

EL CAMPAMENTO INFANTIL DE VERANO COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE UN INSTITUTO TECNOLÓGICO

A. García Castro¹

RESUMEN

La escasa información que tenían los habitantes de la región del Valle del Mezquital sobre la existencia de un Instituto Tecnológico en dicho lugar, era una de las causas principales por las cuales los servicios educativos de nivel superior que ofrece el Instituto eran poco conocidos. Ello ocasionaba que se confundiera al Instituto y la población de mayor cercanía no lo identificara plenamente.

Los 90 alumnos que conformaban la matrícula inicial expresaban su interés por participar en actividades en beneficio de la Institución (Instituto Tecnológico Superior del Occidente del Estado de Hidalgo, 2014).

En respuesta, el área de vinculación propuso a la Dirección General del Instituto realizar un campamento infantil de verano (Camping) dirigido a niñas y niños entre 4 y 12 años de edad, como estrategia de posicionamiento local.

Entre los resultados más importantes de haber realizado el Camping durante seis años que se efectuó, se destaca la integración e involucramiento de estudiantes de los diferentes programas educativos en la planeación y organización del evento; así como haber despertado en los participantes el gusto por la ciencia y la tecnología.

INTRODUCCIÓN

La competencia entre las instituciones educativas de nivel superior ha ido en incremento en el estado de Hidalgo con la apertura de nuevas universidades públicas y privadas, así como la expansión de la oferta educativa por parte de las instituciones establecidas. Gracias a esta situación los estudiantes que egresan de nivel medio superior tienen mayor número de opciones sin tener que abandonar su lugar de origen (Gobierno del Estado de Hidalgo, 2014).

La competencia lleva a las universidades e instituciones a ser mejores y a prestar sus servicios educativos con mayor calidad, lo que les permite crecer y prosperar. Esta situación implica que dentro de las Instituciones se tomen decisiones cuidadosamente pensadas sobre la posición que la Institución educativa desea y puede ocupar (Sistema Cety's Universidad, 2008).

Así es como las instituciones y organizaciones definen su estrategia de posicionamiento basadas en la ventaja competitiva que cada una de ellas destaca para diferenciarse una de otra (Ferrell & Hartline, 2008).

El posicionamiento se basa en percepciones. Cada persona percibe el mundo de distinta forma. Lo que para algunos es una universidad prestigiada para otros es elitista, lo que para una persona es una institución novedosa, flexible y económica, para otra es una escuela "patito". Por lo tanto, lo que piensen los alumnos actuales y potenciales, familiares y la comunidad en general tiene más peso que la opinión de los directivos (Sistema Cety's Universidad, 2008).

¹ Subdirectora Académica del Instituto Tecnológico Superior del Occidente del Estado de Hidalgo. garcia@itsoeh.edu.mx

Este trabajo presenta el resultado de haber llevado a cabo el Campamento Infantil de Verano como estrategia de posicionamiento local del Instituto Tecnológico del Occidente del Estado de Hidalgo, derivado de la problemática que se presentó en su etapa de creación. El proyecto se planteó a la Dirección General, mediante el departamento de extensión, prensa, comunicación y difusión en el año 2001, un año después que el Instituto iniciara labores.

Al conocer la propuesta, la Dirección General, así como la Subdirección de Administración y Finanzas, la Subdirección de Vinculación y Extensión, lo consideraron pertinente y relevante tomando en consideración el ciclo de vida del plantel, sugiriendo que se llevara a cabo en el mes de julio, una semana después que los estudiantes de nivel básico salieran de vacaciones de verano.

En junio de 2001 se llevó a cabo la difusión del “Camping 2001” en los municipios de mayor cercanía al Instituto.

Para la organización del evento, se tomó en cuenta la experiencia de otras instituciones a fin de enriquecer dicho proyecto. De tal forma que se realizó de manera interna una convocatoria dirigida a los estudiantes de los dos programas educativos que se ofertaban en ese año, para que participaran como monitores y a quienes se involucraron para la organización de las actividades.

Este trabajo se presenta después de haber realizado exitosamente el Campamento Infantil de Verano en seis ocasiones. Los resultados obtenidos coadyuvaron para que el Instituto sea actualmente reconocido de manera local e identificada regionalmente por el servicio educativo que brinda.

METODOLOGÍA

Para fines de este proyecto no se presentan hipótesis, debido a que es un trabajo cualitativo, de acuerdo al objetivo que se persigue es un proyecto aplicado al contexto de la Institución. Debido al alcance local que se pretende, el Camping tuvo cobertura en los municipios de mayor cercanía al Instituto, estos son: Mixquiahuala de Juárez, Progreso de Obregón, Tezontepec de Aldama, Francisco I. Madero, y Tlahuelilpan, Hgo. En la siguiente Tabla 1 se muestran los participantes por cada edición del Camping.

Tabla 1. Participantes al Campamento Infantil de Verano

	Núm. Participantes Mixquiahuala	Núm. participantes Progreso	Núm. Participantes Tezontepec	Núm. Participantes Francisco I. Madero	Núm. Participantes Tlahuelilpan	Núm. participantes otros municipios	Total
Camping 2001	37	18	4	0	2	2	63
Camping 2002	41	25	6	3	5	5	85
Camping 2003	49	30	12	11	8	10	120
Camping 2005	35	34	12	5	10	6	102
Camping 2007	31	42	4	5	7	1	90
Camping 2009	45	22	0	0	5	3	75
Total	238	171	38	24	37	27	535

Con la finalidad de brindar las actividades acorde a las edades de las niñas y niños participantes, fueron separados por categorías, las cuales se nombraron considerando tres especies de aves, a fin de connotar la pertinencia al Instituto, debido a que la mascota oficial es un águila. Las categorías fueron: de 4 a 7 años se nombraron “búhos”, de 8 a 10 años se identificaron como “gavilanes”, y de 11 a 12 años se conocieron como “águilas”.

Cada una de las categorías fue distinguida por un color primario: amarillo para los búhos, verde para los gavilanes, rojo para las águilas. Para hacer notoria esta distinción, se entregaron playeras a los participantes según correspondía y gafetes con fotografía. El personal organizador y monitores se identificaron también con una playera distintiva y gafete con fotografía.

La primera edición del Camping tuvo una duración de dos semanas, de acuerdo a lo autorizado por la Dirección General y la Subdirección de Administración y Finanzas. En los posteriores, se extendieron a tres semanas, considerando las sugerencias de los padres de familia y los participantes.

Las actividades que se brindaron a los participantes variaron de una edición a otra, considerando el grado de satisfacción de los participantes, sus expectativas, sugerencias, así como las capacidades del Instituto. En la Tabla 2 se muestran las actividades por edición.

Tabla 2. Actividades del Camping por edición.

Año	Actividades	Actividades que permanecieron en todas las ediciones
Camping 2001	<ul style="list-style-type: none"> • Computación. • Inglés. • Dibujo. • Artes plásticas. • Taller de valores. • Taller de ciencia. • Deportes: futbol, voleibol, baloncesto. • Noche de campamento: cuenta cuentos, búsqueda del tesoro perdido. Ceremonia de bienvenida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computación. • Inglés. • Artes plásticas. • Taller de valores. • Taller de ciencia. • Deportes • Noche de campamento.
Camping 2002	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de nudos para campamento. • Taller de primeros auxilios • Computación. • Inglés. • Artes plásticas. • Taller de valores. • Taller de ciencia. • Deportes: futbol, voleibol, baloncesto. Fiesta de bienvenida. Noche de campamento: cuenta cuentos, búsqueda del tesoro perdido. Viaje. 	
Camping 2003	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de cuenta cuentos. • Taller de teatro. • Taller de primeros auxilios. • Computación. • Inglés. • Artes plásticas. • Taller de valores. • Taller de ciencia. • Deportes: cachibol, futbol, baloncesto. Fiestas de bienvenida y clausura. Noche de campamento: cuenta cuentos, búsqueda del tesoro perdido, mini disco. Viaje. 	
Camping 2005	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de armado de casas de campaña. • Taller de teatro negro. • Taller de danza • Computación. • Inglés. • Artes plásticas. • Taller de valores. • Taller de ciencia. • Deportes: futbol, cachibol, baloncesto. Noche de campamento: cuenta cuentos, búsqueda del tesoro perdido, mini disco. Viaje. Fiestas de bienvenida y clausura. Encuentro con padres de familia 	
Camping 2007	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de baile moderno. • Taller de papiroflexia. • Computación. • Inglés. • Artes plásticas. • Taller de valores. • Taller de ciencia. • Deportes: futbol, cachibol, baloncesto. Noche de campamento: cuenta cuentos, búsqueda del tesoro perdido, mini disco. Viaje. Fiestas de bienvenida y clausura. Encuentro con padres de familia 	
Camping 2009	<ul style="list-style-type: none"> • Computación. • Inglés. • Artes plásticas. • Taller de valores. • Taller de ciencia. • Deportes: futbol, cachibol, baloncesto. Noche de campamento: cuenta cuentos, búsqueda del tesoro perdido, mini disco. Viaje. Fiestas de bienvenida y clausura. Encuentro con padres de familia 	

Para otorgar cada una de las actividades se contaron con el servicio de instructores; en las ediciones de 2001 a 2005, se contrataron instructores externos exclusivamente por ese periodo, generalmente se seleccionó a gente joven, profesionistas acorde al perfil de la actividad, proactivos, con gusto de trabajar con niños.

De 2001 a 2007 la coordinación y organización del Camping estuvo a cargo del titular del Departamento de Extensión, Prensa, Comunicación y Difusión; la edición 2009, a cargo del Departamento de Cultura y Deporte.

Adicional al equipo de trabajo y con la finalidad de sumar a los estudiantes del Instituto, mediante la Subdirección de Vinculación, se publicó una convocatoria para que los jóvenes estudiantes interesados en participar en los campamentos participaran como monitores, quienes tenían las siguientes funciones:

- Proponer diseños del material a utilizar para la difusión del camping.
- Participar en las reuniones de organización de las actividades.
- Supervisar el buen funcionamiento de las actividades.
- Supervisar el estado de las instalaciones.
- Supervisar la seguridad de los participantes.
- Apoyar a los instructores en el desarrollo de las actividades.
- Colaborar en la memoria gráfica de los campamentos.

A partir del año 2003, la participación de los alumnos del Instituto se intensificó, debido a que el proyecto fue considerado como parte de las actividades de servicio social que les ofrecía el Tecnológico para cumplir con este requisito dentro de su formación.

Los atractivos principales del campamento fueron los viajes que se realizaron a distintos puntos de la ciudad de México, principalmente, los cuales consistieron en lugares tales como: La Ciudad de los Niños, Papalote Museo del niño, Granja las Américas. En el estado de Hidalgo se visitó: el Museo el Rehilete. En el estado de México: la base aérea militar de Santa Lucía.

Otro de los atractivos más representativos consistió en las noches de campamento, donde se contaban entretenidas historias en las que se destacaron las principales leyendas del estado de Hidalgo; la búsqueda del tesoro perdido, donde los participantes resolvieron claves que involucraron el uso de pensamiento matemático para hallar el tesoro; la mini disco, donde las niñas y niños disfrutaron de una simulación de una disco real adaptada para menores; las fiestas de bienvenida y clausura, fueron actividades destinadas a involucrar a los padres de familia, mediante dinámicas que permitieron destacar el trabajo en equipo y los valores familiares.

En cuanto a la difusión del Camping se utilizó una estrategia publicitaria que constó de elaboración de material informativo, tales como folletos y carteles, los cuales fueron distribuidos por representantes del Instituto en puntos estratégicos: escuelas de nivel básico, presidencias municipales y plazas públicas. El diseño del material utilizó colores primarios, destacando el uso del amarillo, que representó la juventud.

A fin de brindar a los participantes mayor seguridad durante su estancia en el Instituto se contrató un seguro para gastos médicos en caso de sufrir algún accidente, alerno a ello se contó con servicio médico brindado por el personal del Instituto, y la supervisión durante el desarrollo de las actividades a cargo de los alumnos monitores.

Desde el proceso de inscripción al campamento se registró al familiar responsable de cada participante, a quien se emitió un pase que lo identificaba, con la finalidad que lo mostrara al personal de vigilancia del Instituto tantas veces le fuera requerido para poder ingresar a las instalaciones y trasladar a su hogar a los menores.

El involucramiento de los padres de familia fue un factor muy importante en las actividades del campamento; durante la participación de ellos estuvo presente personal directivo del Instituto, quienes también participaron en las dinámicas a fin de dar mayor relevancia a la convivencia.

Durante los campamentos también se sumó al personal docente mediante los talleres de ciencia, quienes realizaron experimentos, demostraciones o recorridos guiados en los laboratorios; para ello se preparó material práctico acorde a las edades de los participantes. La estrategia de fijación del precio por inscripción estuvo basada en la demanda del mercado, pues se determinó con base en las expectativas de los clientes y la situación económica de los municipios aledaños al Instituto (Ferrell & Hartline, 2008). Cada edición del Camping fue autofinanciable y representó ingresos al Instituto, debido a que la cuota que se cobró por cada participante fue calculada mediante el cálculo del punto de equilibrio en término de ingresos: $\text{Punto de equilibrio} = \text{Costos fijos} / \% \text{Contribución marginal}$. Donde $\% \text{Contribución Marginal} = \text{Contribución marginal} / \text{Precio de Venta}$ (Sapag & Sapag, 2004); de tal forma que se concluía que para cubrir los costos fijos totales era necesario inscribir determinado número de participantes para así obtener ingresos fijados en las metas institucionales.

Con la finalidad de mejorar cada edición del campamento, se realizó una encuesta de satisfacción al finalizar cada Camping. La encuesta consistió en cinco preguntas, cuatro de ellas utilizando la escala de Likert, con cinco niveles de respuesta: 1. No me gusta nada, 2. No me gusta, 3. Ni me gusta y ni me disgusta, 4. Me gusta, 5. Me gusta mucho (Churchill Jr., 2003). Estas respuestas se representaron con símbolos como se muestra en la Figura 1, a fin de adaptarlo al tipo de encuestados. Una de las preguntas fue abierta, en la que los participantes manifestaron sus sugerencias para mejorar el campamento.



Figura 1. Escala de Likert utilizada en encuesta de satisfacción

El total de los participantes constó de 535 niñas y niños, de los cuales 477 en total contestaron las encuestas, debido a que algunos de los niños de edades entre 4 a 5 años no

mostraron interés por contestarla y algunos de los participantes en general no asistieron el día final en que fue aplicada.

Tomando en cuenta las excepciones antes citadas, los participantes encuestados representaron el 89.15% del total de la población, observándose un indicador lo suficientemente alto para validar los resultados como definidos por todo el universo.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de las evaluaciones de satisfacción de los participantes fueron analizados y presentados a la Dirección General de manera anual mediante el departamento de Extensión, Prensa, Comunicación y Difusión. En forma general, el Camping fue evaluado como bueno. En las Figuras 2 a la 5 se observan gráficamente el resultado de las encuestas.



Figura 2. Gráfica de satisfacción de actividades deportivas

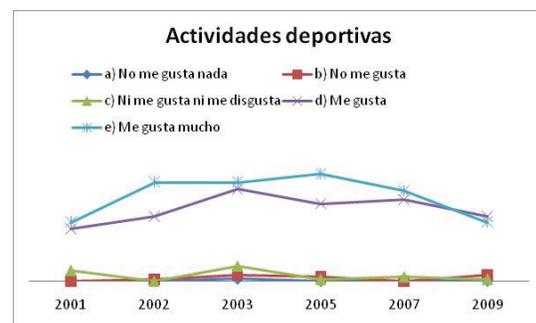


Figura 3. Gráfica de satisfacción de actividades académicas

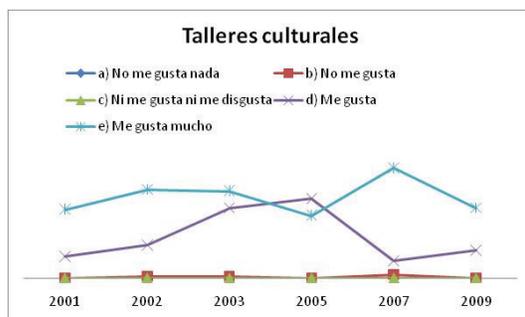


Figura 4. Gráfica de satisfacción de talleres culturales



Figura 5. Gráfica de satisfacción de atractivos del Camping

Las sugerencias que los participantes expresaron en las encuestas fueron consideradas para mejorar la edición del Camping siguiente.

Adicional al grado de satisfacción de los participantes, a 13 años que el Instituto haya iniciado labores, el Camping coadyuvó para obtener los siguientes resultados:

- Se logró despertar el interés de las niñas y niños participantes por conocer temas de ciencia y tecnología con aplicación a los programas educativos que oferta el Instituto, al grado que algunos de los participantes eligieron al ITSOEH como su opción para continuar sus estudios de nivel superior, dos estudiaron Ingeniería en Sistemas Computacionales, una de ellas egresada del Instituto.

- Al involucrar a los estudiantes del Instituto en la planeación y organización del Camping, coadyuvó a su formación profesional.
- Uno de los logros más importantes, fue cumplir con el objetivo del proyecto al dar a conocer los servicios educativos de nivel superior que oferta el Instituto. El Camping contribuyó para que los municipios de mayor cercanía lo identificaran y reconocieran plenamente.

CONCLUSIONES

- El Campamento Infantil de Verano fue un proyecto institucional que coadyuvó de manera positiva para que el ITSOEH se posicionara local en su etapa de creación y crecimiento.
- El Camping fue un proyecto evaluado como bueno que involucró de manera interna a estudiantes y personal administrativo y directivo, logrando el éxito del proyecto demostrado mediante el trabajo en equipo.
- El objetivo planteado fue alcanzado y rebasó lo esperado al lograr que los participantes no sólo participaran en un evento organizado por el Instituto, además significó una experiencia positiva en las niñas y niños participantes.

BIBLIOGRAFÍA

Churchill Jr., G. (2003). *Investigación de Mercados. Cuarta edición*. México: Thomson.

Ferrell, O., & Hartline, M. (2008). *Estrategia de marketing. Tercera Edición*. México: Cenage Learning Editores.

Gobierno del Estado de Hidalgo. (2014). *Actualización del Plan Estatal de Desarrollo 2001-2016*. Pachuca de Soto.

Instituto Tecnológico Superior del Occidente del Estado de Hidalgo. (Marzo de 2014). Proyecto Institucional de Fortalecimiento del Instituto Tecnológico Superior del Occidente del Estado de Hidalgo (PIFIT) 2014-2018. Mixquiahuala de Juárez, Hidalgo.

Sapag, N., & Sapag, R. (2004). *Preparación y evaluación de proyectos. Cuarta edición*. México: Mc Graw Hill Interamericana.

Sistema Cetys Universidad. (2008). El posicionamiento de las instituciones de educación superior. *Arquetipos*, 17-23.