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, todos 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 publicas 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 ultimo 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.