofrece un horario flexible ya que las políticas no les permite cambiar su horario de estudios, como para que los alumnos además de estudiar, puedan trabajar.

Cabe tomar en cuenta que en casos especiales contamos con alumnos que son Padres y Madres de familia quienes optan por estudiar en nuestra Institución gracias a la modalidad que ofrece.

3.6. Análisis de la Demanda

El objetivo del análisis de la demanda es determinar la cantidad de alumnos que están próximos a graduarse y que aspiran a estudiar las carreras a incrementarse como son: mecánica automotriz y electricidad.

3.6.1. Demanda Potencial.

- Los clientes potenciales para el Instituto Tecnológico Mariano Samaniego son:
- Los estudiantes que están por culminar sus estudios de Bachillerato.
- Jóvenes que buscan otras carreras de estudios.
- Profesionales que desean seguir superándose.
- Personas que en su momento no pudieron culminar o concluir con sus estudios de Nivel Superior.

3.6.2. Demanda Real.

Nuestra demanda real son los estudiantes de los terceros Años de Bachillerato del Distrito 11D06 Calvas-Gonzanamá-Quilanga.

Siendo un total de 18 Colegios particulares y fiscales, contando con un total de 814 estudiantes de las distintas especialidades.

3.6.3. Demanda Efectiva.

Para calcular nuestra demanda efectiva, tomamos en cuenta 814 matriculados, de los cuales encuestamos 783 estudiantes que corresponden a los terceros Años de Bachillerato del periodo académico 2018-2019 de todas las especialidades.

Según los resultados obtenidos con las encuestas realizadas a los estudiantes de los terceros años de bachillerato, determinamos que las carreras más aceptadas son; mecánica automotriz y electricidad.

3.6.4. Precio Promedio de la Capacidad de Pago de los Estudiantes.

Con las encuestas realizadas, determinamos la capacidad de pago de los estudiantes de los terceros Años de Bachillerato por cada semestre de estudio.

En el siguiente cuadro detallamos lo que cada alumno estaría dispuesto a pagar por sus estudios.

N°	Opciones	Cantidad	Porcentaje
1	De \$ 100- \$200	1	0.13%
2	De \$190- \$200	364	46.49%
3	De \$220- \$500	235	30.01%
4	Más de \$500	175	22.35%
5	Otros \$100	2	0.26%
6	Otros \$1000	3	0.38%
7	Otros Gratis	2	0.26%
8	Otros	1	0.13%
Total		783	100.00%

Cuadro 5: Precios Promedios Poblacionales

Fuente: Datos de la Investigación

Elaboración: Las Autoras

CAPITULO IV

4. PLAN DE MARKETING

4.1. Estrategia de Servicio

Para crear un servicio nuevo o mejorar un servicio ya existente el cual cubra las necesidades del mercado.

Actualmente el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego oferta dos carreras tecnológicas a las personas que se interesan en continuar sus estudios; pero como existe una mayor demanda de población la misma que exige que la Institución amplíe su oferta académica y brindar un mayor servicio a la comunidad.

Nuestra propuesta a la Institución es que apertura nuevas carreras como: mecánica automotriz y electricidad, con el objetivo de abarcar un mayor mercado de estudiantes que deseen postular por seguir estas carreras, además que tendrán un próspero futuro laboral; a continuación presentamos su campo ocupacional y las competencias profesionales que obtendrán nuestros estudiantes.

4.2. Mecánica Automotriz

4.2.1 Campo ocupacional.

El Técnico en MECÁNICA AUTOMOTRIZ estará preparado con sólida formación técnica y humanista de alto nivel, con conciencia social, respetuoso de la legislación vigente y el medio ambiente; capaz de fomentar el desarrollo del país mediante la creación de fuentes de trabajo además está capacitado para desempeñarse en: Empresas e Industrias del sector automotriz como : Ensambladoras de automotores, Empresas ensambladoras y de venta de repuestos, Centros de diagnóstico, Aseguradoras, Mantenimiento y reparación de automotores.

Entre sus habilidades y destrezas se encuentran:

- Realizar trabajos de mantenimiento automotriz en el área mecánica para obtener un óptimo rendimiento de los vehículos.
- Identificar, analizar y solucionar problemas dentro de su campo de formación.
- Analizar resultados prácticos y alcanzar objetivos o plantear nuevos.
- Diagnosticar fallas y realizar reparaciones en sistemas de un vehículo.
- Operar equipos de diagnóstico y control en sistemas de un vehículo.
- Aplicar y manejar herramientas informáticas.

4.2.2 Competencias Profesionales.

El Tecnólogo en Mecánica Automotriz del Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego, será un profesional capaz de diseñar, ejecutar y evaluar procesos relacionados con la operación de empresas del sector automotriz, incluyendo participación en proyectos de aplicación, adaptación e innovación tecnológica.

El profesional, enfocara sus resultados y trabajo en equipo, con conocimientos técnicos, tecnológicos, humanísticos y de emprendimiento, desempeñándose en empresas locales, regionales y multinacionales.

Su nivel de conocimientos le permitirá realizar actividades relacionadas con vehículos automotores en: los sistemas de control: (suspensión, dirección y frenos); De los sistemas de transmisión de potencia: (embrague, caja y transmisión); elaborar presupuestos de reparación y mantenimiento; etc.

4.2.3 Competencias Genéricas.

- Revisar las órdenes de trabajo de mecánica.
- Diagnosticar motores y componentes.
- Ajustar, instalar, reparar y reemplazar partes y componentes del sistema automotor.
- Probar y ajustar los sistemas reparados.
- Sincronizar motores y verificar su funcionamiento.
- Programar y realizar servicios de mantenimiento general de vehículos.
- Informar a los clientes sobre el trabajo realizado, las condiciones del vehículo y los requisitos para su mantenimiento.

4.3. Electricidad

4.3.1. Campo ocupacional.

El Tecnólogo en ELECTRICIDAD, será un profesional con formación integral y competencias con visión estratégica para responder a las necesidades del entorno, capaz de desarrollar nuevas ideas con alto sentido de responsabilidad, gestionando los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos.

Dada la formación integral el Tecnólogo en Electricidad puede ofrecer sus servicios tanto al sector público como al sector privado, como empleado o como profesional independiente.

4.3.2. Competencias Profesionales.

El Tecnólogo en electricidad será capaz de:

- Modificar y operar los sistemas de control de procesos industriales.
- Operar y manejar equipos de medición eléctrica para los diferentes tipos de instalaciones.
- Instalar componentes, equipos y sistemas en redes eléctricas.
- Diseñar e implementar instalaciones eléctricas en residencias, comerciales e industriales.
- Planificar y ejecutar programas de mantenimiento eléctrico de sistemas eléctricos y electromecánicos.
- Operar y reparar motores, generadores eléctricos y equipo electromecánico.
- Identificar y determinar los transformadores según la carga a soportar.
- Diseñar sistemas de puesta a tierra y bajo voltaje de instalaciones residenciales e industriales.

4.3.3. Competencias genéricas.

Organizar, coordinar y supervisar equipos de trabajo en proceso de control, montaje y mantenimiento de instalaciones eléctricas.

Tomar decisiones sobre la realidad económica, política, social y cultural del Ecuador.

Generar y fomentar la transferencia de conocimientos y tecnologías.

Reconocer sus derechos individuales, así como los colectivos.

Fortalecer y trabajar en el desarrollo de la identidad individual, local y nacional.

Identificar problemas y generar soluciones con alto razonamiento crítico y ético.

4.4.Estrategia de precio

Es una estrategia de marketing que depende de la demanda y oferta que existe, la elección de una adecuada estrategia de precio es un paso fundamental porque permite atraer a nuestros

clientes, con lo cual pretendemos lograr los objetivos, de la misma manera mantenerlo como parte de la estrategia de posicionamiento general dentro de la institución

La estrategia del Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego es buscar ayuda para facilitar las formas de pago, por ejemplo en la Cooperativa Cariamanga los alumnos que deseen hacer los pagos en esta entidad obtienen un descuento extra.

Otra opción que ofrece el Instituto son las becas para los alumnos, a continuación se detalla el instructivo de becas estudiantiles.

4.5. Marco general

4.5.1. Programa de BECAS.

El Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego con la finalidad de dar cumplimiento a lo establecido en el art. 74 de la Ley Orgánica de Educación Superior LOES lo cual expresa que “ Las Instituciones de educación superior, instrumentaran de manera obligatoria políticas de cuotas a favor del ingreso al sistema de educación superior de grupos históricamente excluidos o discriminados;” y de acuerdo al art. 77 del mismo cuerpo legal, “ Las Instituciones de educación superior establecerán programas de becas completas a su equivalente en ayudas económicas a por lo menos el 10% del número de estudiantes regulares en cualquiera de los niveles de formación de la educación superior. Serán beneficiados quienes no cuenten con recursos económicos suficientes, los estudiantes regulares con alto promedio y distinción académica o artística, los deportistas con alto rendimiento que representen al país en eventos internacionales, las personas con discapacidad y las pertenencias a pueblos y nacionalidades del Ecuador..”

Los coordinadores de carrera son los encargados de revisar y analizar la documentación entregada por los postulantes en la fecha indicada de acuerdo al cronograma.

El total de becas se distribuye de la siguiente manera:

4.5.2. Beca por distinción Académica (no dispone para el primer periodo académico).

Dirigidas a estudiantes que han obtenido los mejores promedios en el periodo académico anterior, será asignada una beca del 40% a cada nivel de las carreras que oferta el Instituto, indicando que en los primeros niveles no acceden a las beca por el motivo que no se tiene registro de calificaciones.

Existen 6 cupos para este tipo de beca.

Requisitos:

- Formulario debidamente llenado y firmado.
- Foto tamaño carné actualizada.
- Copia de la cédula de identidad del solicitante.
- Haber aprobado todas las materias del periodo anterior.
- Haber obtenido un promedio igual o mayor a 19 puntos.

Nota.- En caso de que existan más de una postulante se elegirá a la de mayor puntaje.

4.5.2.1. Beca familiar

Está orientado a estudiantes unidos por lazos familiares en primer grado de consanguinidad (hermanos, hijos o padres) y en primer grado de afinidad (cónyuges) y para los hermanos, hijos o esposos de los empleados y docentes del Instituto del 20%.

Existen 4 cupos para este tipo de beca

Requisitos:

- Formulario debidamente llenado y firmado.
- Foto tamaño carné actualizada.
- Copia de cédula de identidad del solicitante.
- Copia de cédula del familiar directo matriculado en Instituto o funcionario de la Institución.
- Haber aprobado todas las materias del periodo anterior.
- Haber obtenido un promedio total igual o mayor a 18 puntos.

Nota.- En caso de que existan más de una postulante se elegirá a la de mayor puntaje.

4.5.2.2. Becas de capacidades diferentes.

Consiste en el apoyo a los estudiantes con capacidades diferentes, que posean el carné emitido por el organismo regulador del 20%.

Existen 3 cupos para este tipo de beca

Requisitos:

- Formulario debidamente llenado y firmado.
- Foto tamaño carné actualizada.
- Copia de cédula de identidad del solicitante.
- Copia de carnet del CONADIS o del MSP.
- Haber obtenido un promedio total mayor a 18 puntos.

4.5.2.3. Beca solidaria.

Consiste en el apoyo a los estudiantes de acuerdo a su situación socioeconómica, previa revisión de los documentos, informe emitido por el comité de becas y confirmación posterior con la realización de una visita domiciliaria.

Existen 2 para este tipo de beca

Requisitos:

- Formulario debidamente llenado y firmado.
- Foto tamaño carné actualizada.
- Copia de cédula de identidad del solicitante.
- Copia de cédula del familiar directo matriculado en Instituto o funcionario de la Institución.
- Haber aprobado todas las materias del periodo anterior.
- Haber obtenido un promedio total igual o mayor a 18 puntos.

Nota.- En caso de que existan más de una postulante se elegirá a la de mayor puntaje.

4.5.2.4. Beca de distinción Artística.

Esta beca reconoce la identidad, esfuerzo y buenos resultados conseguidos por los estudiantes que representen al Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego en el ámbito artístico y será aplicada en cada periodo a partir del segundo, ya que en el primer periodo no se conoce los dotes artísticas de los estudiantes esta beca está considerada del 15% del arancel.

Existen 8 cupos para este tipo de beca

Requisitos:

- Formulario debidamente llenado y firmado.
- Foto tamaño carné actualizada.
- Copia de cédula de identidad del solicitante.
- Informes de participación en la actividad dancística.
- Haber aprobado todas las materias del periodo anterior.
- Haber obtenido un promedio total igual o mayor a 18 puntos.

4.5.2.5. Consideraciones Generales.

- Los trámites deben ser renovados cada periodo académico.
- Las fechas en la que los postulantes deben cumplir con la presentación de las solicitudes y documentos requeridos deben ser durante la primera semana de clases.
- Para continuar con la beca el siguiente periodo académico y para solicitarla beca por primera vez los estudiantes deben cumplir con el 80% de asistencia y un promedio igual o superior a 18 puntos.
- El estudiante debe esperar la aprobación de su solicitud de beca, para proceder con los pagos subsiguientes.
- Los porcentajes de becas se aplicaran sobre el valor de los créditos académicos que corresponda cancelar a los estudiantes beneficiarios.
- El comité de becas del Instituto es el único órgano que, luego de analizar las solicitudes receptadas, informes y revisando el debido cumplimiento de los requisitos aprobará o negará la misma.

- Todo aquello que no se encuentre normado en el presente programa de becas lo resolverán los coordinadores de carrera de la Institución.
- Se pierde definitiva la gratuidad, si un estudiante regular reprueba alguna de las asignaturas de su malla curricular o se retira de la Institución por estos casos el estudiante deberá devolver el valor de la beca asignada.

4.6.Estrategia de plaza

Esta estrategia incluye la administración del canal mediante el cual, el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego hará conocer las nuevas carreras a ofrecer.

Proponemos al Instituto, la venta directa del servicio sin emplear intermediarios, utilizando los propios medios de información de la Institución, este servicio será ofertado a los estudiantes de los terceros años de bachillerato del Distrito 11D06 Calvas-Gonzanamá-Quilanga y demás personas que deseen culminar con sus estudios de nivel superior.

4.6.1. Estrategia de promoción.

Mediante las actividades promocionales es como el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego comunicaría directamente a sus clientes potenciales; podríamos decir que la promoción es básicamente una manera de llegar al público. Para el lanzamiento de las nuevas carreras de mecánica automotriz y electricidad optaremos por realizar los siguientes:

4.6.2. Stand publicitario.

Este stand lo ubicaríamos en la puerta principal de ingreso del Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego, en donde se ofrecerá información acerca de las nuevas carreras ofertadas por el Instituto, además se dará a conocer la oferta académica mediante la entrega de trípticos y hojas volantes con todos los datos referentes a las nuevas carreras a ofrecer.

4.6.3. Hojas volantes.

Las hojas volantes son uno de los productos del mercado más utilizados ya que es un medio de distribución directa, en estas hojas volantes constara; la imagen de nuestro Instituto, las carreras ofertadas: haciendo hincapié en las nuevas carreras; además constara las fechas de matrículas ordinarias y extraordinarias, fecha de inicio de clases y el lema de la Institución.

Se imprimirán 200 hojas volantes para ser distribuidas en el stand publicitario que estarán ubicados en distintos puntos estratégicos de la ciudad.

4.6.4. Trípticos.

Folleto informativo doblado en tres partes, la información que constara en el tríptico será uno por cada carrera de mecánica automotriz y de electricidad; aquí constara el sello y lema de nuestro Instituto, misión, visión, objetivo de la carrera, el perfil profesional, campo ocupacional, competencias profesionales y la malla curricular.

Se imprimirán 200 trípticos y estos serán distribuidos en los diferentes lugares más concurridos por la ciudadanía.

4.6.5. Página de Facebook de la Institución.

Mediante esta plataforma dinamizaremos y comunicaremos a los usuarios sobre las carreras que pondrá a disposición, donde informaremos la fecha de inscripciones y matriculas ordinarias y extraordinarias del nuevo ciclo académico de nuestra Instituto Tecnológico.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Hemos realizado el respectivo estudio de mercado, utilizando la encuesta a los alumnos de los terceros Años de Bachillerato, que están matriculados en los distintos Colegios Fiscales y Particulares, obteniendo los datos del Distrito 11D06 Calvas-Gonzanamá-Quilanga.
- Para desarrollar el estudio de mercado hemos utilizado los métodos inductivo, explicativo y deductivo, se aplicaron preguntas concretas y sencillas con el fin de conocer si existe o no demanda estudiantil para la apertura de nuevas carreras tecnológicas en el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego.
- Luego de realizar la tabulación, a las encuestas aplicadas a los terceros Años de Bachillerato del Distrito 11D06 Calvas-Gonzanamá-Quilanga, se ha determinado que el estudio de mercado es factible.
- De la investigación de mercado elaborada se ha definido que dentro de nuestro Cantón no hay otra Institución que ofertara las mismas especialidades como son mecánica automotriz y electricidad.
- La estrategia del Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego es la de ofrecer becas a los estudiantes como son: beca por distinción académica, beca solidaria, beca de distinción artística, beca familiar y beca de capacidades diferentes, cada una de ellas con su respectivo descuento, además ofrece la comodidad de poder trabajar en el día y estudiar por la noche, también les ofrece a las personas que son padres de familia el tiempo para poder culminar con sus estudios y no descuidar su hogar.

5.2. Recomendaciones

- Debido a que existe una gran cantidad de estudiantes que quieren superarse el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego debería implementar las carreras de mecánica automotriz y electricidad, ya que los estudiantes quieren carreras cortas y prácticas.
- Buscar mejorar la oferta académica y servicios para que los estudiantes estén conformes en nuestra institución y así les inviten a otras personas que estudien en el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego.
- Se recomienda que se haga publicidad mediante afiches, radio, trípticos y redes sociales, para que los jóvenes conozcan todo acerca del Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego, y de las carreras que ofertara ya que hay estudiantes de otras partes que no saben de la existencia del mismo.
- Es necesario que nuestra Institución siga conservando y mejorando el nivel académico, docentes de calidad, ubicación e infraestructura.
- Es necesario que nuestra institución siga manteniendo las becas de estudio para de esta forma impulsar a los jóvenes a seguir estudiando y tratar de obtener las mejores calificaciones, con el fin que los estudiantes se sientan satisfechos y conformes con los servicios ofrecidos.
- Cabe recalcar que, mediante la tabulación de las encuestas, la carrera más solicitada fue enfermería, pero no se la pudo ofertar debido a que nuestro instituto está condicionado.

BIBLIOGRAFÍA

- Kotler, P. (2014). El Marketing segun Kotler. En Kotler.
- Castelo, H., Vásquez, M. d., Corral, Z., Esparza, G., & López, M. (s.f.). *Google*. Obtenido de https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no71/46b.-_estrategias_de_posicionamiento_de_mercado_para_un_estudio_fotografico.pdf
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos* (Quinta ed.). Colombia: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (s.f.). *Introducción a la teoría general de la Administración* (Séptima ed.).
- Chisnall, P. (2011). *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*. España: Pearson.
- Google*. (s.f.). Obtenido de sigc.uqroo.mx/Documentos%20Internos/Estadisticas/Estudios%20Institucionales/Expectativas%20de%20estudiantes%20de%20nivel%20medio%20superior/Expectativas%20de%20estudiantes%20de%20bachillerato%20cozumel/respcozinv.pdf
- Hernández, E. (s.f.). *Escuela Nacional de Salud Pública*. Obtenido de http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/como_escribir_tesis.pdf
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Mercadotecnia* (Duodécima ed.). México: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1998). *Fundamentos de Mercadotecnia* (Cuarta ed.). México: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing versión para Latinoamérica* (Catorceava ed.). México: Pearson.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2006). *Fundamentos de Marketing* (Cuarta ed.). México: Thomson.
- Tecnológica de Colombia. (s.f.). Obtenido de http://www.atec.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=17:tecnico-

laboral-en-mecanica

automotriz&catid=11&Itemid=129&showall=&limitstart=2#article-index

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de Encuestas

**CRONOGRAMA DE ENCUESTAS PARA EL ESTUDIO DE MERCADO
APLICADO A LOS SEXTOS CURSOS DEL DISTRITO 11D06 CALVAS
GONZANAMA QUILANGA PARA IMPLEMENTAR NUEVAS CARRERAS
TECNOLOGICAS EN EL INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR MARIANO
SAMANIEGO**

NUMERO	INSTITUCIONES EDUCATIVAS A ENCUESTAR	JULIO 2018.								AGOSTO 2018.				
		23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	
1	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL SANTIAGO FERNANDEZ GARCIA	X												
2	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL SANTA JUANA DE ARCO LA SALLE		X											
3	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL MARIA AUXILIADORA		X											
4	UNIDAD EDUCATIVA ELOY ALFARO			X										
5	UNIDAD EDUCATIVA CARIAMANGA			X										
6	COLEGIO DE BACHILLERATO 14 DE OCTUBRE (LUCERO)				X									
7	UNIDAD EDUCATIVA SANGUILLIN				X									
8	COLEGIO TECNICO EDMUNDO CEVALLOS AGUIRRE (COLAISACA)					X								
9	UNIDAD EDUCATIVA HIPOLOTO LOAIZA DAVILA (COLAISACA- BATAN)					X								
10	UNIDAD EDUCATIVA UTUANA								X					
11	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL SAN VICENTE DE PAUL (CHANGAIMINA)								X					
12	UNIDAD EDUCATIVA GONZANAMA									X				
13	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL PADRE JORGE ABIATAR QUEVEDO FIGUEROA									X				
16	UNIDAD EDUCATIVA JOSE FELIX VALDIVIEZO (SACAPALCA)										X			
14	UNIDAD EDUCATIVA PURUNUMA											X		
15	UNIDAD EDUCATIVA NAMBACOLA											X		
17	UNIDAD EDUCATIVA QUILANGA												X	
18	UNIDAD EDUCATIVA LIC.MIGUEL ANTOLIANO SALINAS JARAMILLO (LAS ARADAS)													X

Anexo 2: Modelo de Encuesta



ENCUESTA DESTINADA A ESTUDIANTES DE TERCER AÑO DE BACHILLERATO DEL DISTRITO 11D06 CALVAS, GONZANAMÁ, QUILANGA – EDUCACIÓN.

Colegio o Institución:.....

Ubicación:.....

Objetivo de la encuesta: determinar la cantidad de estudiantes que al culminar el bachillerato continuaran con sus estudios superiores y su preferencia hacia las instituciones de educación superior.

1. ¿Al culminar su bachillerato que tiene planeado realizar?

Estudiar () Trabajar () Trabajar y estudiar ()

Otros(especificar).....

2. ¿Cómo financiará sus estudios superiores?

Con ayuda de sus padres () Con ayuda de otros familiares ()

Crédito educativo IECE () Con su propio esfuerzo ()

Otros(especificar).....

3. ¿Qué tipo de institución de educación superior escogerá para continuar sus estudios?

Instituto Tecnológico () Universidad () Otros ()

4. ¿En qué ciudad desarrollara sus estudios de nivel superior ?

Cariamanga () Loja () Fuera de la provincia de Loja ()

5. Considerando el próximo ciclo académico en que Institución estudiara:

Instituto Tecnológico Mariano Samaniego ()

UTPL ()

Universidad Nacional de Loja ()

Universidad Internacional ()

Otros(especificar).....

6. Si el Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego de la ciudad de Cariamanga ofertara nuevas carreras ¿estaría dispuesto a estudiar alguna de ellas?

Si () No ()



7. ¿Del listado siguiente que carrera le gustaría a Ud. seguir?

- | | | | |
|-------------------------------|-----|------------------------------|-----|
| Criminalista | () | Electricidad y mantenimiento | () |
| Diseño Gráfico | () | Metalmecánica | () |
| Diseñador de interiores | () | Laboratorio clínico | () |
| Tributación | () | Enfermería | () |
| Marketing | () | Gastronomía | () |
| Protección del medio ambiente | () | Estética Integral | () |
| Desarrollo infantil integral | () | Redes y telecomunicaciones | () |

8. ¿Qué modalidad de estudio elegiría Ud.?

- Presencial: lunes a viernes nocturno () Semipresencial: sábado y domingo ()
- Distancia: online ()

9. ¿Qué consideraría usted que debería tener la institución de nivel superior a la que desea asistir?

- Buenos docentes () Seguridad () Carreras novedosas ()
- Buena infraestructura () Otros especificar

10. Considerando su situación económica cuanto podría invertir en su educación de nivel superior.

- De \$190 a \$200 () De \$220 a \$500 ()
- Más de \$500 () Otros(especifique).....

Anexo 3: Modelo de Oficio

Cariamanga, 2 de Agosto del 2018

Sor. Guadalupe Vélez

RECTORA DE LA UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL “MARIA AUXILIADORA”

De nuestras consideraciones

Nosotras, Yuliana Stefania Díaz Romero con CI. 1104521388 y Ruth María Ordoñez Jiménez CI.1104750003, estudiantes del 5^{to} ciclo de la carrera de Administración de Empresas del “Instituto Tecnológico Superior Mariano Samaniego” de la ciudad de Cariamanga, nos dirigimos a usted para expresarle un cordial saludo y desearle éxitos en las funciones que usted desempeña como autoridad máxima de esta prestigiosa institución.

Como es de su conocimiento los alumnos del nivel superior, como un requisito para nuestra titulación debemos elaborar un proyecto de tesis para lo cual comedidamente solicitamos autorizar nuestro ingreso a las aulas de los 3^{ros} de bachillerato para realizar las encuestas que nos servirán para la elaboración de la misma.

Por la favorable atención que se le dé a la presente le expresamos nuestro más sincero agradecimiento.

Atentamente,

Yuliana Díaz Romero
Estudiante del ITSMS

Ruth Ordoñez Jiménez
Estudiante del ITSMS

Anexo 4 Fotografías del Desarrollo del Proyecto









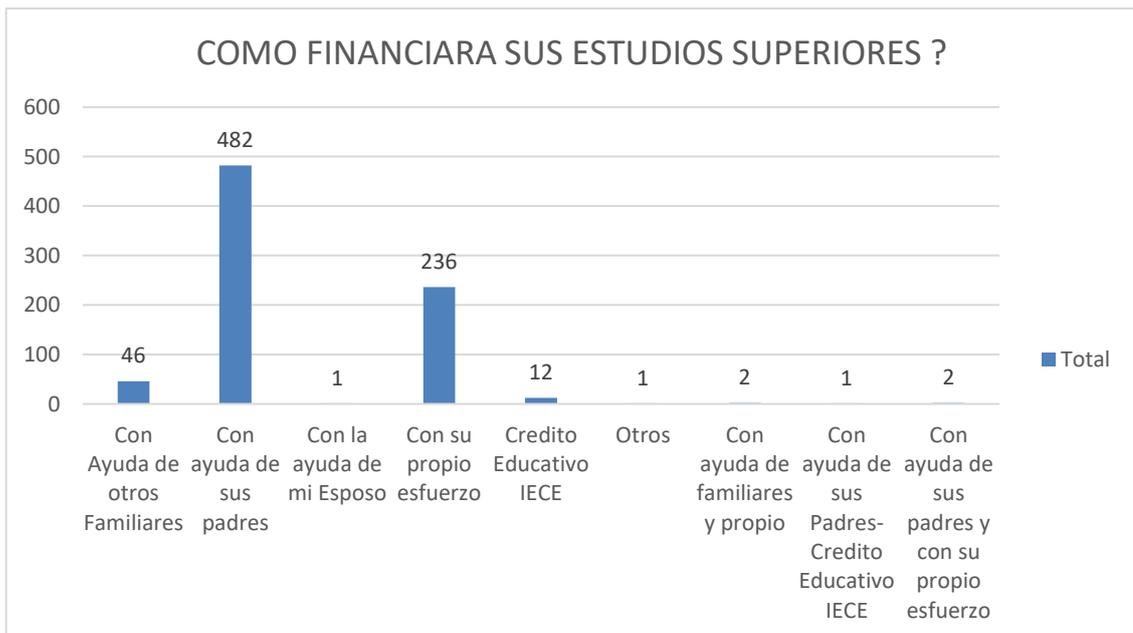
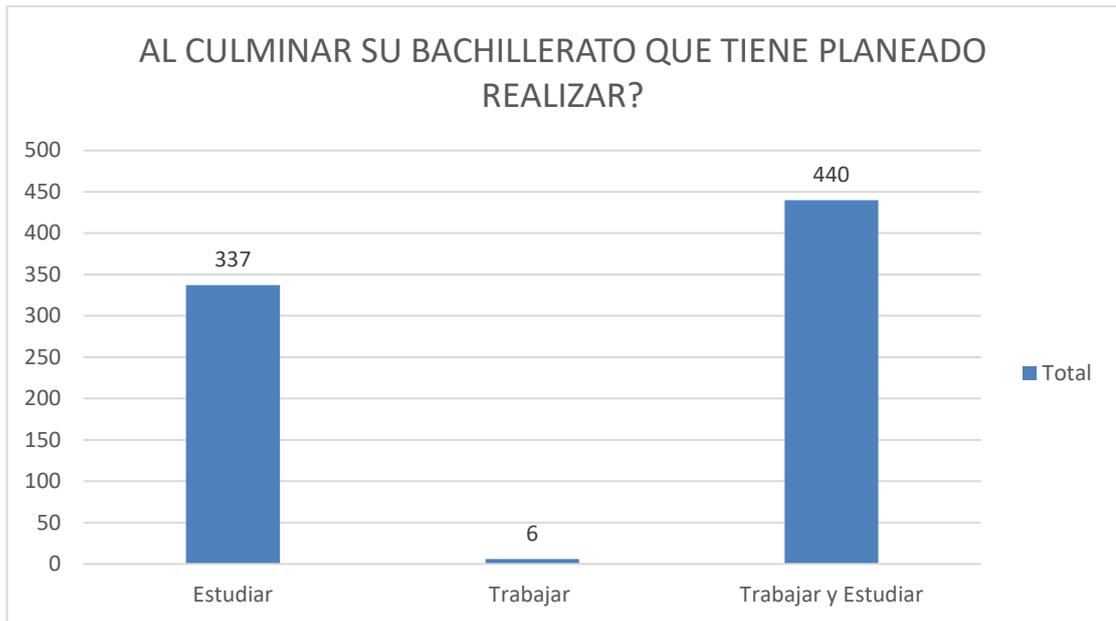


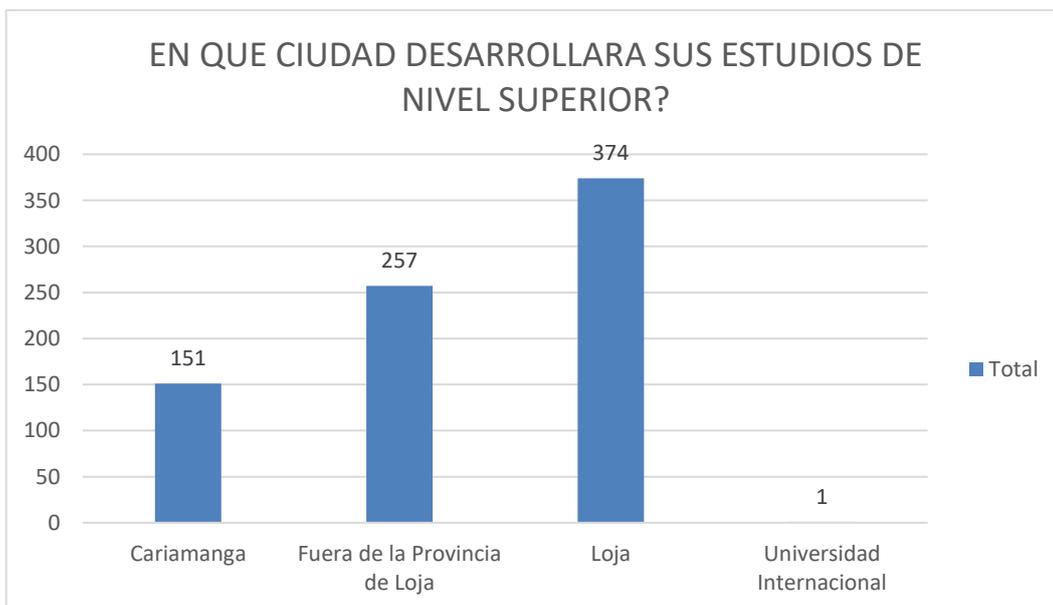
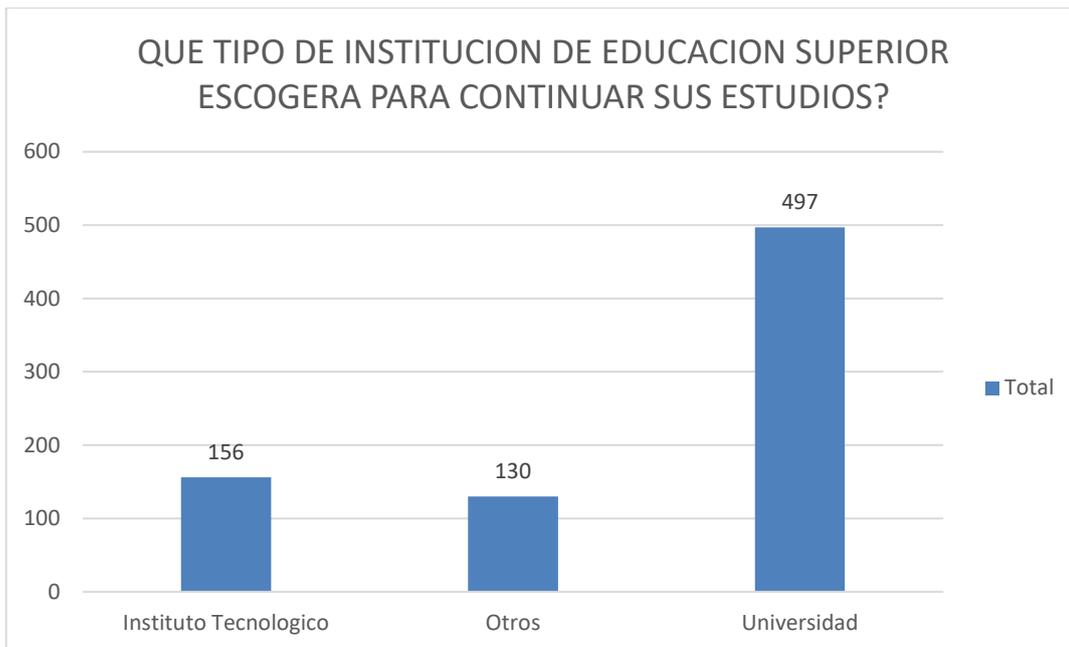


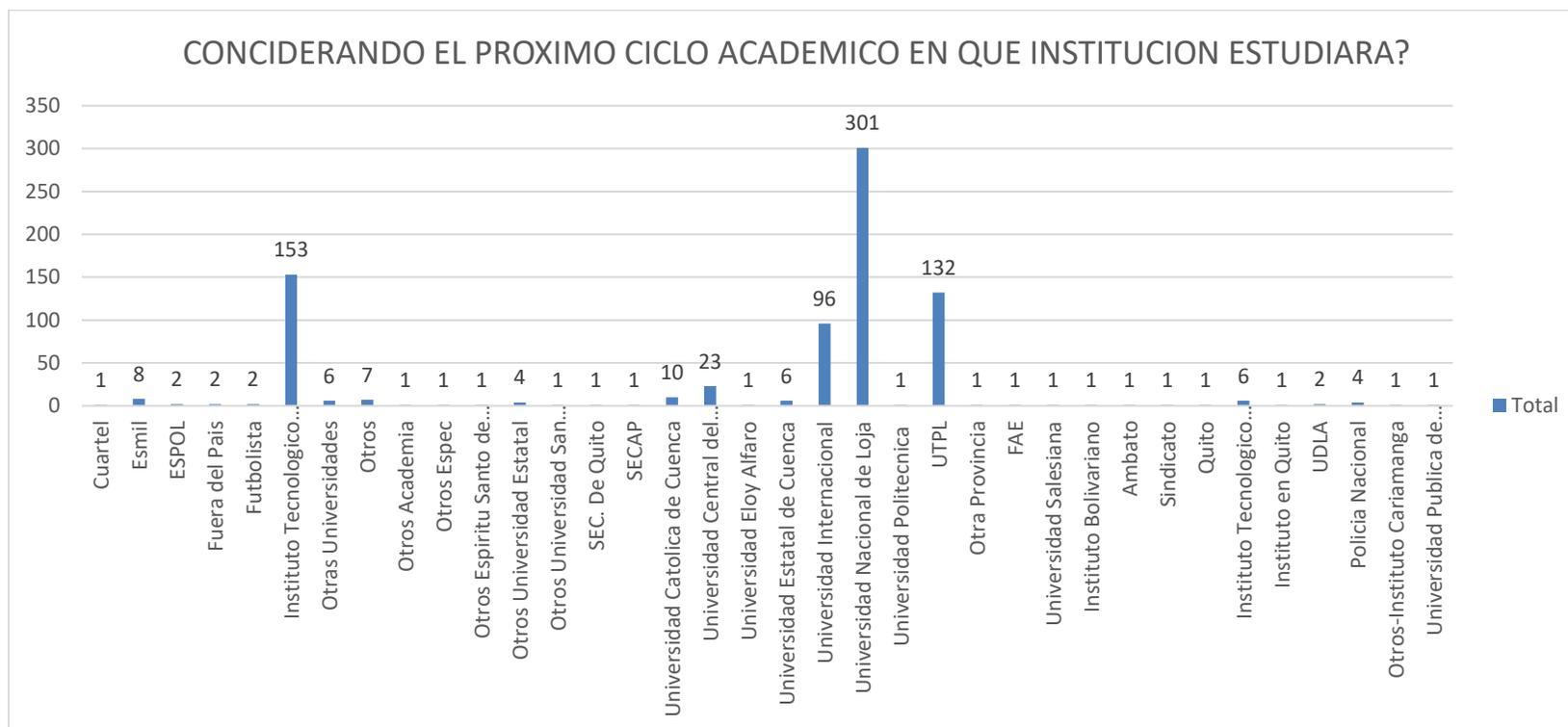


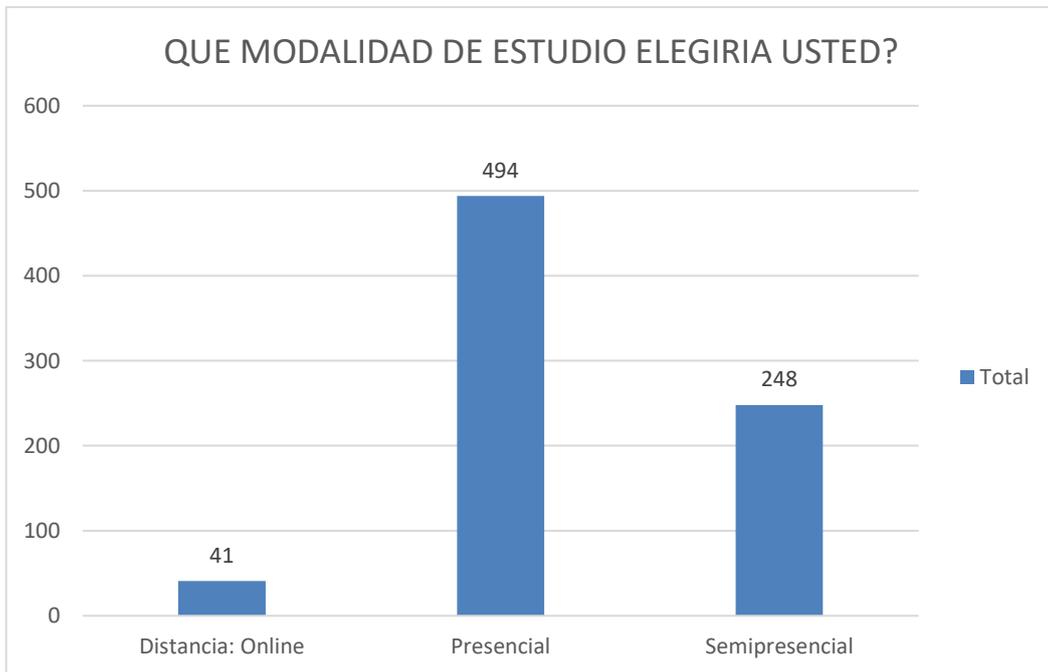
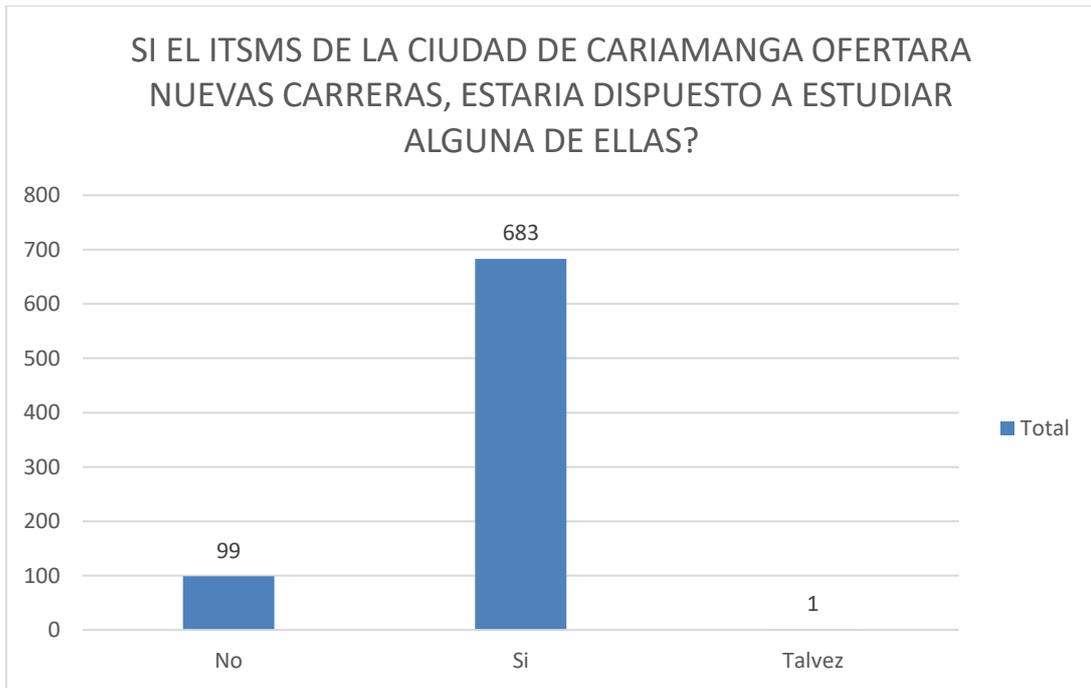


Anexo 5: Tabulaciones de la muestra del Proyecto

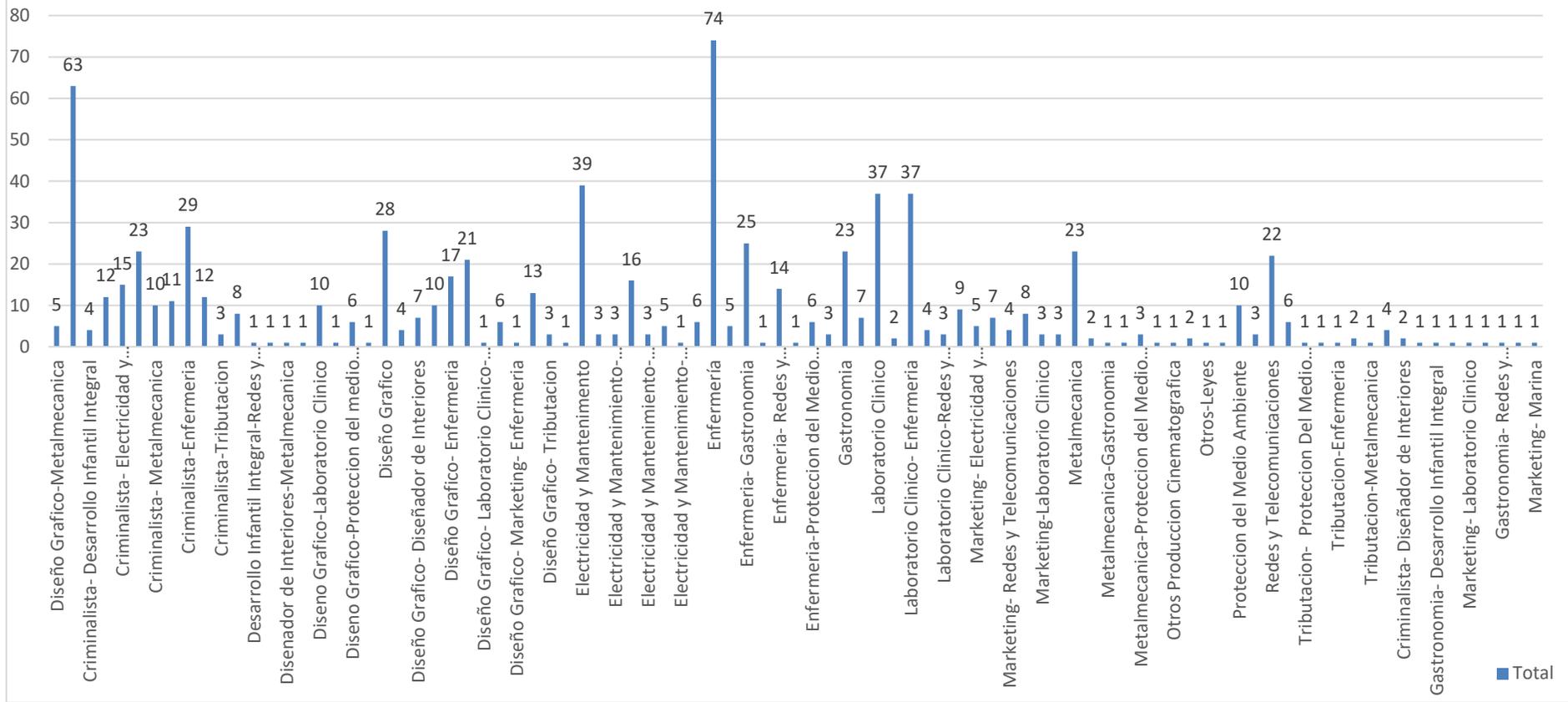




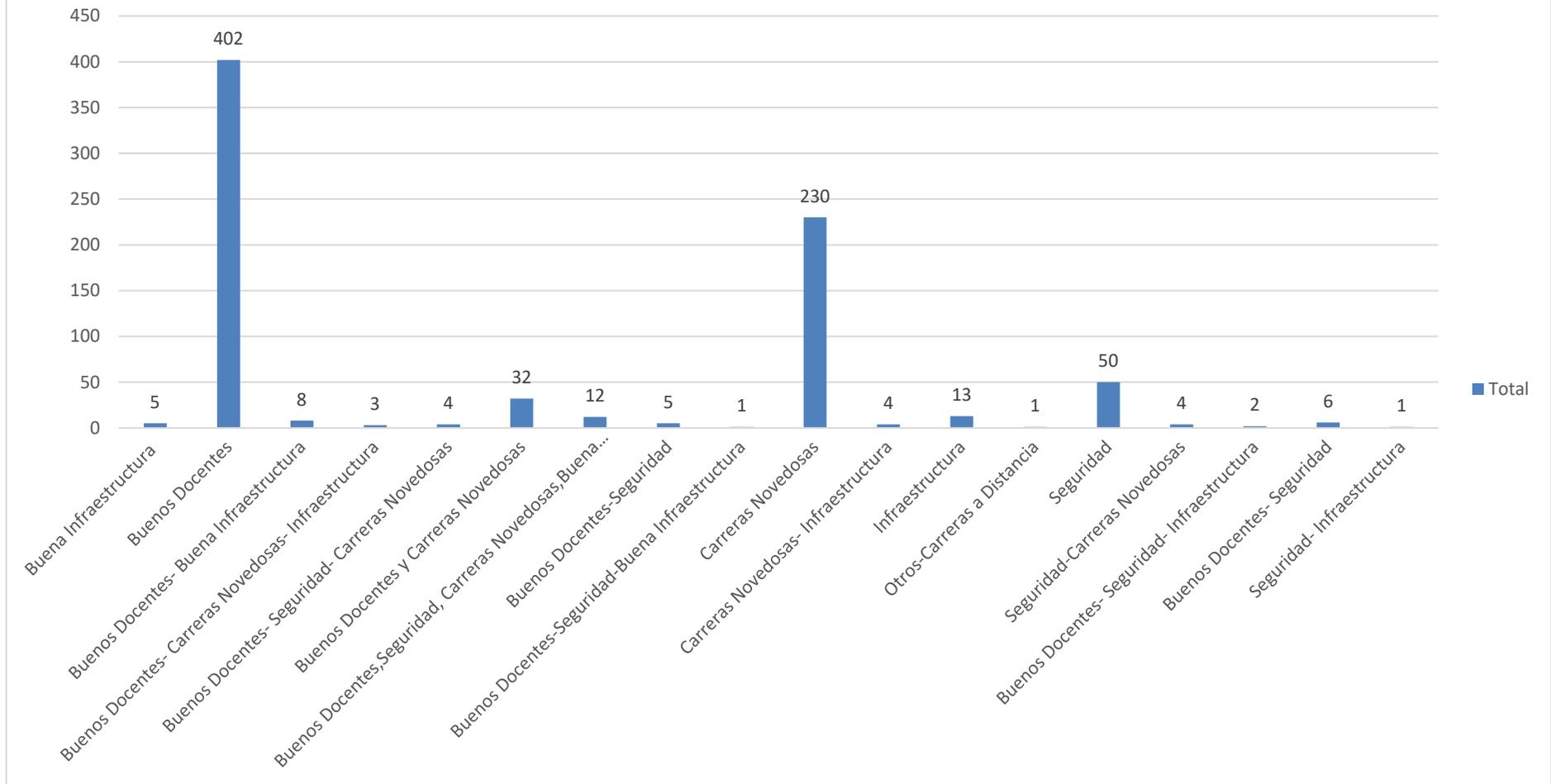




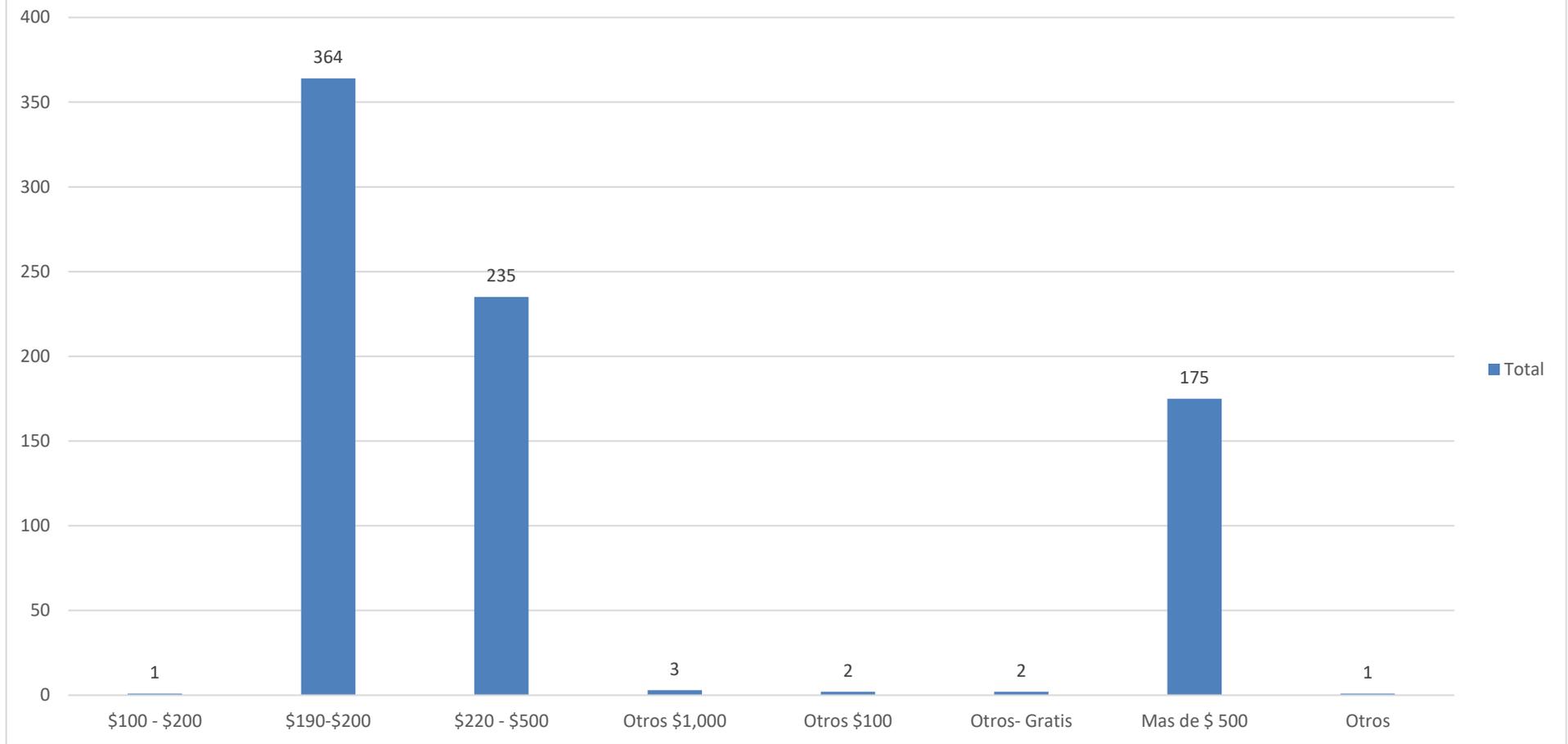
DEL LISTADO SIGUIENTE QUE CARRERA LE GUSTARIA A USTED SEGUIR?



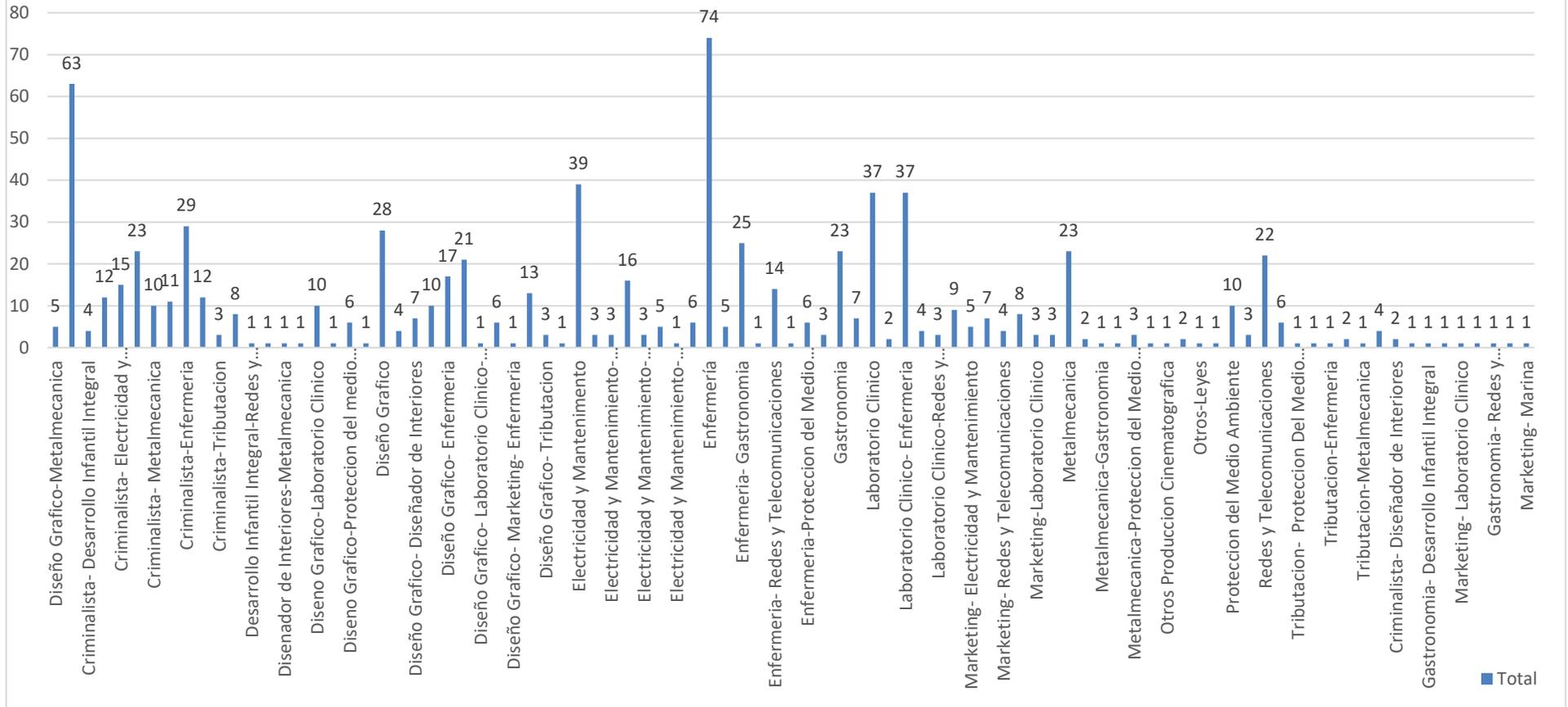
QUE CONSIDERARIA USTED QUE DEBERIA TENER LA INSTITUCION DE NIVEL SUPERIOR A LA QUE DESEA ASISTIR?



CONSIDERANDO SU SITUACION ECONOMICA CUANTO PODRIA INVERTIR EN SU EDUCACION DE NIVEL SUPERIOR?



DEL LISTADO SIGUIENTE QUE CARRERA LE GUSTARIA A USTED SEGUIR?



AL CULMINAR SU BACHILLERATO QUE TIENE PLANEADO REALIZAR?

