

## **CONCLUSIONES**

**Objetivo 1: Alcanzar la 25ª posición en el ranking de las mejores universidades de América Latina en la Web.**

Este objetivo se podrá alcanzar con la ejecución de diversas acciones entre ellas las acciones informáticas que deben de corregir los errores y debilidades con los que cuenta la ESPOL hasta el momento, con las tácticas de marketing mix a corto plazo con las cuales alcanzaríamos nuestro objetivo a un mediano plazo y las iniciativas de cambio estructural que se recomiendan, todas estas recomendaciones convierten a este objetivo realizable y alcanzable.

**Objetivo 2: Crear una relación entre ESPOL e Instituciones Públicas y Educativas en un 3% anual.**

Este objetivo se podrá alcanzar dado que históricamente ha venido creciendo la relación entre ESPOL e instituciones públicas y educativas en un 5% a pesar que este crecimiento ha sido desordenado, sin nadie y/o ningún departamento que gestione los recursos, por consiguiente gestionando los recursos adecuadamente fácilmente podríamos crecer en un 3% adicional, además se recomienda que el departamento de asesoría jurídica sea el encargado de centralizar la información de dichos convenios.

**Objetivo 3: Incrementar la participación de mercado en una 6% cada año.**

Este objetivo es fácilmente alcanzable debido a que la ESPOL ha venido creciendo históricamente en un 5% anual en promedio y el último año creció la demanda al 5,30%, por consiguiente crecer al 6% por el plan de marketing es una propuesta conservadora ya que con relación al último año solo estaríamos creciendo un 0.7% y en relación con la demanda histórica con el plan de marketing solo estaríamos creciendo al 1%.

**Objetivo 4: Vincular al 2% de la Comunidad Politécnica con el Ranking Mundial de Universidades en la Web y fomentar la participación de la colectividad en acciones en pro de mejorar la actual posición de ESPOL.**

Este objetivo se pretende alcanzar al inicio de la campaña aplicando las tácticas del marketing estratégico y en especial la “p” de promoción prestando especial énfasis a las técnicas de BTL y ATL.

**Objetivo 5: Incrementar la Cooperación ESPOL – Empresa Privada en un 3% cada año.**

Con la implementación de un departamento de marketing se lograría incrementar la cooperación entre ESPOL y empresas privadas en un 3% cada año, ya que aquí se encontrara personal capacitado y no se derrocharán recursos para la realización de alianzas estratégicas con empresas privadas.