

DESAFÍO LATAM , ACADEMIA DE TALENTOS DIGITALES

Natalia Milena Morales Rodríguez

Colegio de Estudios Superiores de Administración
Pregrado-Administración de Empresas
Bogotá
2019

DESAFÍO LATAM , ACADEMIA DE TALENTOS DIGITALES

Natalia Milena Morales Rodríguez

Director: Carlos Mansilla

Colegio de Estudios Superiores de Administración
Pregrado-Administración de Empresas
Bogotá
2019

Índice

<i>Introducción</i>	6
1.2 Resumen	6
1.3 Problema	7
1.4 Pregunta de investigación	7
1.5 Justificación	7
<i>Objetivos</i>	9
2.1 Objetivo General	9
2.2 Objetivos Específicos	9
<i>3. Marco Conceptual</i>	10
<i>4. Marco Teórico</i>	11
4.1 Acerca Desafío Latam	11
4.2 Metodología Educativa	13
4.3 Programas Académicos	15
4.5 Activos importantes de Desafío Latam	19
<i>5. Analisis PESTEL</i>	27
5.1 Factores Políticos	27
5.2 Factores Económicos	29
5.3 Factores Sociales	31
5.4 Factores Tecnológicos	34
5.5 Factores Ambientales	36
5.6 Factores Legales	36
5.7 Conclusiones del Análisis PESTEL	37
<i>6. Metodología</i>	39
6.1 Material	39
6.2 Diseño Muestral	40
6.3 Selección de la Muestra	44
<i>7. Resultados y Cumplimiento de Objetivos</i>	45
7.1 Posicionamiento General	45
7.3 Percepción de los alumnos	51

7.4 Cambio de nombre	53
8. Conclusiones	55
9. Anexos	57
9.1 Cuestionario	57

Tabla de Graficos

COMPARACIÓN SEMANAS DE CLASES 1	14
CRECIMIENTO 1	13
MODELO CURSOS FLIPPED CLASSROOM 1	14
POBLACIÓN POR COMUNA 1	40
INGRESO 1	45
GÉNERO 1	45
POSICIONAMIENTO DE ACADEMIA DESAFÍO LATA 1	46
POSICIONAMIENTO POR GÉNERO 1	46
ATRIBUTOS IMPORTANTES 1	47
ATRIBUTOS IMPORTANTES POR GÉNERO 1	47
ATRIBUTOS 1	48
RECONOCIMIENTO DE DESAFÍO LATAM 1	49
¿QUÉ ES DESAFÍO LATAM? 1	50
ATRIBUTOS MENOS DESTACADOS 1	53
CAMBIO DE NOMBRE 1	54
SEGÚN GÉNERO 1	54

1. Introducción

1.2 Resumen

Hoy estamos ante un gran desafío, para el 2020 se proyecta un déficit de 450 mil profesionales de las tecnologías de la información en Latinoamérica según estudios IDC. Además las instituciones de educación tradicional han demostrado que a través de sus formatos de carreras largas, extensas y centradas en lo teórico, son incapaces de satisfacer todas las competencias necesarias que está demandando la industria. Así también por parte de los alumnos hay una insatisfacción, ya que se ven frente a carreras poco prácticas y no actualizadas.

Por lo que la educación no ha sido transformada como otras áreas de nuestras vidas con la tecnología. La clase tradicional profesor-alumnos debe abrir espacios a nuevas experiencias de aprendizaje. Es así de donde nace Desafío Latam.

Desafío Latam nace hace más de 5 años, abriendo sedes en México y Colombia, desafortunadamente no tuvo la misma suerte que tuvo en Chile y tuvo que cerrar casi al año de haber empezado operaciones.

Posteriormente viendo estadísticas y comparando números, concluyeron que la necesidad no era solo en Chile sino en toda latinoamérica, por lo que se decidió nombrarla DESAFÍO LATAM. Entendiendo que la LATAM es la sigla para latino américa. Durante el periodo que lleva en funcionamiento este gran emprendimiento, nunca se han visto en problemas financieros, es más sus proyecciones siempre han sido los mejores escenarios.

Pero hoy tiene un gran dilema, pues se les confunde con la aerolínea Latam que también es chilena. Los socios han construido con mucho esfuerzo y dedicación este proyecto por lo que su nombre tiene demasiado valor para ellos; dentro de los planes de los socios definitivamente no está cambiar el nombre.

Por lo que para este trabajo se ha considerado hacer una investigación que permita proponer una solución ante el problema mencionado anteriormente.

" Al ser una academia tan nueva, tienen poca recordación de marca y además los confunden con la aerolínea Latam".

1.3 Problema

Al ser una academia tan nueva, tienen poca recordación de marca y además los confunden con la aerolínea Latam.

1.4 Pregunta de investigación

¿Cual debe ser la estrategia de mercado que se debe implementar para ser recordados como la mejor academia de programación Chilena?

1.5 Justificación

Desafío Latam es la única academia de programación con cursos tipo boot-campo en Santiago de Chile. Hoy el negocio ha crecido en un 200% anual, gracias al déficit de programadores en

Chile. Pero aun así por su nombre muchas veces se confunde con la aerolínea LATAM.
Aunque es la única academia de programación es poco reconocida.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Hacer una investigación donde se logre identificar si Desafío Latam es **reconocida** por sus cursos cortos de excelencia, para capacitar desde cero a cualquiera que se quiera convertir en programador.

2.2 Objetivos Específicos

1. Hacer un análisis PESTEL para lograr identificar oportunidades y amenazas del entorno Chileno y así conocer el mercado.
2. Lograr identificar el posicionamiento de marca de “Desafío Latam” dentro de mundo digital chileno.
3. Lograr identificar si Desafío Latam es reconocida en el mundo digital chileno como una academia de programación.
4. Identificar si es necesario cambiar el nombre de la academia o si no es necesario.

3. Marco Conceptual

Bootcamp: Cursos corto que de alta intensidad en alguna materia.

Blended Learning: La expresión (en inglés, blended learning) hace referencia a la combinación de la capacitación presencial (con profesores en un aula) con la educación online (cursos en internet o medios digitales).

Fullstack: En informática, un conjunto de soluciones, es un set de sistemas o componentes necesarios para realizar una solución funcional y robusta.

Front End: El desarrollo web Front-end consiste en la conversión de datos en una interfaz gráfica para que el usuario pueda ver e interactuar con la información de forma digital usando HTML, CSS y JavaScript.

Android: Es un sistema operativo móvil desarrollado por Google, basado en Kernel de Linux y otros software de código abierto. Fue diseñado para dispositivos móviles con pantalla táctil, como teléfonos inteligentes, tabletas, relojes inteligentes, automóviles y televisores.

SENCE: El Servicio Nacional de Capacitación y Empleo es un organismo técnico del Estado de Chile, dependiente del Ministerio del Trabajo y Previsión Social.

4. Marco Teórico

4.1 Acerca Desafío Latam

Desafío Latam es una academia de talentos digitales nacida el 2014 en Santiago de Chile, ofrece programas educacionales de especialidades en programación y tecnología en formatos semi-presenciales, permitiendo que personas sin conocimientos previos se puedan insertar, en poco tiempo, en un mercado laboral de alta demanda.

Se ha construido una metodología de vanguardia, donde los alumnos ven contenidos de manera online a su propio ritmo para luego resolver problemas reales junto a sus compañeros y tutores en clases.

Es así que se desarrolló una plataforma que permite de manera sencilla llevar el seguimiento de los alumnos, facilitar el acceso a los más de 2000 videos, 200 actividades prácticas, 120 pruebas de autoevaluación y entregar incentivos para facilitar el aprendizaje hasta el final. Así el foco está en alumnos y en entregar herramientas para el trabajo del profesor.

A la fecha se han dictado cursos en 3 países a más de 1200 alumnos

Misión

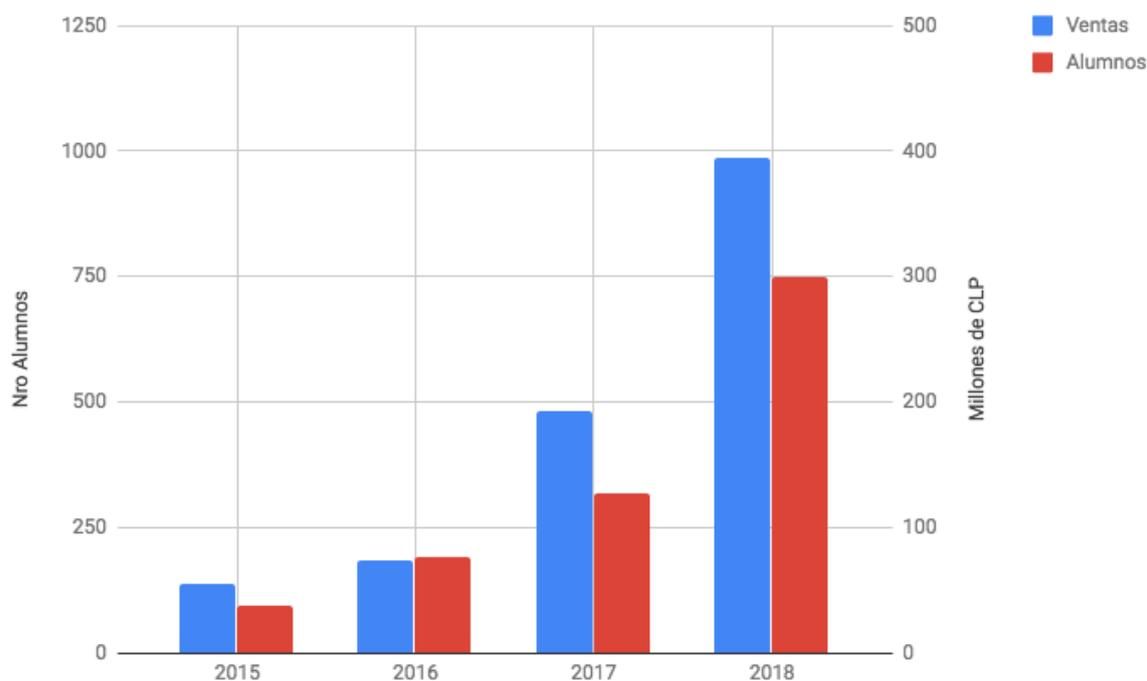
Se busca impactar el desarrollo de Latinoamérica a través de la formación de personas en tecnologías de vanguardia, generando una transformación profesional en ellas, en una comunidad desafiante, mediante un modelo flexible y enriquecido.

Valores

1. **Tecnología para la innovación y el emprendimiento:** Como parte del ecosistema de innovación, a través de sus iniciativas se busca apoyar la innovación y el emprendimiento para responder a las distintas tendencias tecnológicas emergentes. Se quiere desarrollar la inquietud por la creación y el desarrollo de nuevas soluciones que a través de las nuevas tecnologías cambien nuestro mundo.
2. **Todos pueden:** Se tiene la convicción de que, sin importar los conocimientos previos de cada uno, si existe confianza y determinación, todos pueden desarrollar las competencias para ser protagonistas en el mundo digital. Es por eso que se buscan metodologías y estrategias inclusivas que acojan y apoyen a todos los que tengan un genuino interés por aprender.
3. **Somos Comunidad:** Desafío Latam es una comunidad que se centra en el valor de cada persona y que vive el proceso de aprendizaje compartiendo experiencias a través de metodologías sistemáticas y de la convivencia en un ambiente constructivo y cercano.

Es clave para el éxito del proyecto que se vivan estos valores en todas las etapas y que cada miembro de la organización lo viva y lo incentive

Crecimiento



Crecimiento 1

Elaboración Propia

4.2 Metodología Educativa

Se trabaja con metodologías de aprendizaje que buscan sacar el máximo de provecho de las horas presenciales, aprovechando el potencial del aprendizaje online. Todos los cursos trabajan con el paradigma de aprender haciendo y el aprendizaje por desafíos.

Se incentiva la innovación, el aprendizaje desde el error, la curiosidad del alumno, la interacción entre pares y la mentoría de profesores y ayudantes. Se busca generar instancias de aprendizaje prácticos, cercanos a la realidad laboral.

En este contexto se están construyendo cursos con la modalidad Blended Learning o Flipped Classroom, donde el contenido teórico se revisa por los alumnos a su propio ritmo, para luego

venir a clases presenciales a realizar trabajo práctico en compañía de sus compañeros, profesores y ayudantes.



Modelo cursos Flipped Classroom 1

Elaboración Propia

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Tradicional 10 créditos	Clases		Clases		Clases	
Modelo ADL 12 créditos	Clases Ejercicios	Repaso en Casa	Clases Ejercicios		Estudio en Casa	Estudio en Casa

Comparación Semanas de Clases 1

Elaboración Propia

Beneficios de la Metodología

- Cada persona va a su propio ritmo y adquiere el contenido como mejor entiende.
- Se maximizan las horas de código en clases para sacar provecho a la relación docente/alumno
- La clase se convierte en una comunidad de aprendizaje donde se apoyan, comparten material y se acompañan en el proceso.
- El alumno se convierte en protagonista de su aprendizaje. Aprenden a buscar información más allá de lo que se les entrega, habilidad importante para un desarrollador.
- Mayor homogeneización del servicio educativo, manteniendo la calidad deseada.
- Menos horas presenciales a mayor horas de estudio
- Se aprende mucho más en la práctica, por eso las clases en su mayoría son con las manos en el código.

4.3 Programas Académicos

- **Bootcamp Desarrollador Full Stack**
 - Perfil de Egreso: Entrega las competencias para desarrollar aplicaciones web utilizando Ruby on Rails. Esto permite al alumno crear aplicaciones web desde cero, trabajar como programador y seguir aprendiendo de forma autónoma
 - Perfil Ingreso: Conocimientos básicos de informática
 - Formato:
 - Intensivo Presencial: 10 semanas (Asistencia de Lunes a viernes)
 - Part-time Semipresencial: 31 semanas (Asistencia 2 días a la semana)

- Contenidos: Ruby on Rails, SQL, Javascript, HTML 5, CSS 3, Git, etc.
- Bootcamp Analista Data Science: Programa modular de momento se cuenta con el desarrollo completo de:
 - Fundamentos Data Science
 - Perfil Egreso: Está diseñado para instruir a los alumnos en las principales técnicas de análisis de datos, en el mundo de la programación orientada a la estadística, y en el desarrollo de capacidades críticas de interpretación de resultados.
 - Formato: 8 semanas (Asistencia 2 días a la semana)
 - Contenidos: Python, Programación Aplicada Estadística, Intro a Machine Learning, Jupyter Notebook, Modelación.
- Bootcamp Desarrollador Front End
 - Perfil Egreso: Los participantes del curso de desarrollo frontend son capaces de realizar sitios web dinámicos y autoadministrables. Podrán sumarse a equipos de desarrollo web o realizar proyectos propios. Logran un conocimiento profundo de HTML y CSS, entienden el funcionamiento de grillas para desarrollo adaptable a las pantallas, manejan el CMS Wordpress desde la administración y desde la creación de plantillas desde cero y son capaces de entender e integrar elementos con Javascript y jQuery.
 - Formato:
 - Intensivo Presencial: 5 semanas. (Asistencia de Lunes a Viernes)
 - Part-time Semipresencial: 20 semanas. (Asistencia 2 días a la semana)
 - Contenidos: HTML 5 y CSS 3, Bootstrap, Javascript, JQuery, Git, Wordpress.

- **Bootcamp Desarrollador Android**
 - Perfil Egreso: Al terminar el curso el alumno podrá desarrollar de forma autónoma aplicaciones con cuentas de usuario e interacciones entre dispositivos y consumo de servicios REST.
 - Formato:
 - Intensivo Presencial: 7 semanas. (Asistencia de Lunes a Viernes)
 - Part-time Semipresencial: 20 semanas. (Asistencia 2 días a la semana / sábado)
 - Contenidos: Android Studio, Java, Firebase, Git/ Github, Material Design y manejo de fotos.

- **Bootcamp Desarrollador Videojuegos**
 - Perfil Egreso: Los participantes son capaces de entender el procesos de construcción de un videojuego. Logra manejar la plataforma Unity y el manejo de herramientas gráficas, para el desarrollo de sistemas en 2D y 3D
 - Formato:
 - Part-time Presencial: 15 semanas. (Asistencia 3 días a la semana)
 - Contenidos: Unity, C#, Animación 2D y ·3D, Gestión de VJ

- **Bootcamp Especialista Marketing Digital**

- Perfil Egreso: Los participantes adquieren las herramientas para implementar el Marketing Digital desde la estrategia hasta la evaluación de la campañas. Podrá crear campañas pagadas en Google y Facebook, así como mejorar el posicionamiento orgánico de un sitio web.
- Formato:
 - Part-time Semipresencial: 15 semanas. (Asistencia 2 días a la semana)
- Contenidos: Estrategia Digital, Adwords, Facebook Ads, Tag Manager, Analytics y Data Studio.

- Curso Introducción a la Programación para Niños
 - Perfil Egreso: Es el primer acercamiento con la programación, de manera dinámica y sin conocimientos de códigos. Los participantes tendrán experiencia en programación con bloques, generarán creatividad y confianza con el computador.
 - Formato:
 - Part-time presencial: 6 semanas
 - Contenidos: Scratch, conceptos básicos y vocabulario de la Ciencia de la Computación, juegos algoritmo, creación de variables y condiciones a la máquina.

- Curso React
 - Perfil Egreso: Curso práctico de la Librería React, donde profesionales con conocimiento en Javascript entienden la lógica de desarrollo con React.
 - Formato
 - Part-time presencial: 7 semanas

- Contenidos: Introducción a ReactJS, Estado y Redux, Formularios en ReactJS, Efectos secundarios con Redux saga.

4.5 Activos importantes de Desafío Latam

A. Infraestructura

Para una óptima implementación de una sede Desafío Latam se recomienda un espacio con al menos dos salas de 20 a 30 personas cómodamente sentadas. Se recomienda al menos 1.5 m² por estudiante.

Se debe considerar

- Branding de salas y espacios comunes
- Espacio donde estudiantes puedan comer o preparar una bebida caliente
- Internet estable y buena velocidad
- Proyector y pizarra por sala
- Calefacción / AC
- Se recomienda que cada mesa tenga al menos 80cm por alumno
- Distribución de la sala en grupos para presencial y Flipped Classroom

B. Recursos Humanos

Se requieren para el correcto funcionamiento de una sede los siguientes roles:

- Matrículas
 - Búsqueda de prospectos
 - Llamado a prospectos
 - Reuniones presentación
 - Venta

- Marketing/Eventos
 - Marketing digital
 - Diseño
 - Gestión de eventos

- Finanzas
 - Facturación
 - Firmas de Acuerdos de Participación
 - Cobranza
 - Administración contable

- Coordinación
 - Reclutamiento Docente
 - Control de calidad
 - Coordinación Académica

- Líder de Comunidad
 - Felicidad de Alumnos
 - Organización de actividades de comunidad

- Comunicación con alumnos y resolución de conflictos
- Seguimiento de Alumnos
- Director de Sede
 - Administración y Aseo
 - Reportes Franquicia
 - Administración financiera
 - Gestión Equipo

C. Equipo Docente

Parte fundamental del proceso educativo son los docentes. En el modelo Desafío Latam buscamos que el equipo docente sea capacitado en las últimas tecnologías, tenga conocimiento prácticos, sea cercano con los alumnos y motive a todo el grupo. Contamos con un proceso de selección que se centra en la motivación de los docentes, además de las habilidades técnicas necesarias. Cada curso debe disponer de:

- 1 Profesor
- Sobre 12 alumnos 1 Ayudante por cada 8 alumnos adicionales

D. Marketing y Eventos

El Marketing Digital es la principal fuente de captura de potenciales alumnos, pero esto se debe complementar con instancias de cercanía con el entorno. Para esto se realizan Charlas Informativas, Eventos de Difusión, Talleres Gratuitos y otras instancias que permite acercar la Academia a más gente.

E. Comunidad

Tan importante como la calidad docente es la construcción de comunidad. Para esto se deben generar diferentes instancias de encuentro. Cada sede debe preocuparse de construir una comunidad sólida para esto se necesita:

- Eventos de lanzamiento y cierre de cursos, donde se les entrega merchandising (camisetas, stickers, etc.), se comparte alimentación y se promueven los valores de la institución.
- Eventos de Comunidad:
 - Asado de Comunidad
 - Meetups

F. Contenido y Actualización

Una de las inversiones más importantes que se ha realizado es la construcción del contenido de todos los cursos. Contamos con un equipo multidisciplinario que se preocupa de mantener los cursos actualizados, alineados a los perfiles de ingreso, conectados con las necesidades del mercado, con las experiencias prácticas y con un proceso de aprendizaje coherente.

La construcción de un curso consiste en:

1. La levantamiento de roles y perfil profesional
2. Construcción de Perfil de Egreso y Programa

3. Docente especialista se encarga de la construcción del contenido que considera:
 - a. Definición de secuencias didácticas para cada contenido
 - b. Material de lectura y/o audiovisual con el contenido de apoyo
 - c. Presentaciones de apoyo para sesiones presenciales
 - d. Actividades presenciales/desafíos y quizzes
 - e. Evaluaciones y rúbricas
4. Auditoría por docente externo de contenido
5. Revisión gramatical y metodológica
6. Post Producción Audiovisual
7. Creación de paquete de carga a plataforma académica

Luego cada curso entra un proceso de mejora continua que consiste en:

1. Encuesta de evaluación de contenido a Docentes y Alumnos
2. Revisión de actualización tecnología
3. Evaluación de perfil de egreso
4. Docente especialista se encarga de reconstrucción de aquellas lecturas, videos, actividades y/o evaluaciones que necesiten ajuste
5. Auditoría por docente externo de contenido
6. Revisión gramatical y metodológica
7. Post Producción Audiovisual
8. Actualización de paquete de carga a plataforma académica

El equipo de desarrollo de Desafío Latam se encarga de estar construyendo programas acordes a las necesidades de la industria y la actualización de los programas existentes. Para la planificación estratégica de construcción se conversa constantemente con los actores de la

industria TI, se analiza la demanda de profesionales y se analizan las tendencias mundiales en tecnología.

El modelo busca generar todos los recursos instruccionales que aseguren la homogeneidad de la experiencia de aprendizaje de cada uno de nuestros alumnos en las distintas sedes. Se trabaja en la construcción de un viaje de aprendizaje del alumno según su nivel de ingreso, para esto se busca modularizar el contenido e implementar de programas básicos para aumentar el ingreso de alumnos, permitiendo programas a la medida de las necesidades de cada individuo.

G. Procesos según la experiencia

Con los 5 años de experiencia en la industria de la educación en formato Bootcamp se han desarrollado procesos y estándares de cada una de las etapas de un estudiante de Desafío Latam. Tanto el equipo de Marketing, Matrículas, Coordinación y Finanzas cuentan con procesos para llevar a cabo con éxito su trabajo sin depender de la persona de turno en el cargo. Además contamos con las herramientas de control para asegurar un correcto funcionamiento y herramientas para responder a casos inesperados.

Cada sede dispondrá de capacitación y asesoría para sus equipos de modo que logren cumplir a cabalidad cada uno de los roles necesarios para levantar con éxito el proyecto.

Se dispondrá de capacitación y documentación para:

- Proceso de matrículas, discursos según perfil de alumno y plantillas de correos electrónicos.

- Contratos de participación y procesos de pago de los alumnos
- Proceso de evaluación docente y contenido
- Procesos de seguimiento de alumnos y respuesta ante diferentes escenarios
- Eventos y actividades de cursos.

Cada sede maneja dos sistemas para su funcionamiento:

- CRM:
 - Sistema de gestión de clientes adaptado a los procesos de matrícula de los alumnos de Desafío Latam
 - Leads divididos por curso/generación
 - Plantillas de correo automático
 - Métricas
 - Conexión con formularios sitio web
- Plataforma Académica Empieza
 - LMS para cursos presenciales y flipped classroom
 - Asistencia y notas en línea
 - Métricas para seguimiento de alumnos (Asistencias, evaluaciones y consumo de videos.

H. Marca

Desafío Latam surge como uno de los pioneros en los coding school de américa latina. Se está construyendo una marca regional con el respaldo de su historia, alianzas creadas con otras organizaciones. La sede central se preocupa de:

- Entregar autorización para el uso de la marca, Manual de Marca y generación de gráficas de referencia.
- Mantener el Sitio web con el contenido actualizado de cada sede
- Mantención de Cuentas Redes Sociales

5. Analisis Pestel

Para esta investigación es necesario poder entender el mercado. Se hará un análisis de las oportunidades y amenazas a partir de distintos factores de que ayuden a determinar el estado actual del entorno Chileno.

5.1 Factores Políticos

A. Modelos Político- Económicos en el Poder

Tendencia: Chile es un país con una tendencia socio político económica MUY polarizada, debido a su historia. La izquierda y la derecha son absolutamente marcas. El anterior gobierno de Bachelet (izquierda) y el actual gobierno de Piñera (derecha) son una muestra clara de la división política de este país. En cuanto a la economía es posible afirmar que su tendencia ha sido estable sin crecimiento (durante Bachelet) hasta que con el cambio de gobierno esta creció en 4%.

Impacto: El anterior gobierno (Bachelet) promueve la educación durante todo su mandato, favoreciendo a la creación de nuevas instituciones educativas 2. La afectación es positiva ya que la educación siempre será de importancia política y económica. Siempre se dispondrán de recursos. Licitaciones y proyectos educativos siempre habrán 3. Poco sensible, educación es un bien necesario.

B. Plan Nacional de Desarrollo (General y Sector)

Tendencia: El plan nacional de desarrollo de Chile tiene como protagonista la educación, durante el Gobierno de Bachelet se impusieron varias reformas tributarias todas destinadas al financiamiento de educacional. En cuanto al Plan nacional de desarrollo educativo, para el 2030

propone: Nuevas entidades de financiamiento- Redefinir el sistema de acreditación - Trayectorias flexibles y certificadas con un marco nacional de cualificaciones.

Impacto: La mayoría de los aspectos a tratar en educación superior para el 2030, favorecen al negocio, el gobierno ha proporcionado presupuestos para la educación pero también quiere formalizar entidades que se encargue sólo del financiamiento educativo. (ayudando a la inscripción de más estudiantes anualmente).Por otro lado, el tema de la acreditación es muy importante para el negocio ya que en este momento Desafío Latam no se encuentra acreditado por el ministerio de educación, pero siendo este modelo un modelo de educación de vanguardia, el cual responde a las necesidades de los chilenos, muy seguramente dentro de poco la acreditación de Desafío Latam se obtendrá, siendo este uno de los pilares del documento para 2030. La empresa es muy sensible a este tema, ya que es necesario estar alineados con el plan de desarrollo educacional de Chile para poder crecer y responder a las necesidades reales de los Chilenos.

C. Representatividad/Asociatividad de empresa en gremios y otros organismos

Tendencia : CORFO: La Corporación de Fomento de la Producción es la agencia del Gobierno de Chile, organismo de ámbito multisectorial, encargado del fomento de la producción nacional y promotora del crecimiento económico regional.

Impacto: Desafío Latam es un emprendimiento CORFO, es decir que fue financiado en totalidad para su creación. Actualmente CORFO lo visita y para supervisar su buen funcionamiento. Por supuesto siguen teniendo una estrecha relación, pues al ser un proyecto educativo CORFO sigue ayudando a sus fundadores.

D. Desarrollo de TLC's : bienes y servicios, condiciones y aranceles

Tendencia: En el 2018 se firmó un TLC con Argentina. Único país donde se estima tener operacion aparte de Chile.

Impacto: Se intentó abrir Desafío Latam Colombia y México pero no funcionó, actualmente son una compañía de consolidación, antes de salir al mercado exterior debe hacerse fuerte en el mercado nacional. Se tiene como proyecto abrir una sede en Córdoba, Argentina para el 2020. El TLC con Argentina firmado el año pasado, traerá ventajas arancelarias. Desafío Latam se hace llamar así porque su meta es llegar a toda latinoamérica, en un futuro la empresa será muy sensible a TLCs y condiciones arancelarias. Pero en este momento le es indiferente.

5.2 Factores Económicos

A. PIB del sector

Tendencia: Chile dedicó el 21,18% de su gasto público total a educación, mientras que el año anterior había dedicado el 19,59%, cinco años antes el 17,75% y si nos remontamos diez años atrás el porcentaje fue del 16,23% del gasto público, es decir el porcentaje dedicado a educación se ha ido incrementando en los últimos años.

Impacto: El impacto es super positivo, pues como se mencionó anteriormente este emprendimiento es financiado en su mayoría por CORFO (el estado). Claramente si llegase a haber menor gasto público (educación), Desafío Latam se vería afectado directamente. Es MUY sensible, pues su apalancamiento es casi todo por CORFO, es cierto que hoy en día la academia se sostenible gracias a sus clientes privados, pero el estado ha contribuido enormemente a que esta academia hoy sea posible.

B. Tasas de Crédito

Tendencia: Tasas de crédito en Chile por su puesto que tienen un tendencia alcistas cada año, pero este caso los socios de este emprendimiento son socios muy conservadores. Todo su capital es propio y subsidiado o por el estado. No hay deuda

Impacto: Cuando se tiene un negocio es la tasa de interés es sumamente importante, a la hora de adquirir deuda pero Desafío Latam es una empresa muy conservadora y su deuda es casi nula. Por su puesto se cuenta con cuenta corriente y tarjetas de crédito, que cobran comision pero su impacto es natural. Es poco sensible porque no tiene deuda, solo gastos mensuales, semestrales y anuales.

C. Tasa de desempleo

Tendencia: La tasa desempleo durante el gobierno de Bachelet tuvo un aumento del 7%, el primer año de Piñera se ha visto mejoras pero aun nada significativo.

Impacto: La tasa de desempleo tiene un alto impacto en Desafío Latam, ya que los cursos son vendidos a quienes quieren hacer un cambio de carrera, quienes llevan buscando trabajos por meses y aun no encuentran nada, Gracias a la alza de esta tasa, se creó Desafío Latam, en búsqueda de nuevas oportunidades para los Chilenos, se descubrió que había un déficit de programadores en Chile. Desafío Latam busca darle empleo a todas estas personas que quienes transforman sus carreras y dedicarse a programar.

D. Inflación

Tendencia: Chile es el país de suramericana con inflaciones más bajas y estable, en los últimos 5 años no ha subió más del 2%.

Impacto: El impacto de la inflación afecta a todos los sectores como tal, siendo un buen indicador para el país, es un buen indicador para el negocio. Todos los negocios son sensibles a la inflación, siendo un indicador positivo la sensibilidad es positiva.

E. Mercados Internacionales, Nacionales, Regionales, Locales

Tendencia: La matrícula total pregrado 2018 es 1.162.306 estudiantes y tuvo una disminución de 0,6% con respecto al año 2017. Cabe mencionar que entre los años 2012 y 2015 la matrícula total del sistema si bien aumentó en términos absolutos lo hizo a tasas decrecientes.

Impacto: Al leer esto es posible pensar que el impacto será negativo, pues cada vez son menos quienes se matriculan para estudiar, pero Desafío Latam dentro de sus estrategias es atacar ese mercado que no quiere estudiar 5 años una carrera profesional.

F. Tasa de Cambio

Tendencia: Chile es un país productor de cobre, al igual que Colombia su moneda varía según la producción de la petróleo. Si la producción de Cobre aumentó el dólar baja y si la producción disminuye en dólar sube. La tendencia en los últimos años, hasta el año pasado era de una tendencia bajista (pesos- dólar) pero en el 2018 subió notablemente.

Impacto: A medida que dólar sube los bienes importados suben, es decir, que indirectamente el negocio se verá afectado. Pero siendo una empresa prestadora de servicios, en realidad el impacto será más indirecto que directo. Si se pensara en algún futuro traer profesores de afuera seguramente el impacto sería directo pero por ahora siendo todo chileno, es posible decir que el negocio es poco sensible a la tasas de cambio.

5.3 Factores Sociales

A. Demografía (Tasas de natalidad y mortalidad)

Tendencia: La tasa de fertilidad, que cayó de 2,7% y se espera que siga con su tendencia decreciente, más el aumento en la esperanza de vida, que pasó de 71 a 78 años.

Impacto: Actualmente, las mujeres empoderadas tiene pocas ganas de ser madres y muchas ganas de estudiar, actualmente el impacto será favorable pero con el pasar de los años no habrá mercado a que atacar. Actualmente los índices demográficos favorecen al negocio, son más quienes quieren educarse para progresar.

B. Nivel de Educación

Tendencia: Para 2016 se notificó que ha habido un aumento en el porcentaje de ciudadanos chilenos que completaron su enseñanza secundaria, cifra que pasó de 25,4% a 30,3% en quince años.aseguró además que 2,7 de la población del país declaró "no tener educación formal".

Impacto: El nivel de educación afecta directamente al negocio, ya que para poder entrar a tomar cursos dentro de la academia es necesario tener un nivel básico de educación, los cursos impartidos no son fáciles y la intensidad del curso es bastante. pero por otro lado, también es una oportunidad porque hay un mercado grande el cual se puede atacar. El negocio es muy sensible a este factor, ya que quienes tienen niveles de estudios más alto son quienes al final se matriculan en los cursos. No estan en busqueda de diplomas sino de aprender habilidades.

C. Movilidad Social

Tendencia: Chile lidera el ranking de países donde un hijo de padres con bajos ingresos puede llegar a pertenecer al 25% superior.

Impacto: La educación es uno de los pilares de la movilización social por lo que es posible afirmar que el impacto es positivo y que es muy sensible ante este factor, están directamente relacionados.

D. Cambios en el estilo de Vida

Tendencia: En los últimos cinco años los chilenos, se ha convertido en personas más saludables, el feminismo ha crecido enormemente: la mujeres chilena es muy empoderada de sí misma. Se ha disminuido el machismo. La religion catolica ha pasado de moda y lo importante hoy es comer saludable y pelear por la igualdad de género.

Impacto: El índice de mujeres programadores ha crecido enormemente en Chile, tanto así que Desafío Latam creó una fundación " hack girls", buscan incluir a la mujer en el mundo de la programación. El impacto es muy favorable pero es por poco sensible ya que son unas pocas mujeres que están en este mundo.

E. Tradiciones, costumbres y culturas

Tendencia: Los chilenos tiene varias costumbres pero en cuando el tema educativo, la mayoría de los chilenos se demora en la universidad entre 7 a 9 años. Pocos chilenos se gradúan en 4-5 años. la educación superior no es fácil, es costumbre y común el cambio de carrera o de oficio.

Impacto: Sin duda es positivo que los chilenos opten por hacer cambios de carreras, esto potencializa los clientes objetivo de negocio, impactando positivamente.

F. Tendencias de consumo

Tendencia: Chile es líder en América Latina en términos de penetración de teléfonos móviles y redes sociales (Facebook, Twitter). Los bienes y servicios digitales, los productos de marca y equipamientos de vivienda se han vuelto parte de la vida cotidiana de la mayoría de los chilenos.

Impacto: La era digital en Chile ha impacta fuertemente a Desafío Latam, ya que se reconocen como una academia de talentos digitales, el impacto claramente es positivo, la sensibilidad es bastante, ya que se habla de que los consumidores chilenos están todos en la onda digital.

G. Distribución de la Renta

Tendencia: La distribución de la renta medida por los ingresos del trabajo, son los que ha mostrado mayor inequidad, los asalariados de más bajos ingresos no han visto subir sus sueldos en los últimos dos años. Lo que se ratifica con lo mostrado por la Encuesta Suplementaria de Ingresos y el Índice de Remuneraciones, que demuestra un estancamiento de los pagos en el último tiempo.

Impacto: Al tener una distribución tan desigual, impacta directamente en la segmentación del mercado, el curso pasa a hacer no para todos los chilenos sino solo para quienes puede acceder a ellos. Esto afecta negativamente a la empresa, haciendo que el público objetivo sea mucho más reducido. Pero teniendo en cuenta todo lo anterior es posible saber desde los inicios del negocio que esto es un factor a contemplar, por lo que se sensible a la distribución de renta.

5.4 Factores Tecnológicos

A. Rapidez de la Transferencia Tecnológica

Tendencia: Desde el 2012 Chile ha invertido más de 27.966.672.554 en Tranferencia Tecnológica.

Impacto: Chile es el país más competitivo de sudamérica, hay una fuerte inversión en Transferencia Tecnológica, Desafío Latam es sin duda una de las muestras de lo rápido que se puede crecer e innovar, ha impactado esto muy positivamente para todos los programadores, dándoles más oportunidades. Es muy sensible a este factor.

B. Nueva Tecnología y su disposición en el mercado Internacional o Nacional

Tendencia: Chile es el País más competitivo de suramérica, se encuentra en el puesto 33 del mundo.

Impacto: Desafío Latam necesita de una constante innovación e contenidos y de prácticas, el mundo tecnológico se actualiza a una velocidad enorme, el Chileno está en toda la onda innovadora, esto por supuesto que impacta favorablemente a la empresa, pues desafío latam busca formar programadores con lenguajes actuales y con contenidos de vanguardia.

C. Gasto Público y promoción en Investigación, Desarrollo e Innovación

Tendencia: Chile invierte apenas el 0,34% del PIB en investigación y Desarrollo (I+D). El promedio de los países de la OCDE es 2,4% y los de mayor inversión llegan al 4%.

Impacto: Desafío Latam está altamente ligado con todo el tema tecnológico, por su puesto que hay un impacto negativo si es que no hay recursos para esto. Desafío latam es muy sensible pues son agentes tecnológicos directos .

D. Atención de la Industria privada a la Investigación, Desarrollo e Innovación

Tendencia: Los datos muestran que el 63% del incremento en I+D se explica por el Estado, mientras que el 29% por las empresas

Impacto: Es importante que todo el gremio tecnológico privado se junte para hacer cosas grandes, entre más pocos sean más difícil va ser crear alianzas estratégicas. Esto atrasa el crecimiento, y por supuesto que Desafío Latam es muy sensible a esto.

5.5 Factores Ambientales

A. Fuentes energéticas alternativas

Tendencia: Nuevos sistemas de transporte eléctrico en la ciudad.

Impacto: La creación de nuevas plataformas, como Mobike o Autoo son aplicaciones creadas por estudiantes nuestros, que contribuyen al medio ambiente. La tecnología es muy sensible a los factores ambientales , se debe innovar buscando valor agregado ambiental.

B. Leyes de Protección Ambiental

Tendencia: Para junio del 2018 Santiago de Chile decreta alerta ambiental por altos índices de contaminación.

Impacto: El impacto no es directo pero por supuesto que esto afecta el buen funcionamiento de empresa. Nuevas políticas de residuos y movilidad a la oficina pueden generar campañas dentro de la compañía.

C. Condiciones Climáticas y situaciones fortuitas de la naturaleza

Tendencia: Las condiciones climáticas en Santiago son muy extremas, oleadas de mucho calor y oleadas de mucho frío.

Impacto: Poca infraestructura para lluvias fuertes, limita el trabajo.

5.6 Factores Legales

A. Legislación sobre la competencia

Tendencia: Todos se rigen bajo la misma normativa

Impacto: Igualdad de condiciones para todos.

B. Legislación sobre el sector

Tendencia: La normativa SENCE es la que cubre todo el tema de capacitaciones dentro de Chile. Al ser público su funcionamiento aunque esta estandarizados para todos es poco amigable.

Impacto: NO facilita los procesos, interrumpe las proyecciones. Más que una ayuda es un problema.

C. Legislación laboral en el sector

Tendencia: Se deben cumplir con los requisitos escritos por la normativa SENCE para laborar en el sector.

Impacto: A veces no se cumplen con los requisitos completos y esto dificulta los procesos de contratación

5.7 Conclusiones del Análisis Pestel

- Hay una enorme oportunidad de negocio, la política y la economía pueden marcar la diferencia velando por la educación y capacitación de los Chilenos en todos los temas relacionados con tecnologías digitales. La educación se ha vuelto un bien necesario para la población Chilena.
- Gran porcentaje de gasto público se invierte en educación, es una oportunidad enorme para financiar el negocio.
- La sociedad Chile ha tenido fuertes cambios de tradiciones y costumbres, el feminismo ha tomado fuerza, la preocupación por crear cambios son un oportunidad para entrar en el mercado digital femenino.

- Chile esta constante cambio, innovación es su día a día. Hay una fuerte oleada tecnológicas que están tocando a Chile. Pero también cuenta con la amenaza de la poca inversión que para I+D.
- Hay oportunidades de crear nuevas plataformas para disminuir la contaminación, es una amenaza indirecta pero un oportunidad muy directa para atraer clientes que quieran emprender en temas ambientales.
- La legislación es una amenaza, pues en vez de ayudar, retrasa proceso.

6. Metodología

6.1 Material

Para llevar a cabo el presente estudio, se ha escogido la población urbana de la ciudad de Santiago de Chile; no se incluye la zona rural debido a que existen muchos lugares alejados de la ciudad y que son de difícil acceso para recolectar la información necesaria. Se ha utilizado la división utilizada por el INE para cada ciudad, la cual se compone de distintas comunas censales. Para este estudio se realizó la encuesta en lugares y eventos estratégicos, pues era de total importancia llegar a una población específica. Los encuestados fueron todos tomados de la academia misma o de eventos realizados dentro de la comunidad y eventos realizados por distintas entidades del mundo digital en la ciudad de Santiago.

Las comunas seleccionadas para la investigación fueron seleccionadas de la misma base de datos de la academia para poder determinar donde estaba concentrada la cantidad de personas con mayor conocimiento del mundo digital.

De acuerdo a los datos precedentes, la población total para esta investigación es de 107.292 habitantes para obtener la muestra.

POBLACIÓN		POBLACIÓN	
COMUNA	(HAB)	COMUNA	(HAB)
Las Condes	3.189	Nuñoa	9.665
Providencia	13.050	La reina	1.931
Santiago Centro	35.612	Peñalonen	4.610
Vitacura	8.439	Huechuraba	11.607
Lo Barnechea	11.010	Quilicura	8.179

Población por Comuna 1

Elaboración Propia

6.2 Diseño Muestral

Tipo de Investigación

El presente trabajo corresponde a un estudio exploratorio y descriptivo; exploratorio porque, si bien es cierto que realizan permanentemente estudios de mercado en el mundo TIC, no existe tal información publicada para que cualquier persona disponga de los datos y resultados de dichos estudios; y descriptivo porque se determinar la situación actual del Desafío Latam en la ciudad de Santiago.

Tipo de Muestreo

Esta investigación utiliza un muestreo no probabilístico por cuotas, ya que se ha escogido el número de observaciones a obtener en cada comuna, de acuerdo a la proporción de la población total que posee cada uno de ellos.

Instrumento de Medición

Para recolectar los datos necesarios para lograr el objetivo de la investigación, se aplicó una encuesta a habitantes de cada comuna escogida, la cual considera los aspectos relacionados a obtener el posicionamiento de la academia en Santiago, los atributos asociados a ella y la situación actual de la academia.

Tamaño de la muestra

A la hora de determinar el tamaño que debe alcanzar una muestra hay que tomar en cuenta varios factores: el tipo de muestreo, el parámetro a estimar, el error muestral admisible, la varianza poblacional y el nivel de confianza. Por ello, antes de presentar el cálculo del tamaño muestral, de limitaremos estos factores.

Parámetro: Son las medidas o datos que se obtienen sobre la población.

Estadístico: Los datos o medidas que se obtienen sobre una muestra y por lo tanto una estimación de los parámetros.

Error Muestral, de estimación o standard: Es la diferencia entre un estadístico y su parámetro correspondiente. Es una medida de la variabilidad de las estimaciones de muestras repetidas en torno al valor de la población, nos da una noción clara de hasta dónde y con qué probabilidad una estimación basada en una muestra se aleja del valor que se hubiera obtenido por medio de un censo completo. Siempre se comete un error, pero la naturaleza de la investigación nos

indicará hasta qué medida podemos cometerlo (los resultados se someten a error muestral e intervalos de confianza que varían muestra a muestra). Un estadístico será más preciso en cuanto y tanto su error es más pequeño.

Nivel de Confianza: Probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad. Cualquier información que queremos recoger está distribuida según una ley de probabilidad (Gauss o Student); así, llamamos nivel de confianza a la probabilidad de que el intervalo construido en torno a un estadístico capte el verdadero valor del parámetro.

Varianza Poblacional: Cuando una población es más homogénea la varianza es menor y el número de entrevistas necesarias para construir un modelo reducido del universo, o de la población, será más pequeño. Generalmente es un valor desconocido y hay que estimarlo a partir de datos de estudios previos. De todos modos para calcular el tamaño de la muestra habitualmente se usan criterios prácticos basados en la experiencia o la simple lógica. Algunos de los métodos más usados son los siguientes:

- El presupuesto de que dispongamos para la investigación.
- La experiencia en estudios similares.
- La representatividad de cada grupo considerado: escoger de cada uno de ellos un número suficiente de encuestados para que los resultados sean indicativos de la opinión de ese grupo.

Fórmula para cálculo de la muestra

$$n = \frac{k * p * q * N}{(e * (N-1)) + k * p * q}$$

Donde:

N: Es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 5%.

e: Corresponde al error aleatorio permitido para la investigación. A medida que aumenta el tamaño de la muestra, este valor disminuye.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$. **n:** es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Para el cálculo del tamaño de la muestra se ha establecido un error aleatorio del 6%, y un nivel de confianza del 95%.

$$n = (1,96) * 0,5 * 0,5 * 108.475$$

$$n = 267$$

$$((0,06) * (108.475 - 1)) + (1,96) * 0,5 * 0,5$$

Por lo tanto, el número de observaciones a obtener es de 267 personas.

6.3 Selección de la Muestra

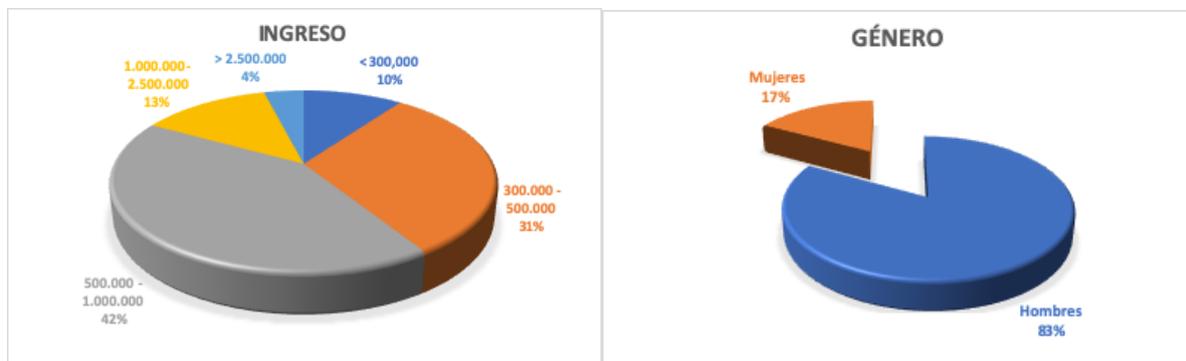
Las 267 observaciones se dividen entre los 10 comunas que se analizan, por lo que estas se distribuyen de manera proporcional al porcentaje de población que posee cada comuna, quedando definido de esta forma cuántas corresponden a cada una escogida. El cálculo proporcional se hizo según la base de datos de la academia con el total de sus alumnos para el segundo semestre del 2019.

7. Resultados y Cumplimiento de Objetivos

7.1 Posicionamiento General

Para explicar los resultados de la investigación se explicará la información base del instrumento de recolección de datos. La especificación de los ingresos es la misma que se aplica en los censos nacionales (INE).

Del total de 267 encuestados se obtuvieron los siguientes resultados del nivel de ingresos:



Género | Ingreso |

Fuente: Elaboración Propia

Los ingresos más recurrentes dentro de los encuestados se encuentra alrededor de 500,000 - 1,000,000 de pesos Chilenos con un 31% de probabilidad.

Para contestar la interrogante relacionada con el posicionamiento de las academias de programación de la ciudad de Santiago, se les pidió a los encuestados que mencionaran espontáneamente todas las academias que conocían. El resultado fue el siguiente:

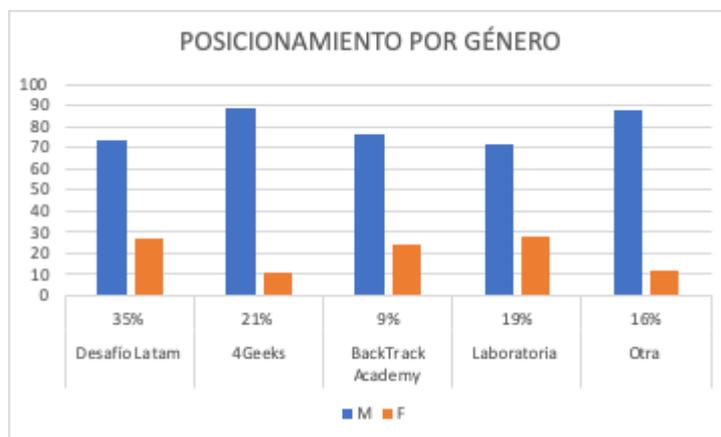


Posicionamiento de Academia Desafío Lata 1

Fuente: Elaboración propia

La metodología utilizada para la determinación del posicionamiento de cada tienda arrojó que la academia mejor posicionada es Desafío Latam con un 35%, la siguen 4Geeks con 21%, Laboratoria con 19%, BackTrack Academy 16% y finalmente con un 9% fueron mencionadas otras instituciones. Cabe resaltar que para esta ultima opcion la mayoría de las encuestas arrojaron nombre de universidades más no de academias.

Es importante recordar que el posicionamiento total es el resultado de la sumatoria de todas las opciones de mención, donde Desafío tiene el primer puesto.



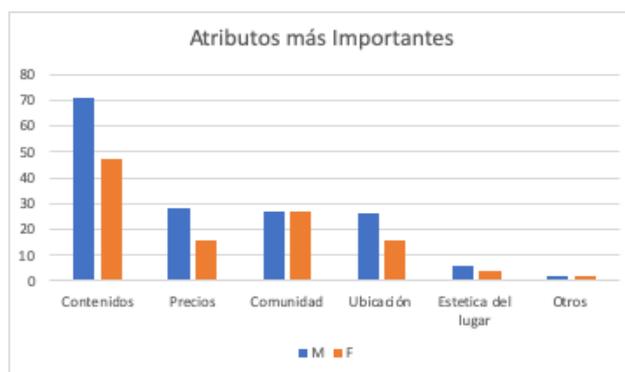
Posicionamiento por Género 1

Fuente: Elaboración propia

El posicionamiento por género nos demuestra que para Desafío Latam (35% de posicionamiento), un 28% son mujeres y un 72% son hombres.

Para 4Geeks (21% de posicionamiento), la proporción entre mujeres y hombres es muy desigual, con un 10% y 90% respectivamente.

Luego de ver el posicionamiento, se les preguntó por los atributos de las tiendas que más importan a los consumidores, obteniéndose los siguientes resultados:



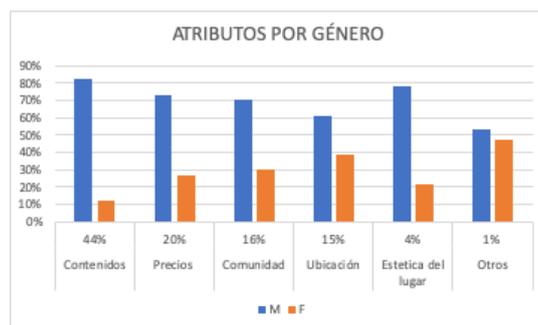
Atributos Importantes 1

Fuente: Elaboración Propia



Atributos importantes por Género 1

Fuente: Elaboración Propia



Atributos 1

Fuente: Elaboración Propia

Los atributos más importantes a considerar en la industria son los *contenidos* con un 44%, seguido del *precios* con un 20%, y la *comunidad* con un 16%. El atributo *contenidos* tiene una correspondencia de género de mujeres y hombres de 81% y 19% respectivamente.

Mientras que el atributo *ubicación* tiene una correspondencia más estrecha, con mujeres en 60% y hombres con un 40%. En el atributo “*otros*” (1%), el 20% está representado por el atributo *precios*.

7.2 Reconocimiento de Desafío Latam

Para la investigación era de suma importancia reconocer si la academia era reconocida por su nombre; si al oírlo, leerlo o escuchar esta era identificada por los posibles clientes.

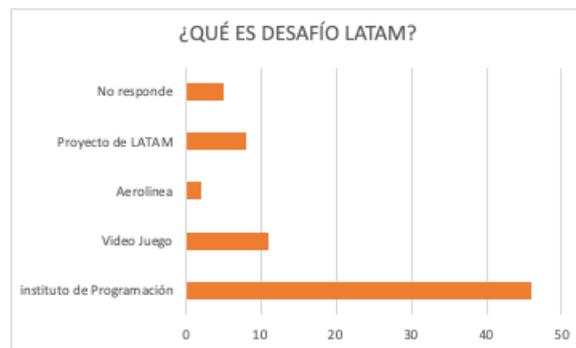


Reconocimiento de Desafío Latam 1

Fuente: Elaboración Propia

El 74% de respondieron que si conocían la academia, el 26% de lo los encuestados no sabían que era. Pero de esos 198 encuestados el 4% (8 personas) cuando se les preguntó qué era, respondieron incorrectamente cuando se les pidió que especificara que era Desafío Latam.

El otro 26% creyeron que Desafío Latam era:



¿Qué es Desafío Latam? 1

Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de las personas aun no teniendo absoluta certeza de que es Desafío Latam, igualmente al ver el logo pudieron determinar que era una academia de programación. También hubo encuestados que relacionaron el nombre de la academia con la aerolínea LATAM pero vale rescatar que fueron solo 10 personas quienes la confunden, esto no arroja que 3,7% de las personas confunden a la academia con la aerolínea.

Después de ver esto resultados es evidente que aun cuando se confunde el nombre, son muy pocos los que no reconocen la academia.



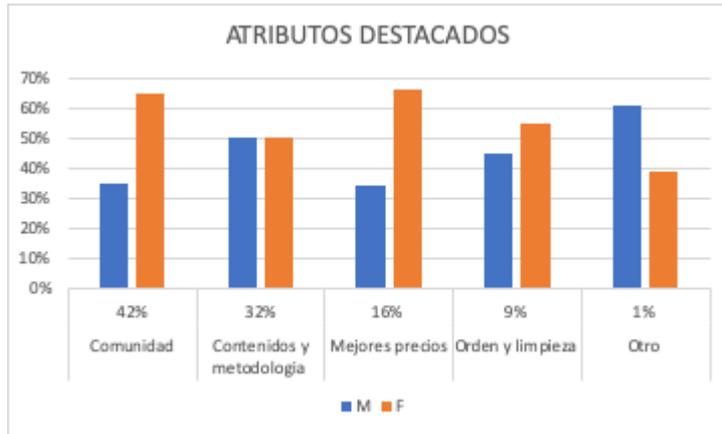
¿Cómo supo de Desafío Latam? 1

Fuente: Elaboración Propia

Con un 58% de correspondencia los encuestados conocen la tienda por que han sido referidos por algun ex alumno, en segunda opción se encuentra la categoría “TV” con un 22%. Gracias a que se han hecho varias nota de televisión gracias a los proyectos creativos de los ex alumnos, la academia ha sido muy visible en este medio.

7.3 Percepción de los alumnos

Se quiso aprovechar para conocer la opinión de los alumnos con respecto a la los atributos que caracterizan a la academia y los que hacen falta por mejorar.



Atributos destacados 1 Elaboración Propia

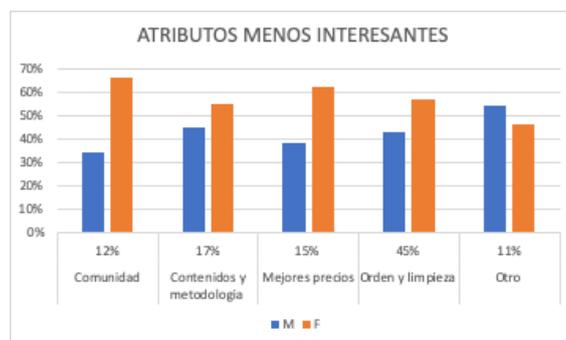
Fuente: Elaboración Propia

Los atributos a destacar son *comunidad* con 42% y *contenidos y metodología* con 32%, el *orden y limpieza* son los aspectos más destacados a mejorar con un 9%. La segunda Academia más preferida por los encuestadores es 4Geeks y sus atributos más rescatables son *orden y limpieza*, lo que nos hace concluir que varios de los clientes que hemos perdido ha sido gracias a las instalaciones mas no por la calidad de la educación.



Atributos destacados 2

Fuente: Elaboración Propia



Atributos menos destacados 1

Fuente: Elaboración Propia

En esta categoría, el atributo más despreciado por los consumidores es *orden y limpieza* con un 28%, donde la proporción de mujeres y hombres es de 45% y 55%; los atributos que le siguen son *el mejoramiento de los precios* (más bajos) con un 17%, y por último *otros* y *el orden y limpieza* con una correspondencia de 12% y 11%.

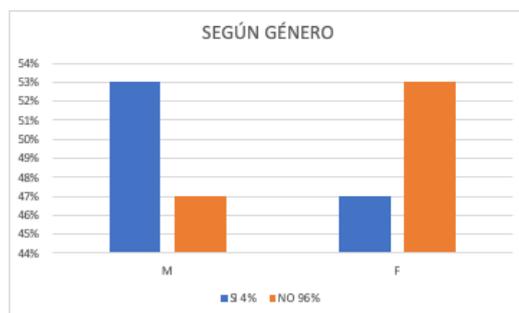
7.4 Cambio de nombre

El objetivo general de esta investigación era poder determinar si Desafío Latam era reconocida por su calidad educativa dentro del rubro pero también se quería determinar si era necesario cambiar o no el nombre de la academia, para sorpresa de esta investigación no solo se pudo percibir que efectivamente Desafío Latam está muy bien posicionada en el mercado educativo digital sino que quienes reconocen y no reconocen su nombre, aconseja NO cambiar el nombre.



Cambio de Nombre 1

Fuente: Elaboración Propia



Según Género 1

Fuente: Elaboración Propia

Para esta última se observa que no es recomendable cambiar el nombre, el 96% de los encuestados respondieron NO; 53% hombre y 47% mujeres.

8. Conclusiones

- El análisis PESTEL permitió identificar que el mercado está creciendo enormemente. Política y económicamente la educación y capacitación de los Chilenos es una oportunidad puesto que en los últimos años, todos los temas relacionados con tecnologías digitales ha tomado un auge tremendo. La educación se ha vuelto un bien necesario para la población Chilena. Por otro lado, gran porcentaje de gasto público se invierte en educación, creando así una oportunidad enorme para financiar el negocio.
- La sociedad Chilena ha tenido fuertes cambios de tradiciones y costumbres, el feminismo ha tomado fuerza, la preocupación por crear cambios son una oportunidad para entrar en el mercado digital femenino, la participación de la mujer dentro del mercado es muy poca pero cada día va aumentando gracias al feminismo que hoy toca fuertemente a la sociedad Chilena.
- Chile está en constante cambio, innovación es su día a día. Hay una fuerte oleada tecnológica que está tocando a Chile. Pero también cuenta con la amenaza por poca inversión que para I+D. Por otro lado, hay oportunidades de crear nuevas plataformas para disminuir la contaminación y muchas políticas ambientales, dándole a Desafío Latam una oportunidad muy directa para atraer clientes que quieran emprender en temas ambientales.
- El mercado está creciendo enormemente gracias a que es posible observar una cantidad de oportunidades políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ambientales y legales según el análisis PESTEL.
- El método del posicionamiento funciona con una técnica denominada “conjunto evocado” características de algo en específico. Que es la asignación mental prioritaria de distintas marcas o clases de productos. El conjunto evocado fue el principal motor de la investigación, ya que se les hizo esta práctica a todos los encuestados, para que a

través de éste se pueda completar las metas asignadas en este trabajo. En cuanto a los resultados del posicionamiento, se encuentran en los primeros lugares fueron asignados a Desafío Latam y 4Geeks, cuyas participaciones de mercado son muy altas. Mientras que las demás academias tiene una participación disminuida por la competencia con universidades.

- De acuerdo a los resultados, **los atributos que más disgustan** a los clientes de Desafío Latam., son *limpieza y orden, y mejores precios*. Mientras que **los atributos más importantes** para los clientes de Desafío Latam (y que se pueden utilizar como ventajas competitivas) son *la comunidad, contenidos y metodologías* que ha tenido la academia a lo largo de su existencia.
- Una aproximación al mercado objetivo potencial de la tienda que abarca a hombres y mujeres con actividad económica. Hay mucha más presencia de hombre que de mujeres pero es importante rescatar que gracias a la cultura chilena feminista los índices de mujeres programadoras han crecido y seguirán creciendo.
- Por último y muy importante, la investigación arrojó un resultado contrario a lo que se creía en un principio. Se creía que se confundía el nombre de la academia con la aerolínea pero según la encuesta es muy poca gente quien la confunde, un 4%.
- No se recomienda cambiar el nombre, incluso quienes no conocen la academia después de ver el logo, aconsejan no cambiarlo.

9. Anexos

9.1 Cuestionario

• *Marque con una X.*

1. Nombre que academias de programación que conoce

Otorgar números del 1 al 5 de acuerdo al orden de mención.

- a) Desafío Latam
- b) 4Geeks
- c) Laboratoria
- d) BackTrack Academy
- e) Otra, ¿cuál? _____

2. ¿Qué factores son los más importantes para decidir entrar a estudiar en alguna institución educativa?

Indicar orden de importancia en números

- a) Limpieza, orden y estética
- b) Ubicación centralizada
- c) Calidad de contenidos
- d) Servicio al cliente
- e) Precios
- f) Otro, ¿cuál? _____

3. Generalmente, ¿en cuál(es) instituto(s) encuentra los atributos que más valora?

- a) Desafío Latam
- b) 4Geeks

- c) BackTrack Academy
- d) Laboratoria
- e) Otra, ¿cuál? _____

4. ¿A cuál tienda en la que estudiaría?Nombre: _____

Si la respuesta es igual a la 1a mención de pregunta 3, saltar a pregunta 8. En caso contrario, continuar con pregunta 5

5. ¿Por qué elige esa Academia?

- a) Contenidos y metodología
- b) Precios convenientes
- c) Comunidad
- d) Ubicación
- e) Estética del lugar
- f) Otro, ¿cuál? _____

6. ¿Qué es lo que más le gusta de esa Academia?

- a) Contenidos y metodología
- b) Estética de la tienda
- c) Atención al cliente
- d) Precios
- e) Otro, ¿cuál? _____

7. ¿Qué es lo que menos le gusta de esa academia?

- a) Baja calidad en contenidos
- b) Mala atención
- c) Precios altos
- d) El lugar no es agradable
- e) Otro, ¿cuál? _____

En relación a Desafío Latam

8. ¿Conoce la academia Desafío Latam?

a) Si

b) No

Si la respuesta es “No”, ir a la pregunta 14

9. ¿Cómo se enteró de la existencia de la academia?

a) Radio

b) TV

c) Carteles publicitarios

d) Fue a la academia

e) Trabajadores de la academia

f) Otro, ¿cuál? _____

10. ¿Es alumno o fue de la academia?

a) Si

b) No

Si la respuesta es “Si” pasar a pregunta 12

11. ¿Por qué no estudia en Desafío Latam?

a) *No está la carrera que quiero*

b) *Mala atención*

c) *Precios altos*

d) *Ubicación*

e) *No lo conozco*

f) *Otro, ¿cuál?* _____

12. ¿Qué es lo que más le gusta de la academia?

a) *Orden y limpieza*

b) *Los contenidos y metodología*

c) *Ofertas y descuentos*

d) *Comunidad*

e) *Otro, ¿cuál?* _____

13. ¿Qué es lo que no le gusta de Desafío Latam o debiera mejorar?

a) *Atención al cliente*

b) *Contenidos y metodología*

c) *Mejores precios*

d) *Orden y limpieza*

e) *Otro, ¿cuál?* _____

14. ¿Cuando ve el logo de Desafío Latam que piensa que es?

a) *Academia de programación*

b) *Videojuego*

c) *Aerolínea*

d) *Proyecto de Latam*

e) *Otro ¿Cuál?* _____

15. Género de dicha persona

a) Femenino

b) Masculino

16: ¿ Cambiaría usted el nombre y logo de la academia?

a)Si

b)No

Bibliografía

- Aaker, David A. *Investigación De Mercados* Editorial Limusa
- Benassini, Marcela. *Investigación De Mercados*. Editorial Prentice Hall
- Espejo, Jorge. *Prontuario de investigación de mercados*. Editorial Mc Graw Hill.
- Ferre Trenzano, José M. *La. Investigación De Mercados En La Práctica*, Editorial Océano
- Fischer, Laura. *Investigación de Mercados. Un enfoque práctico*. Editorial Mc Graw Hill.
- Hair, Joseph F. *Investigación De Mercados* Editorial Mc Graw Hill
- Kinnear, Thoma C. *Investigación De Mercados* Editorial Mc Graw Hill
- López Altamirano, Alfredo. *Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las investigaciones de mercado*. Editorial Cecsca
- Malhotra, Naresh K. *Investigación De Mercados: Un Enfoque Aplicado*. Editorial Prentice Hall
- Mcdaniel, Carl. *Investigación De Mercados*. Editorial Contemporánea
- Mcdaniel, Carl. *Investigación De Mercados*. Editorial Thomson
- Mercado Hernández, Salvador. *Investigación De Mercados Teoría Y Práctica*. Editorial Pac.
- Weiers, Ronald M. *Investigación De Mercados* Editorial Prentice Hall
- Zikmund, William G. *Investigación De Mercados*. Editorial Prentice Hall

