



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TÍTULO

“PLAN PILOTO DE MARKETING DIGITAL PARA LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS DE LA U.C.S.G.”

AUTORA

Ramírez Gallino, Verónica Mishel

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA COMERCIAL.**

TUTOR

ECON. ESTÉVES PALMA JUAN MIGUEL, MGS.

**Guayaquil, Ecuador
2015**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Verónica Mishel Ramírez Gallino**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**.

TUTOR

Econ. Juan Miguel Estéves Palma, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Darío Marcelo Vergara Pereira, Mgs.

Guayaquil, Septiembre del 2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Verónica Mishel Ramírez Gallino**

DECLARO QUE

El Trabajo de Titulación **“Plan piloto de marketing digital para la carrera de administración de empresas de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la U.C.S.G.”** previo a la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de **mi** total autoría.

En virtud de esta declaración, **me responsabilizo** del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación, de tipo **práctico** referido.

Guayaquil, Septiembre del 2015

LA AUTORA

Verónica Mishel Ramírez Gallino.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

-
AUTORIZACIÓN

Yo, **Verónica Mishel Ramírez Gallino**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **“Plan piloto de marketing digital para la carrera de administración de empresas de la facultad de ciencias económicas y administrativa de la U.C.S.G.”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de **mí**, exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, Septiembre del 2015

LA AUTORA

Verónica Mishel Ramírez Gallino.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres, por darme una carrera para mi futuro, creer en mí apoyándome siempre y hacer de mí una persona de bien.

A mis abuelos Emma y Napo, por estar siempre conmigo dándome su apoyo incondicional.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Ramírez Gallino, Verónica Mishel

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado en todo este tiempo y por permitirme estar donde estoy.

A mi familia abuelos, padres, hermana, tíos, por ser mi fuente de apoyo constante e incondicional.

Ramírez Gallino, Verónica Mishel

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIV
RESUMEN.....	XV
CAPÍTULO I.....	17
ANTECEDENTES.....	17
1.1. INTRODUCCIÓN.....	17
1.1.1. Reseña Histórica.....	18
1.1.2. Identificación de la Carrera.....	19
1.1.3. Ubicación de la carrera.....	19
1.1.4. Misión y Visión.....	20
1.1.5. Objetivos de la Carrera.....	20
1.1.6. Perfil del Egresado.....	21
1.1.7. Área de Investigación.....	22
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	25
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	26

1.4. OBJETIVOS.....	27
1.4.1. Objetivo General.....	27
1.4.2. Objetivos Específicos.....	27
CAPÍTULO II.....	28
MARCO TEÓRICO.....	28
2.1. MARKETING.....	28
2.1.1 Tipos de Marketing.....	29
2.1.2 Marketing tradicional.....	30
2.1.3 Marketing Digital.....	31
2.1.4 Marketing Mix.....	33
2.3. SITUACIÓN DEL MERCADO.....	34
2.3.1 Demanda.....	34
2.3.2 Oferta.....	35
2.3.3 Mercado Potencial.....	36
2.3.4 Competencia.....	36
2.4 REDES SOCIALES.....	37
2.4.1 Redes sociales genéricas.....	37
2.4.2 Redes sociales profesionales.....	38
2.4.3 Redes sociales verticales.....	38
2.5 PLAN DE MARKETING DIGITAL.....	39
2.6. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	41

CAPÍTULO III.....	43
METODOLOGIA.....	43
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.1.1. Descriptiva.....	43
3.1.2. De Campo.....	43
3.1.3. Bibliográfica.....	43
3.2. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	44
3.2.1. Recolección de Datos.....	44
3.2.2. Entrevista.....	44
3.2.3. Encuesta.....	44
CAPÍTULO IV.....	45
DESARROLLO.....	45
4.1. IDENTIFICAR LA SITUACIÓN INICIAL DE LA CARRERA DE ADMNISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA U.C.S.G.....	45
4.1.1. Análisis Histórico: Carrera Administración de Empresas.....	46
4.1.1.1. Análisis de Estudiante por Colegio.....	46
4.1.1.2. Análisis de Estudiante por Especialización.....	49
4.1.1.3. Conclusión del Estudio de Datos Históricos.....	53
4.1.2. Análisis de las Universidades que ofertan la Carrera de Administración de Empresas en la ciudad de Guayaquil.....	53
4.1.2.1. Universidades que ofertan la carrera de Administración de Empresas de la Ciudad de Guayaquil	53

4.1.2.2. Análisis de páginas web de la carrera de administración de empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.....	55
4.1.2.3. Conclusiones del estudio de la Oferta.....	64
4.1.3. Número potencial de estudiantes egresados en bachillerato.....	65
4.1.4 Análisis de las encuestas.....	65
4.2. ANÁLISIS DE LAS REDES SOCIALES.....	76
4.3. PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING DIGITAL.....	79
4.4. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	89
CAPÍTULO V.....	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	96
5.1. CONCLUSIONES.....	96
5.2. RECOMENDACIONES.....	97
5.3. BIBLIOGRAFIA.....	99
5.4. ANEXO.....	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: INSTALACIONES DE LA CARRERA.....	19
Figura 2.1: MARKETING MIX.....	33
FIGURA 4.1: PAGINA WEB UNIVERSIADAD SALESIOANA.....	55
FIGURA 4.2: PAGINA WEB UNIVERSIADAD DE GUAYAQUIL.....	57
FIGURA 4.3: PAGINA WEB UNIVERSIADAD SANTA MARIA.....	58
FIGURA 4.4: PAGINA WEB UNIVERSIADAD LAICA.....	60
FIGURA 4.5: PAGINA WEB UNIVERSIADAD ECOTEC.....	61
FIGURA 4.6: PAGINA WEB UNIVERSIADAD CATOLICA.....	63
FIGURA 4.7: BOCETO “A”: INICIO.....	80
FIGURA 4.8: BOCETO “B”: SLOGAN PUBLICITARIO.....	81
FIGURA 4.9: BOCETO “C”: FORMACIÓN.....	82
FIGURA 4.10: BOCETO “D”: TECNOLOGÍA.....	83
FIGURA 4.11: BOCETO “E”: REDES SOCIALES.....	84
FIGURA 4.12: BOCETO “F”: CHAT EN LINEA.....	85

ÍNDICE DE GRAFICO

GRAFICO 1.1: ALUMNOS INSCRITOS PERIODO 2088 AL 2015.....	26
GRAFICO 4.1: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR COLEGIO 2010.....	46
GRAFICO 4.2: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR COLEGIO 2011.....	47
GRAFICO 4.3: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR COLEGIO 2012.....	47
GRAFICO 4.4: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR COLEGIO 2013.....	48
GRAFICO 4.5: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR COLEGIO 2014.....	48
GRAFICO 4.6: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR COLEGIO 2014.....	49
GRAFICO 4.7: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR ESPECIALIZACIÓN 2010.....	50
GRAFICO 4.8: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR ESPECIALIZACIÓN 2011.....	50
GRAFICO 4.9: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR ESPECIALIZACIÓN 2012.....	51
GRAFICO 4.10: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR ESPECIALIZACIÓN 2013...51	
GRAFICO 4.11: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR ESPECIALIZACIÓN 2014...52	
GRAFICO 4.12: ANÁLISIS DE ALUMNOS POR ESPECIALIZACIÓN 2015...52	
GRAFICO 4.13: PREGUNTA 1: COLEGIO “A”.....	66
GRAFICO 4.14: PREGUNTA 2: COLEGIO “A”.....	66
GRAFICO 4.15: PREGUNTA 3: COLEGIO “A”.....	67

GRAFICO 4.16: PREGUNTA 4: COLEGIO “A”	67
GRAFICO 4.17: PREGUNTA 5: COLEGIO “A”	68
GRAFICO 4.18: PREGUNTA 1: COLEGIO “B”	68
GRAFICO 4.19: PREGUNTA 2: COLEGIO “B”	69
GRAFICO 4.20: PREGUNTA 3: COLEGIO “B”	69
GRAFICO 4.21: PREGUNTA 4: COLEGIO “B”	70
GRAFICO 4.22: PREGUNTA 5: COLEGIO “B”	70
GRAFICO 4.23: PREGUNTA 1: COLEGIO “C”	71
GRAFICO 4.24: PREGUNTA 2: COLEGIO “C”	71
GRAFICO 4.25: PREGUNTA 3: COLEGIO “C”	72
GRAFICO 4.26: PREGUNTA 4: COLEGIO “C”	72
GRAFICO 4.27: PREGUNTA 5: COLEGIO “C”	73
GRAFICO 4.28: PREGUNTA 1: TABULACIÓN TOTAL	73
GRAFICO 4.29: PREGUNTA 2: TABULACIÓN TOTAL	74
GRAFICO 4.30: PREGUNTA 3: TABULACIÓN TOTAL	74
GRAFICO 4.31: PREGUNTA 4: TABULACIÓN TOTAL	75
GRAFICO 4.32: PREGUNTA 5: TABULACIÓN TOTAL	75

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1.1: ÁREAS DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA.....	24
TABLA 4.1: UNIVERSIDADES QUE OFERTAN LA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMRESAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....	54
TABLA 4.2: TOP 10 DE REDES SOCIALES.....	77
TABLA 4.3: PROYECCIÓN DE INGRESO Y COSTOS POR ALUMNO.....	88
TABLA 4.4: INVERSIÓN INICIAL.....	89
TABLA 4.5: FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	89
TABLA 4.6: DEPRECIACIÓN DE ACTIVO FIJO.....	89
TABLA 4.7: GASTOS FIJOS Y DE SUELDO.....	91
TABLA 4.8: ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO.....	92
TABLA 4.9: FLUJO NETO EFECTIVO.....	93
TABLA 4.10: BALANCE GENERAL PROYECTADO ANUAL.....	94
TABLA 4.11 RENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	95

RESUMEN

La presente tesis realiza el análisis de la situación inicial de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, donde se toma como análisis los inscritos del periodo 2008 hasta 2015 como fundamentos para el planteamiento del problema, al notar que existe un decrecimiento de inscritos durante los periodos a analizar se llevó a cabo un análisis de la base de datos otorgada por la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil considerando a esta como los datos históricos de inscritos categorizados por colegios y especializaciones, además se investigó cuáles son los medios más usados de Marketing Digital (Redes Sociales), para lo cual fue necesario una investigación de campo por medio de entrevistas y encuestas.

La investigación de campo se realizó a una población de 150 estudiantes, esto se llevó a cabo porque se necesitaba la información adecuada para la elaboración del objetivo principal, el cual es proponer un “Plan Piloto de Marketing Digital para la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la U.C.S.G.”, luego se realizó la creación de la página web que soporta la investigación, donde los costos de esta página ayudaron al planteamiento de un departamento de Plan de Marketing Digital, el cual se encargara de la proyección y alcance de los resultados de la página web ya antes mencionada, además se estimaron las proyecciones de inversión, ingreso, costos y gastos para poder así generar la evaluación financiera de rentabilidad y puntos de equilibrio del proyecto.

ABSTRACT

This thesis is focused on the analysis of the initial situation of the major of Business Administration at the faculty of Economic and Administrative Sciences of the Universidad Catolica Santiago de Guayaquil, in which we considered, for the analyses, the students registered from 2008 until 2015 as a basis for the formulation of the problem; after noticing that there is a decrease in the number of people that registered between the years that we are going to analyze, it was necessary to carry out an analysis of the databases granted by the career of Business Administration from the Universidad Catolica Santiago de Guayaquil, considering this database as an historical data of registered people categorized by colleges and specialization, in addition, it was conducted a research about which are the most used Digital Marketing tools (Social Networks), for which it was necessary a field research through interviews and surveys.

This field research was realized with a population of 150 students, it was necessary to carry out this research in order to obtain the adequate information to be able to elaborate the main objective, which is proposing a “Pilot Plan of Digital Marketing for the career of Business Administration at the faculty of Economic and Administrative Sciences of the Universidad Catolica Santiago de Guayaquil”, subsequently it was created the website that supports the research, where the costs of this website helped to the idea of implementing a Digital Marketing department, which will be the one in charge of the projection and scope of the results of the website, as well, it was estimated the projections of the initial investment, income, costs and expenses in order to generate a financial evaluation to estimate the profitability and the break-even point of the project.

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1 INTRODUCCIÓN.

La Universidad Católica Santiago de Guayaquil es una institución superior con trayectoria de formación elemental que ha aportado a nuestra sociedad con muchos profesionales de calidad y competencia, dichos profesionales han incursionado dentro de nuestras empresas aportando con el cambio de la matriz productiva, además de con la política nacional de la misma.

Esta gloriosa institución tiene dentro de su portafolio de servicios la Carrera de “Administración de Empresas” la cual se investigara con el fin de proponer una estructura la cual permita el crecimiento de sus estudiantes y se pueda entender, analizar y proponer estrategias de mercadeo (Marketing), la cuales permitan que muchas más personas de nuestra sociedad quieran obtener formación profesional en dicha carrera, esto se llevara a cabo con un levantamiento de datos y análisis de los mismo.

La Carrera de Administración de Empresas tiene objetivos claros y precisos al momento de la formación de nuevos profesionales dentro de la sociedad, es por esta razón que el siguiente trabajo de investigación recabara con datos históricos que nos permitan ejecutar un Plan de Marketing Digital (P.M.D), el cual obtendrá beneficios positivos para la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, además de mostrar como los profesionales en esta rama se desenvuelven en diferentes áreas dentro de una organización y dejando claro que las bases de esta carrera son sólidas e integrales dentro de la formación de cada nuevo aspirante. Este trabajo propondrá una forma de atraer clientes utilizando herramientas del marketing contemporáneo digital, la cual creara un sendero nuevo de posibilidades para la carrera y beneficiara a la institución (Universidad Católica Santiago de Guayaquil).

1.1.1 RESEÑA HISTORICA.

El 12 de Enero de 1966, siendo Decano el Dr. Teodoro Arízaga Vega, se creó, en la Facultad de Economía, la especialización de Administración de Negocios. A la fecha, factores tecnológicos han invertido el enfoque de la demanda y oferta clásicas, priorizando al consumidor, creando nuevos y distintos escenarios.

El Marketing y sus teorías han innovado el esquema tradicional de la administración, por uno nuevo de tipo globalizado. El desarrollo y crecimiento Económico, la infraestructura del aparato productivo, y la generación de externalidades negativas debidas al mal uso de la de energía, son razones adicionales por las que el administrador debe replantear el análisis sobre las empresas.

Actualmente, toda actividad vincula el comportamiento empresarial con el tiempo, buscando no solo la eficiencia, sino la eficacia. Indicadores como la productividad multifactorial, la ruta óptima para entrega de mercadería, la técnica de justo a tiempo y comercio electrónico inducen hacia la formación integral de nuevo profesional, que cuida no solo los estados financiero sino el entorno ecológico.

El laboratorio de Simulación, optimiza todos las variables de interés en el largo plazo, estimula la investigación, crea profesionales con alto nivel de responsabilidad social, proclives a mejorar la calidad de vida, que garanticen el Plan del Buen Vivir.

1.1.2 IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA.

La Carrera Administración de Empresas es una carrera integral y completa que aporta a nuestra sociedad profesionales con valores y ética, que además contribuyen con el cambio de la matriz de producción, no solo por el hecho de que esté capacitado para trabajar en áreas de empresas industrial, sino además por su capacidad de emprendimiento y sus conocimientos de inversiones en el mismo.

Siempre se ha identificado a la Carrera de Administración de Empresas como una carrera completa y dinámica, por sus aportaciones curriculares que no solo se centran en teorías de un libro, sino además de que se puede poner en práctica en pequeños proyectos de emprendimiento, por estos motivos tratamos de identificar a la carrera como una gran aportación a la sociedad ecuatoriana.

1.1.3 UBICACIÓN DE LA CARRERA.

La Carrera Administración de Empresas se encuentra ubicada en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativas, con las siguientes instalaciones.



Figura 1.1 Instalaciones de la Carrera

Fuente: www.ucsg.edu.ec

1.1.4 MISIÓN Y VISIÓN.

Misión

Formar Ingenieros Comerciales competentes, innovadores y con pensamiento estratégico a través del estudio e investigación de las Ciencias Administrativas, Tecnológicas, Económicas, y del Comportamiento Humano; con capacidad de liderazgo y cultura empresarial y; con clara orientación, conocimiento y experticia en los Procesos: Administrativos, Financieros, de Mercadeo, de Negocios, del Talento Humano y, Productivos. Que tributen a la formación integral académica con solidaridad social y cristiana; Que se preocupen por el crecimiento y desarrollo económico de su entorno social y; Que en el ejercicio de sus funciones profesionales en organizaciones públicas o privadas, predomine el compromiso de un emprendedor de negocios que vele por la conservación del medio ambiente.

Visión

Ser la carrera de Administración de Empresas más prestigiosa del país, con reconocimiento Internacional en la formación de líderes profesionales y empresariales, solidarios y emprendedores.

1.1.5 OBJETIVOS DE LA CARRERA.

Formar profesionales acordes con la misión de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, dotados de conocimientos científicos, metodológicos y técnicos, y además del profesionalismo, que lo faculten para desempeñarse de forma eficiente y eficaz en el mundo empresarial y de los negocios. Dentro del amplio conjunto de actividades económicas productoras de bienes materiales y de servicios, se forma un profesional investigador, dinámico, capaz, honesto, proactivo en el trabajo en equipo, de mentalidad abierta, con espíritu de servicio a sus semejantes y preocupado y respetuoso del entorno ambiental.

1.1.6 PERFIL DEL EGRESADO.

Al Ingeniero en Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil se lo identifica como un profesional con excelencia académica, una persona socialmente responsable, con sólidos valores éticos y morales, proclive a la investigación y el emprendimiento, competitivo y capaz de diagnosticar el estado de las empresas, solucionar sus problemas, hasta conducirlos a su optimización económica, que propenda hacia el buen vivir, sin deteriorar el entorno ecológico.

El egresado, al aprobar todas las asignaturas de la malla curricular:

- Planifica y ejecuta proyectos de investigación, desarrollo e innovación tecnológica en el ámbito empresarial y de los negocios.
- Administra todo tipo de empresas: públicas, privadas y organizaciones sociales; desde la micro, pequeña, mediana y gran empresa, en concordancia con las normas éticas y legales pertinentes.
- Maneja eficazmente los recursos humanos, materiales y financieros, generando el bienestar de los trabajadores, de los empleados y de la sociedad en su conjunto.
- Analiza e infiere desde el punto vista micro y macro económico las diferentes estructuras del mercado y de las empresas en el entorno económico interno y externo.
- Verifica e Interpreta la vigencia de los principales indicadores macroeconómicos, (evolución del PIB, inflación, tasas de interés, tasa de desempleo, saldos de la balanza comercial, etc.), para establecer el mejoramiento continuo de los bienes o servicios producidos.

- Implementa estrategias competitivas sobre los procesos operativos, para incrementar la productividad de la empresa.
- Desarrolla planes de acción para la distribución eficaz de bienes y servicios, mediante la aplicación de la logística y de Tecnología de información, manteniendo la calidad del producto.
- Realiza frecuentemente pronósticos de inversión y producción en las empresas, hasta ubicarlas dentro de las más competitivas.
- Aplica todos los conocimientos adquiridos de, contabilidad, marketing y finanzas en la elaboración de presupuestos, en donde el riesgo no impida llegar a la toma de la mejor decisión de inversión.
- Mide las necesidades del cliente, a través de estudios de mercado, desarrollando empatía en el diseño, producción y entrega de los bienes o servicios ofrecidos
- Domina el idioma Inglés para el ejercicio profesional.

1.1.7 AREA DE INVESTIGACIÓN.

La investigación aplicada a la educación es de tipo formativa. Por lo tanto es ejecutada a través de asignaturas específicas de cada área.

NIVEL	ASIGNATURA	CONTENIDO EXTRACTADO
Básico	Métodos y Técnicas De investigación	Orientado a desarrollar la capacidad científica de investigación, haciendo uso de herramientas y técnicas de investigación que soporten el marco teórico y epistemológico, que sustenten los proyectos de investigación a ser desarrollados por los estudiantes en el campo empresarial.
	Micro-Economía	El concepto de escasez, costo de

Básico		oportunidad, conducta del consumidor, la organización empresarial, costos empresariales, estructura de mercado y entorno competitivo, así como el impacto en las decisiones tanto empresariales como del Estado, en el costo de los factores y la regulación estatal, y el medio ambiente.
LOGROS	Con la ayuda de la Investigación formativa, los estudiantes serán capaces de:	<ul style="list-style-type: none"> . Identificar problemas del entorno y canalizarlos como caso de investigación. . Aplicar técnicas elementales de investigación para buscar información. . Seleccionar las fuentes apropiadas de información: bibliográficas ,científicas,etc.
Básico-Específico	Marketing estratégico	Analiza las necesidades del mercado y su evolución, para elaborar una estrategia que permita desarrollar productos y servicios rentables, que puedan orientar a la empresa hacia oportunidades atractivas, asegurándole una ventaja competitiva sustentable.
Básico Específico	Presupuesto	Planifica organizadamente las perspectivas que tiene una empresa, mediante el análisis de las distintas variables, con el objeto de alcanzar el cumplimiento de metas y objetivos.
Básico Específico	Estadística Aplicada II	Prepara al futuro profesional para plantear y resolver problemas de corte científico-investigativo que requieran de pruebas de hipótesis de muestras y proporciones, Analiza el comportamiento de las variables que se someten a modelos de regresión lineal, tomando decisiones debidamente soportadas.
LOGROS	Con la ayuda de la Investigación formativa, los estudiantes serán	. Desarrollar pertinencia en el abordaje del tema, relacionar y describir las variables que intervienen y Diseñar la estrategia óptima para el caso y

	capaces de:	determinar el proceso operativo adecuado.
Pre-Profesional	Productividad y competitividad	A nivel de gestión empresarial, utiliza las técnicas de mejoramiento continuo, rutas de valores, mapas estratégicos, gestión de calidad, revisión y mejoramiento de la cadena de valor así como de indicadores aumentar la productividad y competitividad de la empresa, en un ambiente de innovación y creatividad.
Pre-Profesional	Formulación y Evaluación De proyectos	Analiza el proceso desde la factibilidad hasta la evaluación financiera de un proyecto, el cálculo del VAN y la TIR y su aceptación o rechazo.
Pre-Profesional	Simulación de Negocios	Desarrolla habilidades para tomar decisiones, que se generan con la ayuda de un programa educativo de simulación de negocios, al que se le ingresa los datos de un caso en particular y proyecta varios resultados. En una corrida pueden participar hasta 5 miembros , lo que incentiva al trabajo de equipo
LOGROS	Con la ayuda de la Investigación formativa, los estudiantes serán capaces de:	<ul style="list-style-type: none"> . Aplicar técnicas de mejoramiento continuo en la cadena de valor de un producto. . Proponer mejoras en la calidad o presentación de nuevos bienes o servicios y Presupuestar adecuadamente proyectos, en función de estudios reales de la demanda.

Tabla 1.1 Áreas de Investigación de la Carrera.

Fuente: <http://www2.ucsg.edu.ec/economia/cae-area-de-investigacion.html>

1.2 JUSTIFICACIÓN.

Un Plan de Marketing Digital es una base para la planificación de una empresa en el ámbito de las ventas de sus productos o servicios, ya que la Universidad Católica Santiago de Guayaquil cuenta con una infraestructura digital, la cual ya ha sido elaborada, planificada y puesta en acción, podemos sugerir una proyección de marketing a nivel de una carrera específica, la Carrera Administración de Empresas, por medio de este Plan de Marketing Digital (P.M.D) se aportara con soluciones complementarias a los problemas que tiene esta, además de poder crear herramientas que en un futuro sean apropiadas para la formulación de estrategias que se plantea esta carrera.

En el mundo actualizado el internet se ha convertido en una herramienta necesaria e imprescindible para las personas, es por esta razón que muchos negocios en el ámbito de servicio han optado por promocionar sus servicios de manera digital, no solo abaratando costos de impresiones publicitarias sino además de interactuar en forma rápida, directa y segura, ya que el internet no tiene limitaciones de horario y es una herramienta fácil de explotar.

Al realizar esta propuesta de marketing digital nos enfocamos en datos históricos así como el mercado potencial, los cuales se darán como análisis nuestro lugar frente a la competencia.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La Carrera Administración de Empresas en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil siempre ha tenido un despunte al momento de las otras carreras en la captación de alumnos para su servicios, pero en los últimos años los alumnos han decrecido, como se observa en el grafico 1.2., donde el año con más alumnos inscritos es el 2011 con un total de 782 alumnos.

Se han analizado muchas variables que pudieron afectar el decrecimiento de alumnos en esta de Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, pero solo se tomara como principal problema la falta de publicidad digital sobre esta, es por este motivo que se plantea en este proyecto un marketing desde el ámbito digital, ya que esto mejora la forma de ver a la carrera y se espera que con la propuesta incrementen la inscripciones del servicio de la Carrera Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

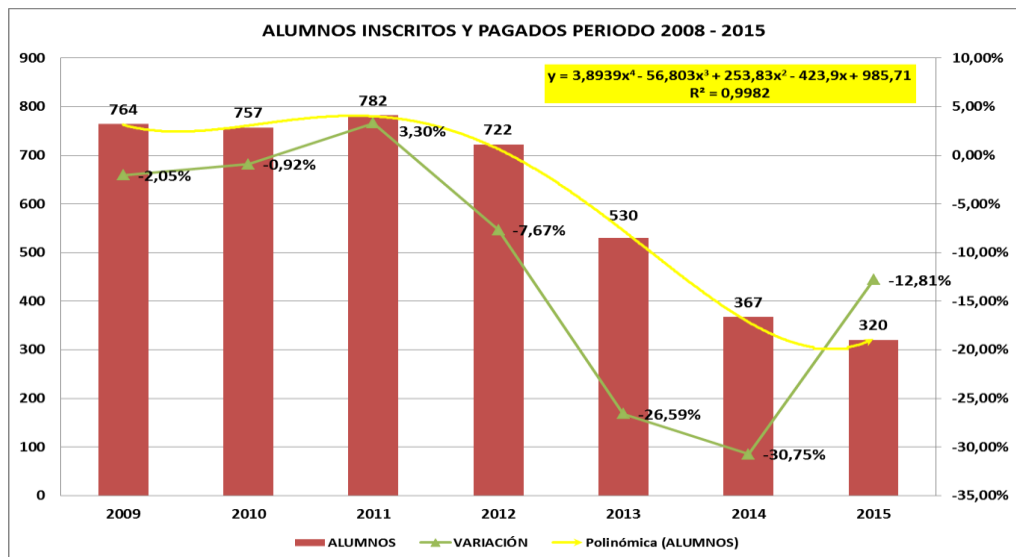


GRAFICO 1.1: Alumnos inscritos periodo 2008-2015

ELABORACIÓN: Econ. Ernesto Rangel Luzuriaga, M.SC.

FUENTE: oficina de Admisiones Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

1.4 OBJETIVOS.

1.4.1 Objetivo General.

- Crear un Plan de Marketing Digital (P.M.D) con el cual se incrementen las Inscripciones de Alumnos de la carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Identificar la situación actual de las inscripciones de la carrera de administración de empresas.
- Análisis de Redes Sociales.
- Propuesta del Plan de Marketing Digital
- Estudio Económico y Financiero.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. MARKETING

El marketing siempre ha tenido diversas definiciones, entre las más aceptables y modernas podríamos definirlos como: el proceso social y administrativo por el cual ofertan bienes y servicios desde punto de vista creativo para satisfacer necesidades e intercambiar bienes (Marcos Sheridan, 2008), pero además de esto el marketing ha sido clave para alcanzar objetivos dentro de las organizaciones, además creando eficiencia dentro de la competencia en el mercado. La mercadotecnia que es un proceso que comprende de identificar las necesidades de un determinado grupo de individuos es la complementación del Marketing en la actualidad.

Uno de los objetivos principales del Marketing es la de llevar al cliente a la decisión de compra final, es decir el marketing es un proceso que define la elección de un cliente hacia un servicio o producto ejemplo: si una persona pasa por una calle y no tiene noción de un producto, pero existe una imagen que representa la satisfacción del producto para su vida esto induce a la persona a tomar una decisión, ya sea de comprarlo o no.

El Marketing se ha categorizado de muchas formas, pero en esta ocasión lo identificaremos de cuatro formas.

2.1.1 TIPOS DE MARKETING

- **Marketing de productos masivos:** Este tipo de marketing se realiza para productos de consumo y necesidad para todo el mundo, este tipo de productos los usa todo el mundo generalmente se generan target o clasificaciones para cada uno por su valor monetario. Ejemplo de estos son: los juguetes, la ropa, los automóviles, los alimentos, etc.
- **Marketing de servicio:** El marketing de servicio también puede ser un tipo de marketing masivo ya que lo puede consumir cualquier persona pero siempre hay que recordar que el servicio es un intangible y por esta razón es más difícil que el consumidor llegue a conocer su beneficio, muchos publicistas de marketing de servicio sugieren medir constantemente su calidad, ya que es muy difícil medir la satisfacción del cliente, unos ejemplos de estos son: la diversión, la educación, la seguridad, la limpieza etc.
- **Marketing Industrial:** El marketing Industrial tiene una característica importante ya que ellos elaboran productos para posteriormente vendérselos a industrias que los vendan al consumidor final, o también deben venderles a industrias para que puedan completar su proceso de manufacturación y entreguen su producto terminado. El marketing industrial es un marketing más complicado porque debe venderle a empresas como ejemplo tenemos: Unilever que le vende sus productos terminados a empresas como; comisariato, supermaxi, tía, y pequeñas tiendas de abastecimiento
- **Marketing Online:** Este tipo de marketing lleva ocho años en el mercado y trata sobre productos y servicios online, un ejemplo de esto son los juegos en línea que patrocinan ventas de su servicios de diversión por medio de la web un ejemplo: juegos de Facebook, PlayStation, Netflix, etc.

2.1.2 MARKETING TRADICIONAL

El Marketing Tradicional es una forma de marketing traída desde unos veinticinco años atrás y trata de mecanismos impresos y escritos que dan a conocer al cliente de una forma directa sobre un servicio o un producto, el marketing tradicional se lo define como la forma directa de merchandising para construir relaciones cara a cara con un cliente, algunos autores y escritores de teorías del marketing han especificado cinco ventajas del marketing tradicional sobre el digital:

1. Alcance: algunos medios de comunicación tienen una forma credibilidad y alcance sobre sus audiencias lo que crea confianza frente al internet
2. Contacto: Un estrechón de mano y una sonrisa son cualidades que pueden enamorar y generar credibilidad suficiente para convertir una entrevista en una venta
3. Llega a todos: aunque es obvio el internet en la actualidad si excluye personas y esta son las personas de mayor edad o que desconocen el ámbito digital, las cuales solo las alcanzaras por medio del marketing tradicional
4. Tocar y Palpar: una foto no es lo mismo que tocar el producto en vivo y en directo como en ferias, expo plazas etc. Por esta razón el “ ver para crear” es una expresión que llama mucho la atención y que no se puede dar por internet
5. Degustación: cuando hablamos de un producto comestible o un producto de necesidad masiva, la web no es un buen medio para crear confianza a los clientes ya que en vivo y en directo la persona puede: degustar, sentir o crear confianza de un producto o servicio.

2.1.3 MARKETING DIGITAL

En la actualidad el Marketing Digital es una de las herramientas más utilizadas por los publicistas, las estrategias de comercialización llevadas a cabo en medios digitales tienden a la posibilidad de expandir horizontes de proyección de clientes. La web tiene características que el marketing tradicional no ofrece, una de ella es la posibilidad de compartir información de manera fácil, rápida y segura. Las nuevas redes sociales y las tecnologías de información permiten el intercambio de instrumentos gráficos como: videos, imágenes, que dan una apreciación diferente de un producto o un servicio.

Las técnicas de marketing antiguas, generaban un paradigma, ya que los distribuidores, los medios y los productores no generaban un enfoque creativo y visible de un producto o un servicio, en la era digital los espacios creados generan una estrategia y visión diferente para influenciar a los consumidores a que consuman un servicio o un producto de manera creativa, rentable y sustentable para ellos.

Existen siete formas de manejar el Marketing Digital dentro de una organización:

1. Crear una estrategia para crear las relaciones con nuestros clientes actuales: cuando hablamos de crear una estrategia tenemos que tomar en cuenta que la prioridad de una organización son los clientes además de la búsqueda continua de aquellos ya que debemos tomar en cuenta que mantener y obtener es más rentable mantener porque un cliente que consume nuestros productos y servicios constantemente es más rentable que conseguir cada día un nuevo cliente

2. Realizar chequeos de nuestras herramientas web: muchas veces cuando se crea una página web no se cumple los objetivos para lo que fue creada, ya que las organizaciones se desvían del objetivo de la página web cuando creen que han captado los clientes suficiente, es decir una empresa tiende a no supervisar sus herramientas web en el largo plazo.
3. Establecer objetivos y metas alcanzables: toda organización debe tener en cuenta que la publicidad no hace al producto, en cierto punto o a largo plazo nuestro producto debe demostrar que la publicidad mostraba las referencias exactas, por esta razón las metas que se proponga la compañía debe de estar acorde a la publicidad que se planifica ofrecer (esta debe siempre ser alcanzable y realista)
4. Guiarse por el comportamiento y necesidades de nuestros clientes y no por el de la competencia, algunas compañías tienden a copiar la competencia, pensando que los resultados van a ser iguales y esto se debe a que no siguen los patrones que sus clientes están adoptando o no sugieren una innovación o cambio de tendencia para sus clientes es por ello que muchas empresas fracasan al momento de crear un marketing digital, ya que no eligen las herramientas más adecuadas para ellos sino que eligen las herramientas que la competencia asigno como adecuada.
5. No apostar a una sola idea: muchas empresas ponen todo su presupuesto en marketing en una sola estrategia, esto genera que existan pocas alternativas o probabilidades para que la compañía obtenga un menor riesgo por inversión.
6. Apostar por herramientas gratuitas: los presupuestos destinados para el área de marketing generalmente son muy bien cuidados por los administradores de empresas ya que si no generan el alcance

deseado, la inversión no tendrá el retorno esperado. Las herramientas gratuitas generan una forma útil cuando las empresas tienen un bajo presupuesto de marketing y es la entrada para crear experiencia en el ámbito digital

7. No pensar que el marketing tradicional no genera ventas: las tendencias de inversión en el ámbito de publicidad indican que el marketing digital es el futuro de la publicidad pero el comportamiento de los consumidores algunas veces brinda información valiosa por medio del marketing tradicional.

Estas teorías se basan del libro, Marketing y Herramientas contemporáneas del autor J.Kotler 2008

2.1.4 MARKETING MIX



Figura 2.1 Marketing Mix.
Fuente: Propia

2.3. SITUACIÓN DEL MERCADO.

Un análisis de situación de mercado es un conjunto de acciones que se ejecutan de forma paralela para identificar factores que puedan tener una visión de cómo ofertar un producto o servicio en el mercado. Dependiendo de lo profundo que se quiera investigar o de los recursos que se quieran invertir, darán como resultado un plan efectivo para conseguir el objetivo deseado.

El estudio de mercado se puede dividir en cuatro estudios:

- Demanda
- Oferta
- Mercado Potencial
- Competencia

2.3.1 Demanda

Algunos autores definen a la demanda como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a diferentes precios en un mercado por un consumidor o un conjunto de consumidores.

La demanda por su nivel de consumo puede tener dos características:

- **Elástica:** se dice que una demanda elástica cuando la dispersión que hay de un periodo de tiempo puede crecer y decrecer en un momento a otro.

- **Inelástica:** se dice que una demanda inelástica cuando no hay dispersión y es constante en un periodo de tiempo.

Existen algunos factores que pueden afectar a la demanda en su momento del consumo y estas son las siguientes:

- Gusto personales
- Precio del producto
- Precio de otros bienes
- Factores psicológicos
- Factores de tiempo

2.3.2 Oferta

Algunos de autores definen la oferta como la cantidad que pueden ofrecer los productores de bienes y servicios. Aunque existen algunas diferencias entre la oferta y la cantidad ofrecida se podría definir que en un sistema económico la economía descansa en un libre juego de oferta y demanda centrándose siempre en un mercado determinado.

La oferta por sus diferentes productos y servicios puede tener las siguientes características:

- Oferta de productos masivos
- Oferta de servicios
- Oferta de productos de intermediación

2.3.3 Mercado Potencial

El mercado potencial se podría definir que es todo aquello conjunto de personas, empresas, instituciones y sociedades que puedan llegar a tener la necesidad de satisfacerse con un producto o servicio en cuestión. Algunos autores también señalan que el mercado potencial se puede llamar también mercado cautivo porque es un conjunto de clientes que siempre compran un producto considerado, similares pero de la necesidad que ofertamos.

2.3.4 Competencia

La competencia es toda aquella empresa, institución, etc. Que ofrece un producto o servicio similar al que se está ofertando, es decir la competencia tiene la capacidad y desempeño para poder arrebatarse un cliente. La competencia también ayuda para mejorar ya que ella despierta los intereses de los prospectos a clientes que la empresa tenga y eso genera innovación, rapidez y eficiencia.

Las características de la competencia son las siguientes:

- Igualdad de los productos y servicios
- Transparencia de la información
- Mercado o segmento potencial
- Estructura organizacional

2.4 REDES SOCIALES.

La red social es una estructura que está formada por individuos u organizaciones, y estas están conectadas por una o varios tipos de relaciones ya sea amistad, familiar o porque comparten el mismo tipo de interés, las redes sociales en internet se han convertido en un fenómeno que evoluciona muy rápido.

La red social se caracteriza en tres tipos:

- Redes sociales genéricas
- Redes sociales profesionales
- Redes sociales verticales

2.4.1 Redes sociales genéricas

Las redes sociales genéricas son los nuevos medios de comunicación en la actualidad, son las que más número de consumidores poseen y son muy populares.

Las redes sociales más conocidas son:

- Facebook
- Twitter
- Instagram

2.4.2 Redes sociales profesionales

Las redes sociales profesionales son aquellas que facilitan la búsqueda de clientes y socios esta mas relacionada en el ámbito laboral a comparación de las otras redes entre las más conocidas tenemos las siguientes:

- LinkedIn
- Viadeo
- Xing
- Ziki

2.4.3 Redes sociales verticales

Las redes sociales verticales o temáticas tienen un mismo tema en común, existen un sinnúmero de redes sociales verticales que ayudan al consumidor a relacionarse, las más comunes son:

- Lecturalia
- Funcook
- Minube
- Moviehaku

Las redes sociales verticales en la mayoría de veces se utilizan para el posicionamiento y de una marca o para nuevos mercados de segmentos son de gran ayuda para una empresa que quiera posicionarse en el mercado.

El consumo masivo de estos medios y la frecuencia de su uso los hace una herramienta atractiva para comercializar un producto o servicio y darse a conocer en el mercado, hoy en día las organizaciones utilizan estos medios tecnológicos para atraer clientes y darse a conocer y hasta ahora en la actualidad ha sido de gran ayuda porque tienen un bajo costo y gran alcance en los consumidores especialmente en los adolescentes.

2.5 PLAN DE MARKETING DIGITAL.

El Plan de Marketing Digital es un complemento que acompaña al Marketing Tradicional, donde las herramientas usadas permiten tener un campo más amplio de captación de clientes, es decir se puede llegar a captar más mercado, además de ser un recurso innovador y eficaz para mercados cada vez más sofisticados.

Existen 6 pasos que se debe seguir al momento de proponer un P.M.D:

1. Definir la Estrategia que se Utilizara.
2. Realizar análisis de la competencia.
3. Identificar el mercado potencial.
4. Definir el alcance y objetivos del P.M.D
5. Generar Estrategias y tácticas para lograr objetivos
6. Realizar estudio de Costos.

A continuación se detallaran cada paso:

1. Definir la Estrategia que se Utilizara.

En este paso se busca una estrategia que permita penetrar en el mercado potencial, dándonos como resultado el desarrollo del producto o servicio que deseamos comercializar, con la respectiva clasificación y característica del producto o servicio.

2. Realizar análisis de la competencia.

En este paso se analizara los sitios web de empresas que ofrezcan similares productos y servicios, donde por medio de métodos de investigación detallaremos diseño, información, utilización, etc. Esto se realizara para tener

un mayor enfoque y saber qué aspectos son los más relevantes a considerar al momento de la creación de nuestro P.M.D

3. Identificar el mercado potencial.

El mercado potencial es ese mercado el cual va a consumir nuestro producto y servicio, es importante la buena identificación de este mercado, ya que cuando los conocemos podemos insertar información adecuada de nuestro producto o servicio. Cuando se identifica el mercado potencial uno de los errores más comunes es la información que refleja el sitio web, ya que habla más de la compañía que del producto o servicio que se va a ofrecer.

4. Definir el alcance y objetivos del P.M.D

En este paso se fijara el objetivo que tendrá el diseño web, donde se crearan los soportes por medio de investigación del mercado que generalmente se realiza por encuestas.

5. Generar Estrategias y tácticas para lograr objetivos.

En este paso se elegirá cómo será la creación, el diseño, información que darán soporte al producto o servicio físico, para crear un posicionamiento y fidelización de los clientes, Es decir generar ventas por medio de la P.M.D. Teniendo en cuenta herramientas como redes sociales.

6. Realizar estudio de Costos.

El paso final es analizar cuanto será el costo del estudio y el impacto que podría alcanzar en los consumidores.

Estas teorías se basan del autor M. Arellano “Enfoque analítico del marketing” 2005.

2.6 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

Un estudio económico y financiero se elabora cuando se tiene ya propuesto un plan de acción de un proyecto determinado. Dónde indicaremos todos los costos y gastos (Inversión), los cuales se deberá incurrir para poder plantear el proyecto determinado, para la formulación de un estudio económico y financiero se deben seguir la siguiente secuencia de pasos:

1. Definir la Inversión Inicial.
2. Financiamiento.
3. Proyección de Costos y Gastos.
4. Proyección de Ingresos Esperados.
5. Rentabilidad del Proyecto.

A continuación detallaremos cada punto:

1. **Definir la Inversión Inicial:** En este punto se detallara el presupuesto inicial para comenzar el proyecto, con lo que se inicia para dar marcha al proyecto, es decir el soporte principal económico.
2. **Financiamiento:** Es este punto se buscara la forma de financiarlo, ya sea por créditos bancarios de corto o largo plazo, también pueden existir otras líneas de crédito como papeles comerciales.
3. **Proyección de Costos y Gastos:** En este punto se detallara como evolucionaran los costos y los gastos con el tiempo para generar un rentabilidad.

4. **Proyección de Ingresos Esperados:** En este punto se detallara como evolucionaran los ingresos con el tiempo para generar una rentabilidad.

5. **Rentabilidad del proyecto:** En este punto se detallara la rentabilidad generada de los costos y gastos ya generado, para ver si cumplen con las expectativas de la tasa interna de retorno.

Estas teorías son tomadas del autor B. Collin “Finanzas y proyecciones de proyectos” 2011.

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La investigación de un proyecto tiene objetivos claros y que se pueden definir, a esto se le llama tipo de investigación, por esta razón el siguiente trabajo explicara los con detalle a continuación cuales fueron utilizados:

3.1.1 Descriptiva.

La investigación de tipo descriptiva es la describe las particularidades o características de una determinada situación, por esta razón se utiliza la investigación descriptiva por se detalla situaciones, elecciones, y actividades más frecuentes con el uso del internet para su posterior análisis.

3.1.2 De Campo.

La investigación de Campo es la que se dirige al lugar de los hechos para crear un análisis real y profundo del problema a desarrollar, por esta razón se utiliza la investigación de campo, ya que con ella verificaremos el lugar donde la competencia realiza sus actividades y desarrollar un plan de acción fundamentado en los resultados de la investigación.

3.1.3 Bibliográfico.

La Investigación Bibliográfica es la que se dirige a material escrito, ya sea por libros, monografías, paper, documentos científico, etc., Por esta razón se utiliza la investigación bibliográfica, ya que con ella verificaremos las definiciones y metodología a usar en el siguiente trabajo de investigación.

3.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas de Investigación son aquellos se utilizan para el levantamiento de información al momento de querer desarrollar un plan de acción, por esta razón el siguiente trabajo explicara con detalle que técnicas se usaron:

3.2.1. Recolección de Datos

La Recolección de datos es una técnica que se usa para el levantamiento de información, donde se clasifican, analizan y generan conclusiones de requerimientos para posteriores análisis.

3.2.2. Entrevista

La entrevista es una técnica de investigación directa, busca como principal objetivo el criterio de varios sujetos para un análisis detallado de requerimiento de un producto o servicio, la entrevista es un método de investigación que también permite cualificas y cuantificar datos.

3.2.3. Encuesta

La técnica de encuesta se define como la forma de cuestionamiento a personas respecto a su comportamiento frente al tema a investigar, es decir toman variables dependiendo del tema como: comportamiento, interacciones, actitudes, características demográficas, edades y demás.

CAPITULO IV

DESARROLLO

4.1 IDENTIFICAR LA SITUACIÓN INICIAL DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA U.C.S.G

Este capítulo tratara sobre cómo han evolucionado los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, investigando características como de que colegio provienen y que especialización predominan al momento de ingresar a la carrera de Administración de Empresas. Además de esto el análisis comprenderá una retroalimentación que ayudara a tener un mayor enfoque de lo que desea el estudiante teniendo como resultado conclusiones que fundamentaran la creación del P.M.D.

Las encuestas que sé que realizaron toman como expectativas una idea fundamentada de lo que verdaderamente desea el consumidor en una página web universitaria para la carrera, y de los medios que ellos consideran que serían de mayor importancia para la captación de los estudiantes bachilleres que salen de los colegios, dando entender que este estudio no segmentara el mercado, porque el objetivo es crear un complemento del marketing tradicional que se genera en la carrera, ya que esto permitirá que el campo de acción se amplíe. El presente trabajo da apertura para que surjan otras investigaciones de mercado, ya que es necesario analizar los segmentos de manera geográfica, psicológica, económica-social, etc.

4.1.1 ANÁLISIS HISTÓRICO: Carrera de Administración de Empresas de la U.C.S.G.

4.1.1.1 Análisis de estudiante por colegio

La carrera de Administración de Empresas presenta los siguientes resultados por año de los alumnos inscritos, categorizados por el colegio de donde provienen:

- **2010**

En el 2010 el colegio que predominó como el número uno de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la UCSG, fue la Academia Almirante Illingworth con el 7%, seguida del Cristóbal Colón con 4%, Liceo Cristiano con 4% y Santo Domingo Guzmán 3%.

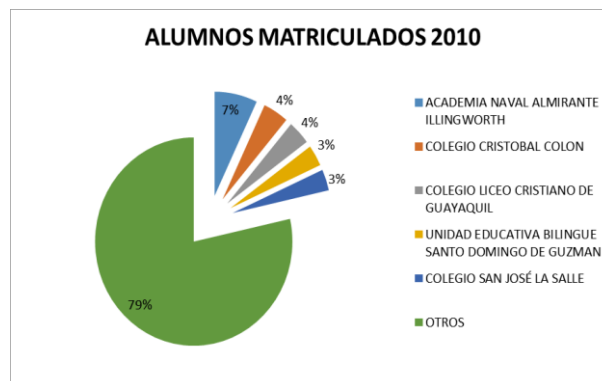


GRAFICO 4.1: Análisis de alumnos por colegio 2010

ELABORADO: La autora.

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G.

- 2011

En el 2011 el colegio que predominó como el número uno de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, fue la Academia Almirante Illingworth con el 7%, Liceo Cristiano con 6%, Cristóbal Colón con 4% y San José la Salle con 4%.

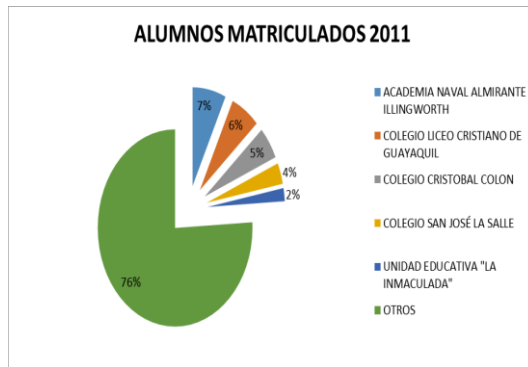


GRAFICO 4.2: Análisis de alumnos por colegio 2011

ELABORADO: La autora.

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

- 2012

En el 2012 el colegio que predominó como el número uno de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, fue la Academia Almirante Illingworth con el 7%, Liceo Cristiano con 3%, Cristóbal Colón con 3% y Colegio Fiscal Técnico Experimental con 4%.

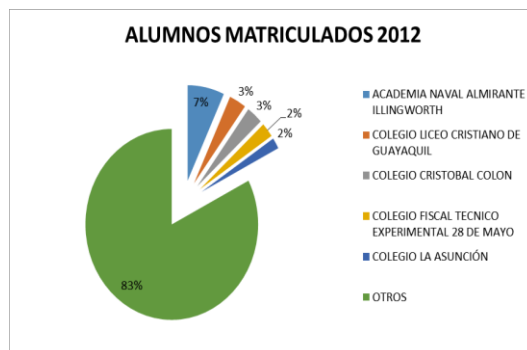


GRAFICO 4.3: Análisis de alumnos por colegio 2012

ELABORADO: La autora.

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

- **2013**

En el 2013 el colegio que predominó como el número uno de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la UCSG, fue la Academia Almirante Illingworth con el 4%, Liceo Cristiano con 4%, Cristóbal Colon con 3% y Unidad educativa Inmaculada con 4%.

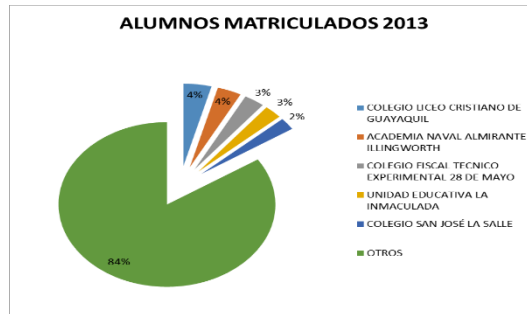


GRAFICO 4.4: Análisis de alumnos por colegio 2013

ELABORADO: La autora.

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

- **2014**

En el 2014 el colegio que predominó como el número uno de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la UCSG, fue la Academia Almirante Illingworth con el 7%, Liceo Cristiano con 3%, Cristóbal Colon con 3% y Colegio Fiscal Técnico Experimental con 4%.

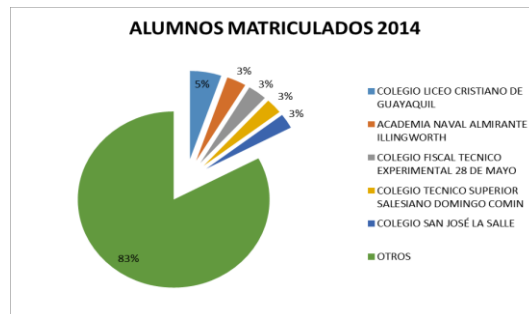


GRAFICO 4.5: Análisis de alumnos por colegio 2014

ELABORADO: La autora.

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.

- **2015**

En el 2015 el colegio que predominó como el número uno de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la UCSG, fue la Academia Almirante Illingworth con el 9%, Cristóbal Colón con 4%, Espíritu Santo con 4% y Liceo Cristiano con 3%.

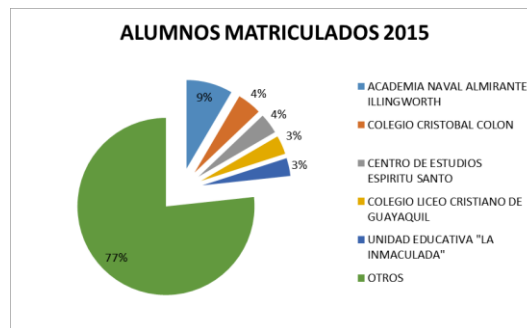


GRAFICO 4.6: Análisis de alumnos por colegio 2014

ELABORADO: La autora.

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

Ver anexo 1

4.1.1.2 Análisis de estudiante por Especialización

La Carrera de Administración de Empresas ha tenido los siguientes resultados por año de los alumnos inscritos categorizados por el Especialización de donde provienen

- 2010

En el 2010 la especialización que predominó el número de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, fue la Contabilidad con un 28%, seguida de Fisicomatemático 23%, informática 16%, comercio con el 11%.

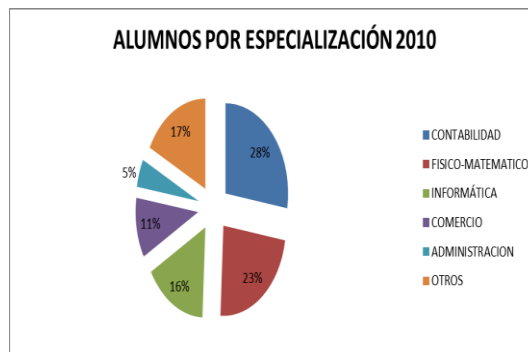


GRAFICO 4.7: Análisis de alumnos por especialización 2010

ELABORADO: La autora.

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

- 2011

En el 2011 la especialización que predominó el número de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la UCSG, fue la Contabilidad con un 27%, seguida de Fisicomatemático 22%, informática 15%, Administración con el 11%.

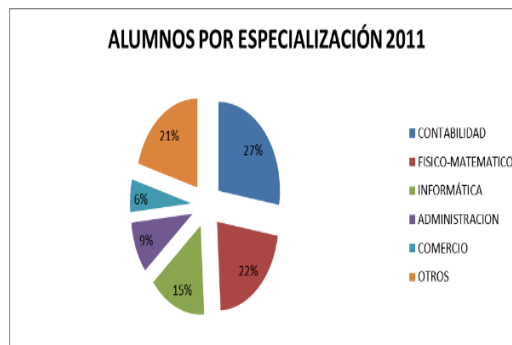


GRAFICO 4.8: Análisis de alumnos por especialización 2011

ELABORADO: La autora

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

- **2012**

En el 2012 la especialización que predominó el número de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la UCSG, fue la Contabilidad con un 26%, seguida de Fisicomatemático 16%, informática 13%, Comercio con el 11%.

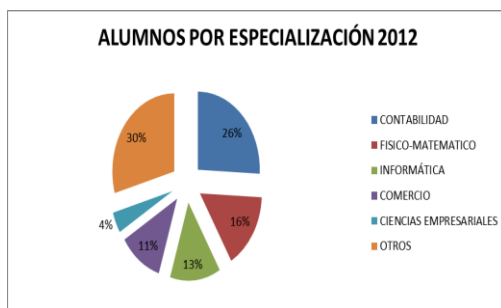


GRAFICO 4.9: Análisis de alumnos por especialización 2012

ELABORADO: La autora

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

- **2013**

En el 2013 la especialización que predominó el número de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la UCSG, fue la Contabilidad con un 24%, seguida de Fisicomatemático 23%, informática 17%, Comercio con el 7%.

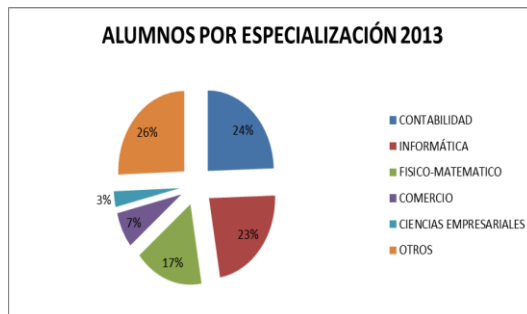


GRAFICO 4.10: Análisis de alumnos por especialización 2013

ELABORADO: La autora.

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

- **2014**

En el 2014 la especialización que predominó el número de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la UCSG, fue la Contabilidad con un 22%, seguida de Fisicomatemático 22%, informática 15%, Ciencias con el 8%.

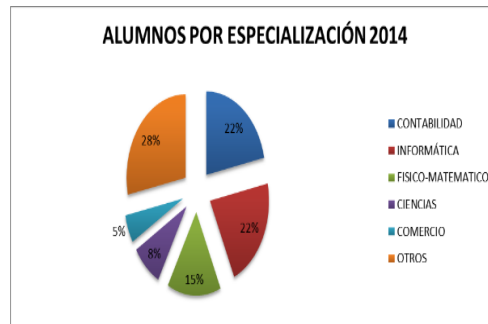


GRAFICO 4.11: Análisis de alumnos por especialización 2014

ELABORADO: La autora.

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

- **2015**

En el 2015 la especialización que predominó el número de alumnos que ingresaron a la carrera de Administración de Empresas de la UCSG, fue la Contabilidad con un 35%, seguida de Fisicomatemático 14%, informática 20%, General con el 9%.

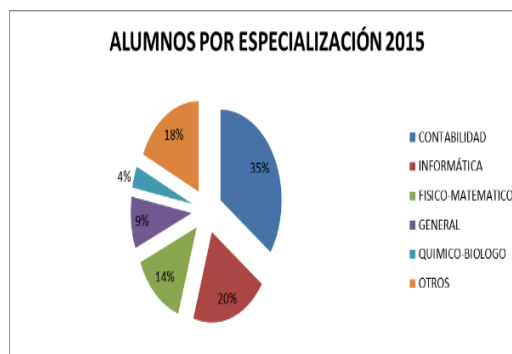


GRAFICO 4.12: Análisis de alumnos por especialización 2015

ELABORADO: La autora

FUENTE: Carrera de Administración de Empresas Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas U.C.S.G

VER ANEXO1

4.1.1.3 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE DATOS HISTORICAS

En el análisis se observó que la Carrera de Administración de Empresas tiene como principal prospecto personas de especializaciones contables e informáticas. Los alumnos que más buscan la Universidad Católica Santiago de Guayaquil son de clase media.

Este análisis no segmenta el mercado de ninguna manera ya que eso será trabajo de los investigaciones posteriores, por este motivo el análisis es solo para identificar el segmento ya antes adquirido, además la propuesta **PMD** busca como objetivo tener un prospecto de clientes sin filtro de segmentación, es decir el prospecto será toda persona que salga de cualquier colegio y tenga la capacidad de visualizar el **PMD**, ya que así se generara un campo de acción más grande para incrementar el número de alumnos dentro de la carrera de Administración de Empresas.

4.1.2 UNIVERSIDADES QUE OFERTAN LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Esta sección contempla el número de universidades con la cantidad de alumnos promedio que estas matriculan anualmente. La información se obtuvo de diferentes fuentes, pero lamentablemente mucha información de ella es confidencial y solo se obtuvo de manera verbal y no escrita.

4.1.2.1 UNIVERSIDADES QUE OFERTAN LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

En la actualidad la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil pasa por unos escasos de alumnos matriculados, la tabla uno muestra que se encuentra en el puesto número 6 dentro de las 7 universidades que ofertan esta carrera.

Esta cifra demuestra que existe un bajo nivel de inscritos, es por esto que el Plan de Marketing Digital (**PMD**), contempla la idea del abanico de posibilidades y de prospectos que ayudara al incremento de alumnos matriculados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, dando como resultado un alcance mayor.

Este trabajo de investigación no analiza los problemas por el cual no se ha captado una cantidad considerable de alumnos, ya que el **PMD** solo es un complemento que se adjuntara y propondrá a la gestión de marketing que realizar la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas con la carrera de Administración de Empresas.

Universidades que Ofertan la Carrera de Administración de Empresas.

CARRERA	UNERSIDAD	MODALIDAD	CANTIDAD ALUMNOS 2015
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA	PRESENCIAL	2376
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL	PRESENCIAL	674
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	PRESENCIAL	3500
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	UNIVERSIDAD SANTA MARIA	PRESENCIAL	550
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	UNIVERSIDAD VICENTE ROCAFUERTA	PRESENCIAL	1200
ADMINISTRACION DE EMPRESAS	UNIVERSIDAD ECOTEC	PRESENCIAL	850
TOTAL			9150

TABLA 4.1: Universidades que ofertan la Carrera Administración de Empresas en la Ciudad de Guayaquil.

ELABORADO: La autora.

En la tabla número 4.1 se observa que de todas las universidades, la Universidad Politécnica Salesiana con 2,376 alumnos en la Carrera Administración de Empresas, no así la Universidad Católica Santiago de Guayaquil esta en uno de los últimos puestos. Como se trata de una propuesta de Plan de Marketing Digital, es necesario entrar al portal de estas universidades con la finalidad de entender el efecto del usuario.

4.1.2.2 ANÁLISIS DE LAS PÁGINAS WEB DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LAS UNIVERSIDADES QUE LA OFERTAN.

Se tomaron estudiantes de bachillerato para que den su opinión acerca de las páginas web de las universidades que ofertan la carrera de Administración de Empresas, y se detectó falencias de cada una de ellas y se obtuvo un enfoque más claro de lo que requiere un estudiante de manera visual para la creación del P.M.D. (VER ANEXO2)

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA



FIGURA 4.1: Página web Universidad Salesiana.

FUENTE: <http://www.ups.edu.ec/>

- **ESTUDIANTE “A”**

NOMBRE: DANIELA DOMINITH GUEVARA LÓPEZ

COLEGIO: ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORHT

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD

COMENTARIO: “Me parece vistosa, pero no encuentro el sentido de porque estudiar esa carrera, además me demoro en encontrar la información y visiblemente poco atractiva”.

- **ESTUDIANTE “B”**

NOMBRE: DARIO ANDRES BAQUERIZO INTRIAGO

COLEGIO: LICEO CRISTIANO

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

COMENTARIO: “Es difícil encontrar la carrera y no me atrae la forma en que me la explican, creo que no es llamativa”

- **ESTUDIANTE “C”**

NOMBRE: CARLOS MANUEL BENAVIDES PEREZ

COLEGIO: CRISTOBAL COLON

ESPECIALIZACIÓN: FISICO MATEMATICO

COMENTARIO: “Veo que no existe links que me dejen ver las redes sociales en la cuales pueda yo encontrar a la universidad, además se me torna muy aburrido el formado y complicado de ingresar.”.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FIGURA 4.2: Página web Universidad de Guayaquil.

FUENTE: <http://www.ug.edu.ec/>

- ESTUDIANTE “A”

NOMBRE: DANIELA DOMINITH GUEVARA LÓPEZ

COLEGIO: ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORHT

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD

COMENTARIO: “La página se cae todo el tiempo, no veo la información de la carrera, no hay información específica de los requisitos, no veo nada que me llame la atención de esta universidad o la carrera que de Administración de Empresas”.

- **ESTUDIANTE “B”**

NOMBRE: DARIO ANDRES BAQUERIZO INTRIAGO

COLEGIO: LICEO CRISTIANO

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

COMENTARIO: “No puedo ver absolutamente nada, no encuentro el menú la información de la carrera, además las página es muy sencilla y con poca información general, parece que no quieren que una persona se inscriba.”

- **ESTUDIANTE “C”**

NOMBRE: CARLOS MANUEL BENAVIDES PEREZ

COLEGIO: CRISTOBAL COLON

ESPECIALIZACIÓN: FISICO MATEMATICO

COMENTARIO: “Encontré el link de la carrera, pero no me abre, no da información de la carrera, solo sale que existe pero nada más, creo que la pagina le falta más colores e identificaciones para poder ver con claridad.”.

UNIVERSIDAD SANTA MARIA DE GUAYAQUIL

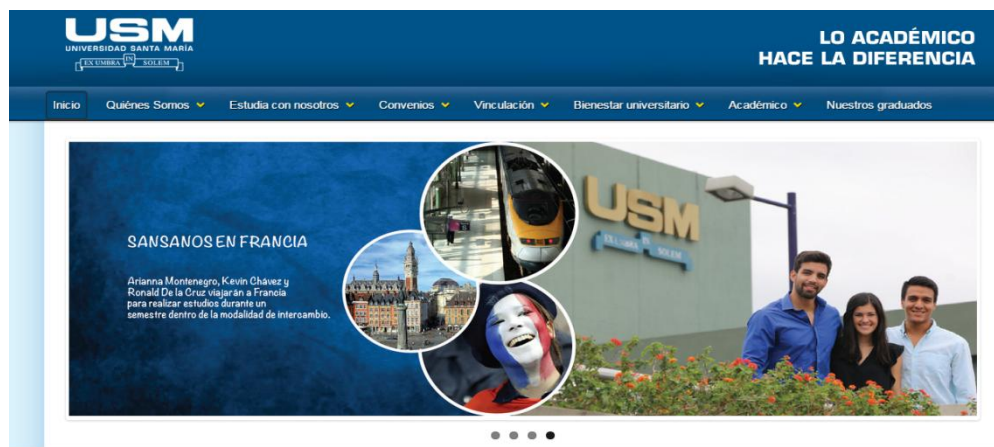


FIGURA 4.3: Página Web USM

FUENTE: <http://www.usm.edu.ec/>

- **ESTUDIANTE “A”**

NOMBRE: DANIELA DOMINITH GUEVARA LÓPEZ

COLEGIO: ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORHT

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD

COMENTARIO: “Demora mucho en cargar la página, además no me despierta algún interés, porque la información es muy aburrida de leer y no puedo tener un interés verdadero de la carrera.”.

- **ESTUDIANTE “B”**

NOMBRE: DARIO ANDRES BAQUERIZO INTRIAGO

COLEGIO: LICEO CRISTIANO

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

COMENTARIO: “Me demoro mucho en abrir las páginas y los links de la universidad cargan muy lento, pero tampoco me llama la atención la información dentro de la página de la carrera”

- **ESTUDIANTE “C”**

NOMBRE: CARLOS MANUEL BENAVIDES PEREZ

COLEGIO: CRISTOBAL COLON

ESPECIALIZACIÓN: FISICO MATEMATICO

COMENTARIO: “No me abre muy rápido que digamos el link de la carrera creo que no me interesa porque la información no me da la confianza necesaria para incursionar en esta carrera, ya que además parece la página muy simple y no encuentro las redes sociales para poder visitarla por medio de ellas.”.

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE.



FIGURA 4.4: Página web Universidad Laica Vicente Rocafuerte.

FUENTE: <http://www.ulvr.edu.ec/>

- **ESTUDIANTE “A”**

NOMBRE: DANIELA DOMINITH GUEVARA LÓPEZ

COLEGIO: ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORHT

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD

COMENTARIO: “Me parece muy poco atractiva la página, es muy antiguo la forma de presentación la página, además no hay mucha información de la carrera, por esta razón no me llama la atención para nada la página y la carrera”.

- **ESTUDIANTE “B”**

NOMBRE: DARIO ANDRES BAQUERIZO INTRIAGO

COLEGIO: LICEO CRISTIANO

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

COMENTARIO: “Es muy poco atractiva la página web, además no tiene un diseño que me llame la atención, esto se da por que los colores también me parecen demasiado convencionales”.

- **ESTUDIANTE “C”**

NOMBRE: CARLOS MANUEL BENAVIDES PEREZ

COLEGIO: CRISTOBAL COLON

ESPECIALIZACIÓN: FISICO MATEMATICO

COMENTARIO: “Es una página muy sencilla y poco actual con las aplicaciones que existen en la actualidad, deberían también cambiar los colores, porque casi todos tienen los mismo colores.”.

UNIVERSIDAD ECOTEC.



FIGURA 4.5: Página web Universidad Ecotec

FUENTE: <http://www.ecotec.edu.ec/>

- **ESTUDIANTE “A”**

NOMBRE: DANIELA DOMINITH GUEVARA LÓPEZ

COLEGIO: ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORHT

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD

COMENTARIO: “Es muy parecido a las otras, los colores son iguales, la forma y tampoco hace que la información sea muy atractiva para que yo la lea, creo que tampoco cumple con que espero de una página web de información para mis estudios”.

- **ESTUDIANTE “B”**

NOMBRE: DARIO ANDRES BAQUERIZO INTRIAGO

COLEGIO: LICEO CRISTIANO

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

COMENTARIO: “No puedo ver con claridad, ya que los colores se ven demasiado bajos del menú, además no me genera una imagen buena la información de la carrera, creo que me gustaría ver algo más rápido y vistoso”

- **ESTUDIANTE “C”**

NOMBRE: CARLOS MANUEL BENAVIDES PEREZ

COLEGIO: CRISTOBAL COLON

ESPECIALIZACIÓN: FISICO MATEMATICO

COMENTARIO: “Es una página con información no muy clara y no me motiva a ver la carrera de modo que me sirva para mi futuro, además creo que los colores del menú no se distinguen”.

UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL



FIGURA 4.6: Página web Universidad Católica Santiago de Guayaquil

FUENTE: <http://www2.ucsg.edu.ec/>

• ESTUDIANTE “A”

NOMBRE: DANIELA DOMINITH GUEVARA LÓPEZ

COLEGIO: ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORHT

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD

COMENTARIO: “Los colores son muy atractivos, pero tiene demasiada información y no puedo ver dónde está la información de la carrera, cuando ya la encontré no me pareció muy atractiva la forma en que me enseñan la carrera y no encuentro los vínculos de las redes sociales”.

- **ESTUDIANTE “B”**

NOMBRE: DARIO ANDRES BAQUERIZO INTRIAGO

COLEGIO: LICEO CRISTIANO

ESPECIALIZACIÓN: CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

COMENTARIO: “El fondo es bueno, los colores llamativos, pero al momento de ver la carrera no me parece atractiva, ni llamativa, porque los colores no lo hacen ver así”

- **ESTUDIANTE “C”**

NOMBRE: CARLOS MANUEL BENAVIDES PEREZ

COLEGIO: CRISTOBAL COLON

ESPECIALIZACIÓN: FISICO MATEMATICO

COMENTARIO: “Es una página con información no muy clara y tampoco me motiva a ver la carrera de modo que me sirva para mi futuro, no me muestra las plazas de trabajo en ella tampoco”

4.2.3 CONCLUSION DEL ESTUDIO DE LA OFERTA

Se puede concluir que la oferta tiene opiniones muy parecidas sobre las páginas web de las universidades que ofertan la carrera de administración de empresas, es por este motivo que se realizara una encuesta y un análisis de las redes sociales más usadas dentro del medio juvenil que va salir a la universidad, generando una idea para la creación del Plan de Marketing Digital.

Antes de realizar las encuestas se generara un análisis total de la población que puede ingresar a la universidad, teniendo en cuenta que esta trabajo no segmentara al mercado, ya que se considera que eso le concierne a otros tipos de investigaciones con objetivos diferentes. **(VER ANEXO2)**

4.1.3 NÚMERO POTENCIAL DE ESTUDIANTES EGRESADOS DE BACHILLERATO.

En el Ecuador existen 237 Colegios de los cuales se calcula que aproximadamente existen 2500 alumnos en promedio en cada una, eso quiere decir que tenemos un prospecto de $237 * 2500 = 592.500$ alumnos, teniendo en cuenta que el total de alumnos inscritos en la carrera de administración es de 9150 alumnos en el 2015, nos da una idea de que el porcentaje de captación de la carrera en la ciudad de Guayaquil es de $9150/592.500 = 1,54\%$, por este motivo se procederá a realizar una encuesta por los estudios realizados a 150 alumnos de tres diferentes instituciones, para así saber con un mayor detalle que requerimientos tienen los alumnos al momento de observar un P.M.D, además de esto cumplir con el objetivo del estudio, que es generar un complemento al marketing tradicional que realiza la universidad en esta carrera. **(VER ANEXO 3)**

Pero antes de la encuesta se estudiara las 10 redes más usadas por los jóvenes en el Ecuador.

4.1.4 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Se realizaron un total de 150 encuestas en tres diferentes colegios de Guayaquil para así poder saber cuáles son las características que más valoran los estudiantes al momento de ver una publicidad digital, teniendo en cuenta que anteriormente ya se estudió las falencias de las páginas web propuestas por las diferentes universidades que ofertan la carrera de administración de empresas. A continuación se analizara pregunta por pregunta, colegio por colegio para posteriormente poder analizar globalmente la percepción del total de alumnos encuestados para poder realizar y dar una propuesta de P.M.D.

PREGUNTA 1: COLEGIO "A"

1.- ¿Con que frecuencia utiliza el internet?

En el Colegio "A" se pudo observar que en la pregunta número uno, el 88% de los hombres respondieron que siempre usaban el internet, las mujeres por otra parte llegaron al 92%, teniendo como bajo porcentaje personas que usan de repente el internet.

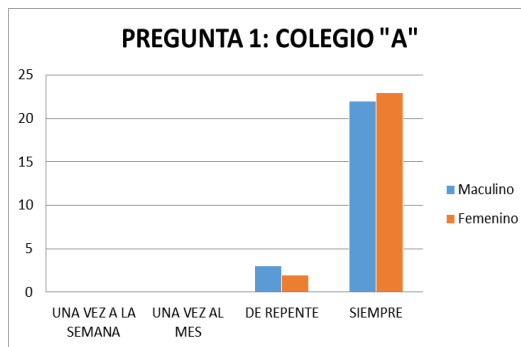


GRAFICO 4.13: PREGUNTA 1: COLEGIO "A"
ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 2: COLEGIO "A"

2.- ¿Te gusta buscar información en internet?

En el Colegio "A" se observó que la pregunta número dos, el 96% de los hombres respondieron SI a la pregunta, por otro lado las mujeres obtuvieron un 100%, teniendo como bajo porcentaje del 4% a personas que dijeron no gustarle buscar información en internet.

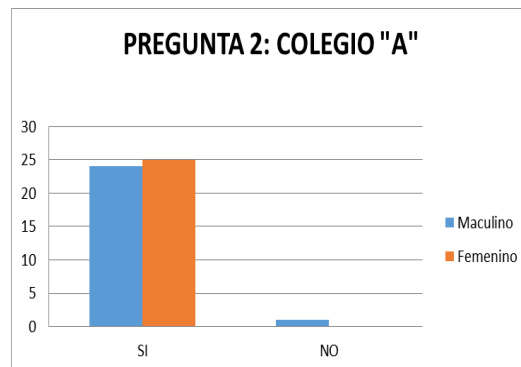


GRAFICO 4.14: PREGUNTA 2: COLEGIO "A"
ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 3: COLEGIO "A"

3.- ¿Qué es lo que te gusta de una página web?

En el colegio "A" se observó que en la pregunta número tres, 15% de los hombres respondieron que les gustaría tener creatividad en una página web mientras que las mujeres obtuvieron un 72%, dando el 8% del mínimo en información.

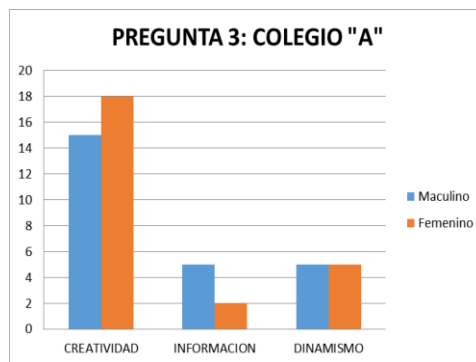


GRAFICO 4.15: PREGUNTA 3: COLEGIO "A"

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 4: COLEGIO "A"

4.- ¿Te gustaría una página web interactiva?

En el colegio "A" en la pregunta número cuatro se obtuvo como resultado el 88% de hombres que dijeron si a la pregunta mientras que las mujeres un 96%, con un porcentaje mínimo del 4% diciendo que no les gustaría una página web interactiva.

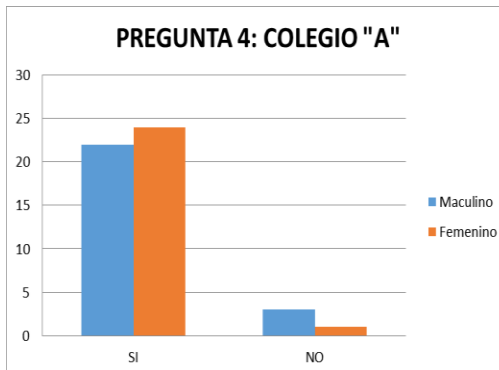


GRAFICO 4.16: PREGUNTA 4: COLEGIO "A"

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 5: COLEGIO "A"

5.- ¿Conoces alguna Universidad con una página web interactiva?

En el colegio "A" se observó que en la pregunta número cinco, el 88% de los hombres respondieron que no conocían una página web universitaria interactiva mientras que las mujeres respondieron con un 92%, el porcentaje mínimo fue del 8% respondiendo que si conocían una página web interactiva

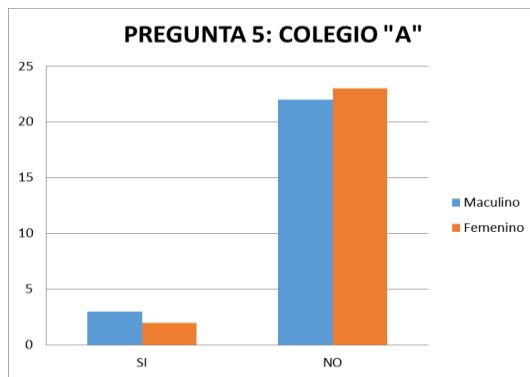


GRAFICO 4.17: PREGUNTA 5: COLEGIO "A"
ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 1: COLEGIO "B"

1.- ¿Con que frecuencia utiliza el internet?

En el colegio "B" se obtuvo de la pregunta número uno, el 60% de los hombres respondieron que siempre utilizan el internet mientras que las mujeres respondieron un 80%, con el porcentaje mínimo del 4% que utilizan una vez al mes el internet.

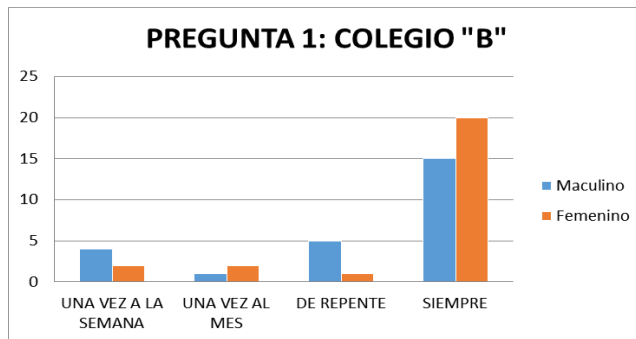


GRAFICO 4.18: PREGUNTA 1: COLEGIO "B"
ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 2: COLEGIO "B"

2.- ¿Te gusta buscar información en internet?

En el Colegio "B" se observó que la pregunta número dos, el 64% de los hombres respondieron SI a la pregunta, por otro lado las mujeres obtuvieron un 84%, teniendo como bajo porcentaje del 16% a personas que dijeron no gustarle buscar información en internet.

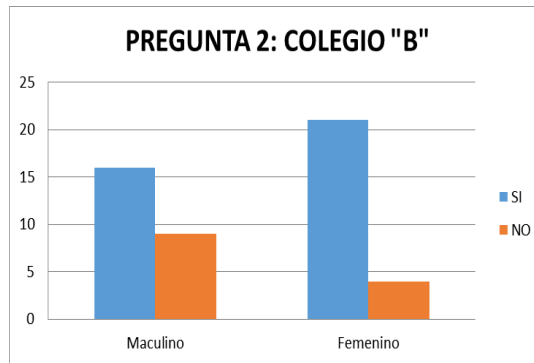


GRAFICO 4.19: PREGUNTA 2: COLEGIO "B"
ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 3: COLEGIO "B"

3.- ¿Qué es lo que te gusta de una página web?

En el colegio "B" se observó que en la pregunta número tres, 88% de los hombres respondieron que les gustaría tener creatividad en una página web mientras que las mujeres obtuvieron un 68% , dando el 4% del porcentaje mínimo por parte de los hombres que escogieron que les gustaría obtener información en una página web.

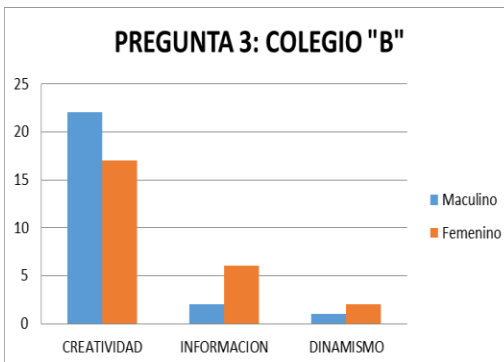


GRAFICO 4.20: PREGUNTA 3: COLEGIO "B"
ELABORADO: LA AUTORA

PREGUNTA 4: COLEGIO "B"

4.- ¿Te gustaría una página web interactiva?

En el colegio "B" se observó en la pregunta cuatro, el 88% de las mujeres respondieron que si les gustaría una página web interactiva mientras que la respuesta de los hombres alcanzo un 76%, con un porcentaje mínimo del 12% que respondieron que no les gustaría una página web interactiva.

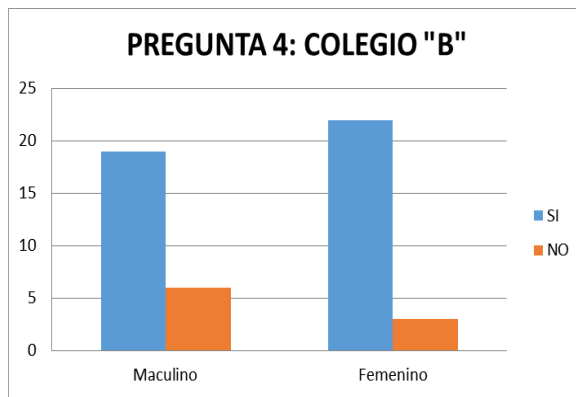


GRAFICO 4.21: PREGUNTA 4: COLEGIO "B"
ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 5: COLEGIO "B"

5.- ¿Conoces alguna Universidad con una página web interactiva?

En el colegio "B" se obtuvo de la pregunta número cinco, el 100% de los hombres respondieron que no conocen una página web interactiva mientras que la respuesta de las mujeres fue de un 96%.

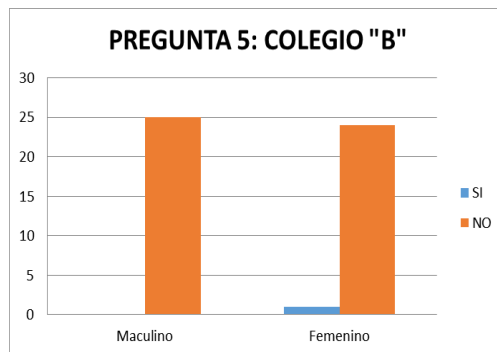


GRAFICO 4.22: PREGUNTA 5: COLEGIO "B"
ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 1: COLEGIO "C"

1.- ¿Con que frecuencia utiliza el internet?

En el colegio "C" de la pregunta número uno, el 92% de las mujeres respondieron que siempre utilizan el internet mientras que los hombres obtuvo el 76%, el porcentaje mínimo del 4% fue que una vez al mes utilizan internet.

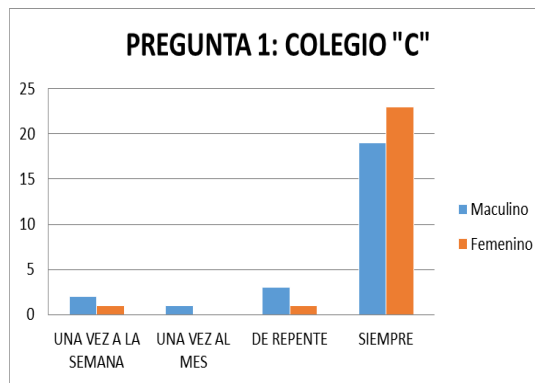


GRAFICO 4.23: PREGUNTA 1: COLEGIO "C"

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 2: COLEGIO "C"

2.- ¿ Te gusta buscar información en internet?

En el colegio "C" la pregunta número dos, un aproximado del 100% entre hombres y mujeres respondieron que si les gustaba buscar información en internet.

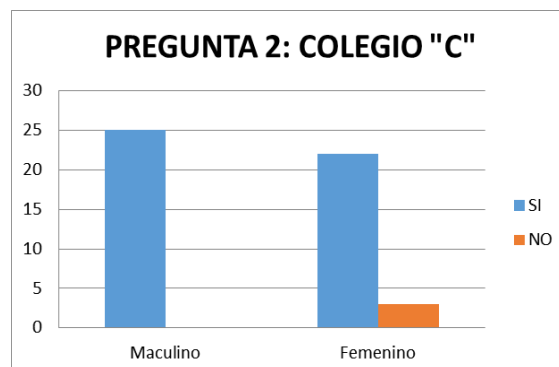


GRAFICO 4.24: PREGUNTA 2: COLEGIO "C"

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 3: COLEGIO "C"

3.- ¿Qué es lo que te gusta de una página web?

En el colegio "C" la pregunta número tres, obtuvo como resultado de los hombres el 64% en creatividad, mientras que el 44 % en dinamismo fue la respuesta de las mujeres con un porcentaje mínimo del 4% en información.

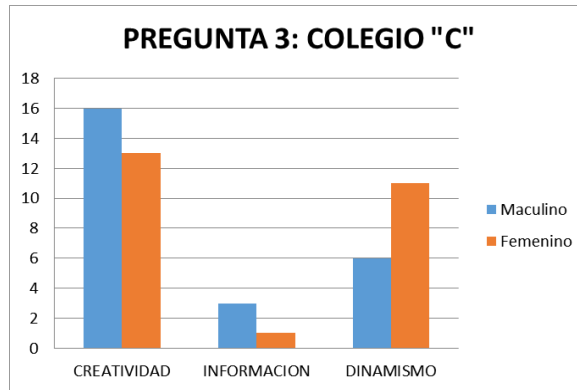


GRAFICO 4.25: PREGUNTA 3: COLEGIO "C"

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 4: COLEGIO "C"

4.- ¿Te gustaría una página web interactiva?

En el colegio "C" se obtuvo de la pregunta número cuatro, 96% de los hombres con que si les gustaría una página web interactiva, mientras que el valor mínimo por parte de las mujeres con un No fue del 4%.

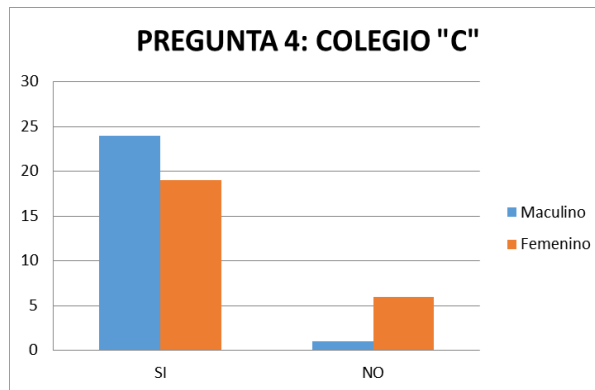


GRAFICO 4.26: PREGUNTA 4: COLEGIO "C"

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 5: COLEGIO "C"

5.- ¿Conoces alguna Universidad con página web Interactiva?

En el colegio "C" se obtuvo de la pregunta cinco, el 96% de los hombres respondieron con que no conocen ninguna página web universitaria interactiva mientras que las mujeres respondieron un 100% a no conocer ninguna página web.

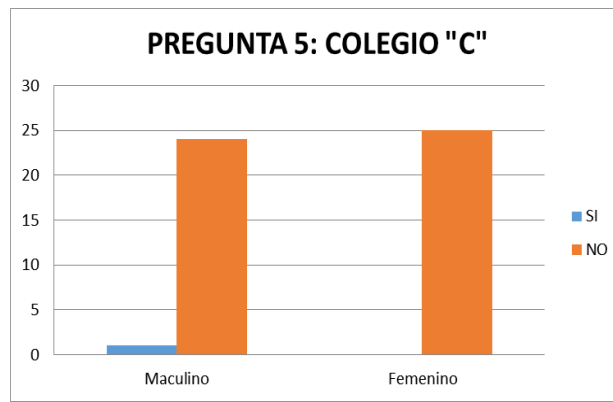


GRAFICO 4.27: PREGUNTA 5: COLEGIO "C"

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 1: TABULACIÓN TOTAL

1.- ¿Con que frecuencia utiliza el internet?

La Tabulación Total de la pregunta número uno, el 75% de los hombres respondieron que siempre utilizan el internet mientras que las mujeres obtuvo el 88%, el porcentaje mínimo fue que dos vez al mes utilizan internet.

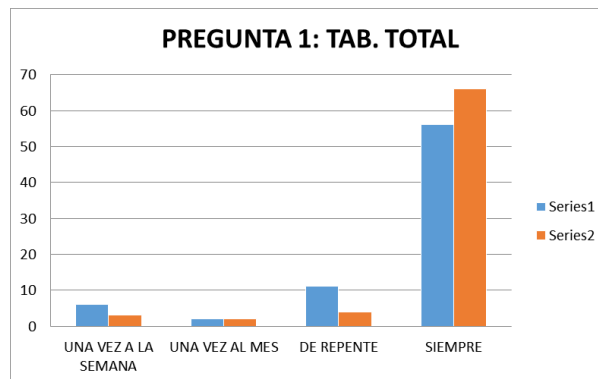


GRAFICO 4.28: PREGUNTA 1: TABULACIÓN TOTAL

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 2: TABULACIÓN TOTAL

2.- ¿ Te gusta buscar información en internet?

En la Tabulación Total de la pregunta número dos, El 87% de los hombres respondieron que si les gustaba buscar información en internet. Por otra lado las mujeres respondieron si en un 97%.

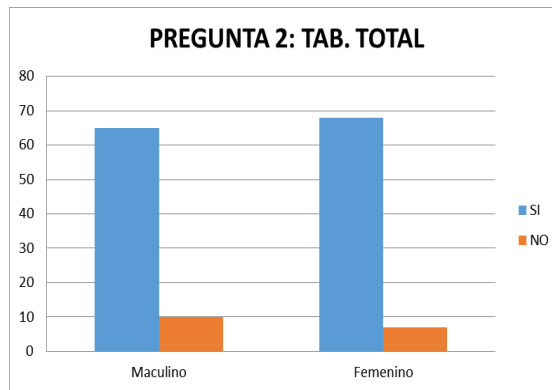


GRAFICO 4.29: PREGUNTA 2: TABULACIÓN TOTAL

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 3: TABULACIÓN TOTAL

3.- ¿Qué es lo que te gusta de una página web?

En el Tabulación total la pregunta número tres obtuvo como resultado de los hombres el 71% en creatividad, mientras que las mujeres un 64%. Por otro lado información fue la respuesta con un porcentaje mínimo del 12%.

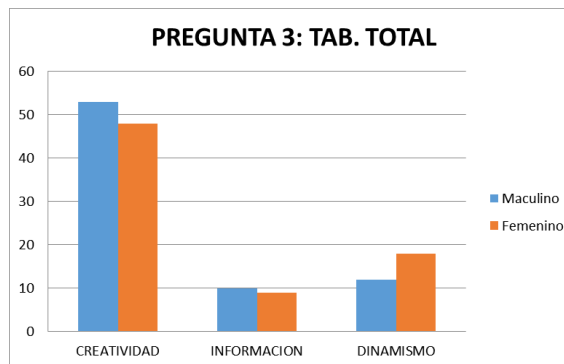


GRAFICO 4.30: PREGUNTA 3: TABULACIÓN TOTAL

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 4: TABULACIÓN TOTAL

4.- ¿Te gustaría una página web interactiva?

En la tabulación total se obtuvo de la pregunta número cuatro, 87% tanto de los hombres como la mujeres que si les gustaría una página web interactiva mientras que el valor mínimo fue de un no con el 13% por ambas partes.

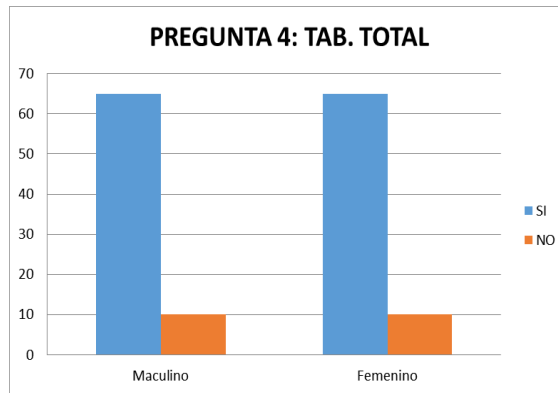


GRAFICO 4.31: PREGUNTA 4: TABULACIÓN TOTAL

ELABORADO: LA AUTORA.

PREGUNTA 5: TABULACIÓN TOTAL

5.- ¿Conoces alguna Universidad con página web Interactiva?

En la tabulación total se obtuvo de la pregunta cinco, el 96% de las mujeres respondieron con que no conocen ninguna página web universitaria interactiva mientras que los hombres respondieron con un 5% al no conocer ninguna página web interactiva.

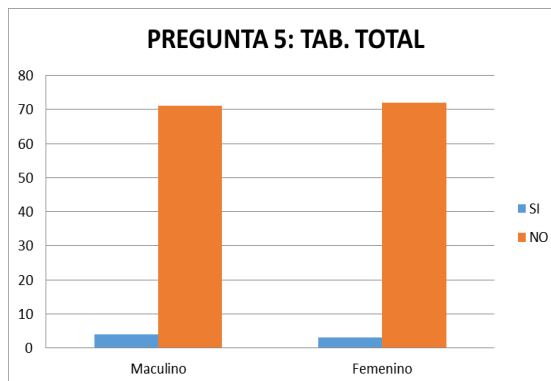


GRAFICO 4.32: PREGUNTA 5: TABULACIÓN TOTAL

ELABORADO: LA AUTORA.

Las encuestas arrojaron resultados que motivan la creación del P.M.D. teniendo en consideración que los usuarios respondieron aceptablemente la información que se espera obtener, siendo una de ellas la pregunta uno, sobre el uso del internet.

La pregunta dos se puede observar que los estudiantes en su gran mayoría buscan información en internet, por otro lado la pregunta tres nos generó el enfoque de clasificación de cómo debería ser nuestro Plan de Marketing Digital (P.M.D). Dando como resultado el siguiente orden: Creatividad.- Dinamismo.- Información. La interactividad fue aceptada por los estudiantes en las encuestas dando un total de casi el 87% en aceptación, y como punto final los estudiantes dicen no conocer en su gran mayoría una página web interactiva universitaria. **(VER ANEXO5)**

Se clasifico a los colegios en tres grupos: Colegio A, Colegio B, Colegio C. además cada encuesta contempla cinco preguntas cerradas que se orientan a la creación netamente del P.M.D.

4.2 ANÁLISIS DE LAS REDES SOCIALES.

Este análisis mostrará el impacto que tiene en la actualidad las Redes y los Medios sociales, Ya que hoy en día las organizaciones utilizan estos medios electrónicos para darse a conocer, esto es gracias a su bajo costo y por el alcance que tienen en los consumidores en especial los bachilleres.

Las redes sociales entre las más conocidas y de mayor consumo están Facebook y Twitter, que son espacios en los que los jóvenes se entretienen, pero existen más redes las cuales no han sido explotadas en su totalidad lo que conduce a tener un campo menor de acción, por esta razón se propondrá 10 redes sociales 3 de las más usados y 7 usadas poco frecuente, ya que esto nos ayudara a tener más prospectos de personas interesadas en inscribirse en la

carrera administración de empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

A continuación se detalla diez redes sociales que son más usadas dentro del Ecuador, las cuales se considera que serán de vital importancia para agrandar las posibilidades de poder generar una mayor atracción sobre los clientes.

POSICIÓN	RED SOCIAL
1	Facebook
2	YouTube
3	Twitter
4	Linkedin
5	Instagram
6	Pinterest
7	Slideshare
8	Badoo
9	Hí5
10	Skype

TABLA 4.2: TOP 10 de Redes Sociales más usadas en Ecuador.

ELABORADO: La autora.

Ecuador se estima que tiene 8.4 millones de usuarios dentro del internet, sabiendo esto Facebook es la red social líder habiendo captado 7.4 millones de usuarios en el país hasta el 22 de mayo del 2014, de los cuales el 64% ingresan a la red desde dispositivos móviles (Según Facebook.com-advertising).

La red social Twitter se encuentra en tercer puesto, debido a su gran interacción y la información de noticias, actualidad, comunicación y servicio al cliente. Cuenta con un aproximado de 605000 personas en el Ecuador hasta el 22 de mayo del 2014, de los cuales un 78% aproximadamente utiliza la red social desde dispositivos móviles.

Por otra parte LinkedIn va consolidándose paso a paso en el Ecuador como una red social centrada en el ámbito laboral, en nuestro país cuenta con 920 mil usuarios registrados, esta información es actualizada hasta el 22 de mayo del 2014. Es importante poder comprender, que a pesar de la importancia de las redes sociales mencionadas anteriormente el consumidor no utiliza todas las redes para el mismo enfoque, por ese motivo el listado antes dado no contempla por número de usuarios la posición otorgada. Sino la cantidad de visita que genera en un periodo de tiempo. **(VER ANEXO4)**

4.3 PROPUESTA DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL.

Dado los resultados de la investigación, encuestas y entrevistas podemos decir que las propuestas se analizan en base a los 6 pasos definidos en capítulos anteriores, donde tenemos los siguientes:

1. **Definir Estrategias que se utilizaran:** Este punto ya fue realizado por la investigación de campo, es decir entrevista y encuesta.
2. **Realizar análisis de la competencia:** Este punto ya fue realizado por la investigación de campo, es decir el análisis de las universidades que ofertan la carrera y sus respectivas páginas web.
3. **Identificar el Mercado Potencial:** Este punto ya fue realizado por la investigación de campo, es decir el análisis del total de colegios en Guayaquil con sus alumnos promedios.
4. **Definir alcances y objetivos de la P.M.D:** Los alcances serán propuestos por la creación de un departamento que se encargue de la medición, alcance y el cumplimiento de los objetivos.
5. **Generar estrategias y tácticas para lograr objetivos:** La estrategia es la creación de la página web que soporta el Plan de Marketing Digital.
6. **Realizar estudios de Costos:** se demostraran los costos por la tabla de inversión del proyecto, demostrado en el “Estudio Económico y Financiero”.

Como se describió en las estrategias se planteó dos propuestas:

1. Creación de Pagina web
2. Creación de un Departamento de Marketing Digital.

A continuación se mostrara los bocetos de la página web, explicando el porqué de cada uno de ellos y su objetivo como impacto al estudiante:

Creación de la página web: La creación del Plan de Marketing digital se basa en un diseño estudiado a los resultados arrojados de las entrevistas y encuestas, además de las investigaciones ya conocidas sobre redes sociales.

Esta investigación contempla solo la creación de los bocetos de la misma, con la respectiva explicación del porqué de cada uno de ellos.

BOCETO “A”: INICIO.

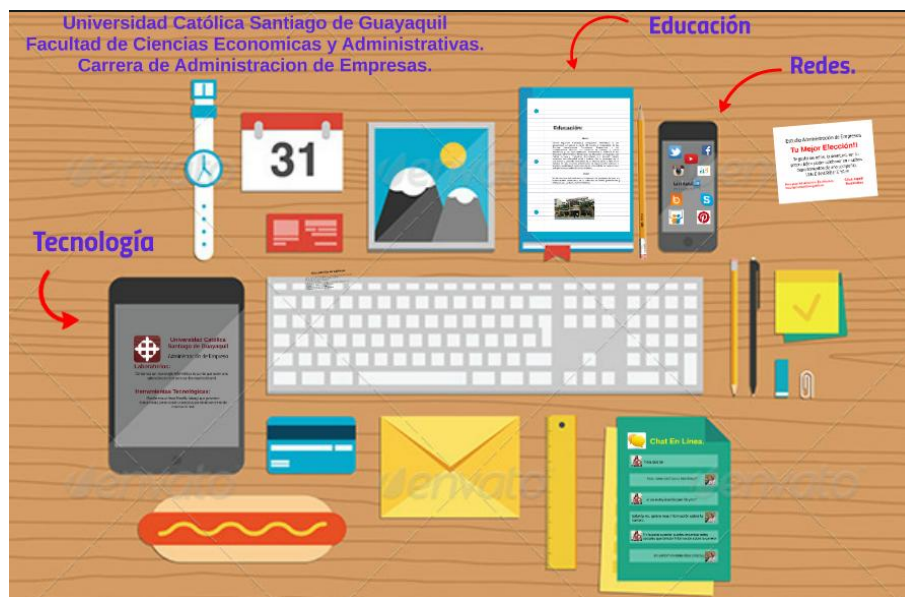


FIGURA: 4.7 BOCETO “A”: INICIO
ELABORADO: AUTORA

En el boceto “A” se aprecia una variedad de objetos llamativos que atrae a los estudiantes que aspiran entrar a la Carrera de Administración de Empresas, donde se muestra tecnología representada en equipos electrónicos, libros representados como el conocimiento, calendario y reloj representado como tiempos de estudio, etc.

El objetivo general de la página de inicio es que el estudiante puede apreciar de forma interactiva, creativa e informativa todos los aspectos relacionados sobre la inscripción de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de ciencias económicas y administrativas de la U.C.S.G.

BOCETO “B”: SLOGAN PUBLICITARIO

Estudia Administración de Empresas

Tu Mejor Elección!!

Te gusta los retos, la aventura, ser tu propio Jefe o poder colaborar en muchos departamentos de una compañía.

VEN E INSCRÍBETE YA!!!!

Para mas Información, Escríbenos:
inscripciones@ucsg.edu.ec

Click Aquí!!
Requisitos

FIGURA: 4.8 BOCETO “B”: SLOGAN PUBLICITARIO

ELABORADO: AUTORA

En el boceto “B” se puede apreciar un slogan publicitario que tiene palabras de motivación para un estudiante que recién termina sus estudios de bachillerato, como principal objetivo es entusiasmarlo para que siga la Carrera de Administración de Empresas por la variedad de plaza de trabajos que esta carrera le puede ofrecer al estudiante además de los múltiples conocimientos que fundamentan su colaboración en muchos departamentos.

BOCETO “C”: FORMACIÓN

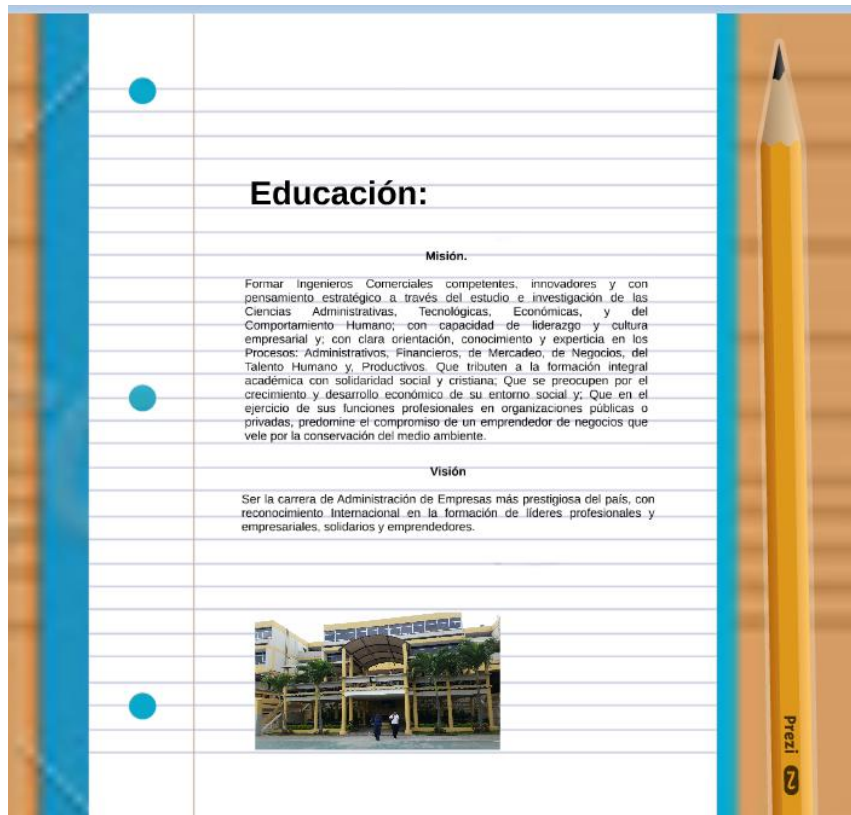


FIGURA: 4.9 BOCETO“C”: FORMACIÓN

ELABORADO: AUTORA

En el boceto “C” se puede apreciar una misión y visión de la Carrera de Administración de Empresas, para que los estudiantes que entren a la página tengan claro cuál será su misión durante todo el tiempo que dura la Carrera, también se puede apreciar una imagen de la fachada de la facultad de ciencias económicas y administrativas para que el estudiante sepa en qué lugar va a estudiar y a pasar la mayor parte de su tiempo.

BOCETO “D”: TECNOLOGIA



FIGURA: 4.10 BOCETO “D”: TECNOLOGIA

ELABORADO: AUTORA

En el boceto “D” se puede apreciar una Tablet, que nos muestra con palabras e imágenes lo que es la tecnología en la Carrera de Administración de Empresas, La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas cuenta con diversos laboratorios de cómputo y algunas herramientas tecnológicas como el Labsag, Moddle, etc. , esto ayuda a que el estudiante que decide entrar a la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil tenga bases de lo que implica tecnología para un trabajo futuro.

BOCETO “E”: REDES SOCIALES



FIGURA: 4.11 BOCETO “E”: REDES SOCIALES

ELABORADO: AUTORA

En el boceto “E” se puede apreciar un iPhone donde muestra las diferentes redes sociales en las cuales la Carrera de Administración de Empresas comunica al estudiante su oferta académica y donde da facilidad para que el estudiante salga de dudas con cualquier pregunta. Con esto se muestra que no basta con una sola red social para hacer publicidad, las redes hoy en día nos dan la facilidad de mostrar al mundo lo que se quiere transmitir en tiempo real.

BOCETO “F”: CHAT EN LINEA



FIGURA: 4.12 BOCETO “F”: CHAT EN LINEA

ELABORADO: AUTORA

En el boceto “F” se puede apreciar un Chat en Línea, lo que hoy en día cualquier joven quiere, conocer otras personas, resolver inquietudes y aclarar ideas. En este boceto se muestra una conversación entre estudiantes donde pueden salir de dudas entre ellos a tiempo real.

Como se describió en las propuestas se plantea a continuación los detalles del departamento de Marketing Digital.

Departamento para el control de la P.M.D: Se plantea que la Universidad tenga como propósito la asignación de un espacio el cual debe contar con los siguientes parámetros y recursos:

Local: Este debe tener un espacio de 4 metros por 5 metros.

Adecuaciones: Las adecuaciones que debe tener este local deben ser para que cuente con cableado de luz, redes, teléfono.

Muebles de Oficina: Se necesitara 3 escritorios con su respectivas sillas, además de 4 sillas para atender a los estudiantes.

Equipos de computación: Se necesitaran 3 computadoras, 1 impresora multifunción.

Software: Se deberá adquirir un software para medir los resultados que este departamento tenga, además que facilite la administración de la página web.

Personal: Se deberá contratar una secretaria, un analista de redes, y un supervisor de campo.

Suministros: Se destinara una caja chica para los suministros tales como; hojas, tintas de impresión, sobres, carpetas, etc.

Se planteara a continuación la inversión estimada por costo de oportunidad que podrá tener los recursos planteados, dando como resultado la inversión total para el posterior cálculo de los impactos financieros que este tenga a la Carrera de Administración de Empresas de la U.C.S.G.

Local: La universidad cuenta con este espacio, pero analizando el mercado se puede determinar que un local de tales dimensiones podría costar la construcción en metros cuadrados de \$300, teniendo esto como referencia se puede decir que el costo de oportunidad sería el siguiente: $\$300 * 20 \text{ m}^2 = \$6000,00$.

Adecuaciones: Las adecuaciones del local tienen costos como el cableado de la red LAN, intranet e internet, además de líneas telefónicas y tomacorrientes de energía. Pero también se estima un costo de pintar y adecuar con estética el local, tomando referencia de cotizaciones podemos decir que el costo de adecuación será de \$1200,00

Muebles de Oficina: La universidad cuenta con los muebles de oficina necesarios para el departamento, pero analizando el mercado se puede determinar que un escritorio tiene un costo de \$300 cada uno, una silla \$50 cada uno, teniendo esto como referencia se puede decir que el costo de oportunidad sería el siguiente: $(\$300*3)+(\$50*7) = \$1250$

Equipos de computación: La universidad cuenta con los equipos de computación necesarios para el departamento, pero analizando el mercado se puede determinar que una computadora tiene un costo de \$500 cada uno y una impresora \$300,00, teniendo esto como referencia se puede decir que el costo de oportunidad sería el siguiente: $(\$500*3)+\$300 = \$1800,00$

Software: El software tendrá un costo de adquisición de \$1000,00

Personal: El personal tendrá los siguientes sueldos mensuales.

- | | |
|------------------------|----------|
| 1. Secretaria | \$450,00 |
| 2. Analista de redes | \$500,00 |
| 3. Supervisor de campo | \$600,00 |

Suministro: La caja chica tendrá un valor en efectivo mensual de \$120 para los rubros ya mencionados.

Servicios Básicos: Los servicios básicos como luz, agua, teléfono, internet, tendrán un costo de oportunidad de \$50,00 mensuales

Dado que se plantea que este departamento generara un impacto en el ingreso de nuevos estudiantes para la carrera de administración de empresas de la U.C.S.G., podemos decir que tenemos las siguientes proyecciones a tres años, además se estimara el porcentaje de gasto por alumno y su respectivo ingreso para este departamento, de tal manera que se pueda estimar la importancia del mismo, ya que este generaría rentabilidad no solo dentro de la universidad sino también dentro de este proyecto.

La tabla 4.3 podemos observar las variables que se tomaron en consideración para la proyección del ingreso y costos del proyecto.

PROYECCIÓN DE INGRESO Y COSTO POR ALUMNO			
NÚMERO DE COLEGIOS	237		
NÚMERO DE ALUMNOS POR COLEGIO	2.500		
BACHILLERES DE 1ERO A 6TO CURSO	592.500		
% DE CAPTACIÓN POR ESPECIALIZACIÓN	1%		
CAPTACION POR ESPECIALIZACIÓN	5.925		
% DESTINADO DE INGRESO A PUBLICIDAD POR ALUMNO	10%		
INVERSIÓN	\$ 13.354		
DESCRIPCIÓN DE VARIABLES	AÑOS		
	1	2	3
% CAPTACIÓN ANUAL DE LA CARRERA	6%	7%	8%
CAPTACIÓN ANUAL ABSOLUTA	375	412	454
AHORRO POR ALUMNO	\$ 75	\$ 75	\$ 75

TABLA 4.3 Proyección de ingreso y costos por alumno

ELABORADO: La autora

Como se puede observar se proyectó que el ahorro por alumnos serán de \$75, además que conforme la proyección suba sus costos disminuirán, esto se debe al principio de economías a escala, a continuación se procederá a proyectar el estudio económico y financiero con sus respectivos valores.

4.5 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Este estudio contempla la propuesta y su respectivo cálculo de factibilidad, donde observaremos proyección de estados de resultados, balance generales, y valoraciones del proyecto. En la tabla 4.4 se puede observar la inversión total que se realizara para el proyecto.

Inversión Inicial	
Capital de Trabajo	\$ 2.104,00
Local	\$ 6.000,00
Acomodación de local	\$ 1.200,00
Muebles de Oficina	\$ 1.250,00
Equipos de computación	\$ 1.800,00
Software	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 13.354,00

TABLA 4.4 Inversión inicial
ELABORADO: La autora

En la tabla 4.5 observar que el financiamiento será de origen propio.

FINANCIACION DEL PROYECTO		
Financiado	0%	\$ 0,00
Aporte propio	100%	\$ 13.354,00
TOTAL		\$ 13.354,00

TABLA 4.5: Financiamiento del Proyecto.
ELABORADO: La autora

A continuación se mostrara la tabla 4.6 la cual mostrara la depreciación de los dos activos fijos dentro de la compañía.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS		
VALOR DE ACTIVOS		\$ 1.250,00
VIDA UTIL	5	AÑOS
MUEBLES DE OFICINA		
AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUMULADA
0		
1	250	250
2	250	500
3	250	750
4	250	1000
5	250	1250
VALOR DE ACTIVOS		\$ 1.800,00
VIDA UTIL	3	AÑOS
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUMULADA
0		
1	600	600
2	600	1200
3	600	1800
VALOR DE ACTIVOS		\$ 6.000,00
VIDA UTIL	3	AÑOS
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUMULADA
0		
1	\$ 120,00	120
2	120	240
3	120	360

**TABLA 4.6 Depreciación de activos fijos.
ELABORADO: La autora.**

En la siguiente tabla 4.7 se mostrara los gastos fijos y de sueldo los cuales incurrirá este departamento mensualmente y anualmente. Además con los respectivos parámetros que la ley ecuatoriana estipula para los sueldos y salarios del medio.

GASTOS FIJOS Y SUELDOS							
CODIGO	CARGO	SUELDO	EXTRAS	T.INGRESOS	APORTE PERSONAL	T.EGRESOS	LIQUIDO A PAGAR
L001	SECRETARIA	\$ 450,00	\$ 0,00	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407
L002	ADM. DE REDES	\$ 500,00	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 452,75
L003	SUPERVISOR DE CAMPO	\$ 600,00	\$ 0,00	\$ 600,00	\$ 56,70	\$ 56,70	\$ 543,30
SERVICIOS BASICOS					TOTAL		\$ 1.403,53
LUZ				\$ 20,00	GASTO DE SUELDO ANUAL		\$ 16.842,30
TELEFONO				\$ 10,00	DÉCIMO TERCER SUELDO ANUAL		\$ 1.403,53
INTERNET				\$ 20,00	DÉCIMO CUARTO SUELDO ANUAL		\$ 950,00
TOTAL				\$ 50,00	VACACIONES ANUAL		\$ 701,76
Estos gastos son proyección de los costos de oportunidad que tiene la Universidad Católica, y dentro de los parámetros establecidos.					FONDO DE RESERVA ANUAL		\$ 1.403,53
					Secap-IECE		\$ 1.684,23
					APORTE PERSONAL		\$ 108,78
					APORTE PATRONAL		\$ 114,48
					GASTO TOTAL DE SUELDO ANUAL		\$ 23.208,59

TABLA 4.7 Gastos fijos y de sueldo.
ELABORADO: La autora

Se puede apreciar que los gastos fijos y de sueldo son los que se ocuparan de la administración y operaciones del departamento, pero como se detalla en la tabla, esto se puede expresar como gastos para las operaciones normales del departamento, donde se encargara de la supervisión y control de los resultados del plan de marketing digital.

En la tabla 4.8 se puede ver el estado de resultado proyectado.

PLAN DE MARKETING DIGITAL			
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS			
	1	2	3
AHORRO POR TOTAL DE ALUMNOS	\$ 28.115,08	\$ 30.926,59	\$ 34.019,25
COSTOS Y GASTOS			
(GASTOS DE SUELDO)	\$ 23.209	\$ 23.209	\$ 23.209
(GASTO DE DEPRECIACIÓN)	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 970,00
(GASTO DE SERVICIOS BÁSICOS)	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
(GASTO DE VARIOS)	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 26.218,59	\$ 26.218,59	\$ 26.218,59
UTILIDAD NETA	\$ 1.896,49	\$ 4.708,00	\$ 7.800,65

TABLA 4.8: Estado de resultado proyectado.
ELABORADO: LA AUTORA

Como se puede apreciar desde el primer año se obtiene ganancia, ya que esto se da por la recuperación de la inversión, además del aumento en la captación de clientes, el cual será como estimación del 10%, se debe agregar que de igual forma como se mostrara más adelante la rentabilidad incrementara de igual forma aunque en el primer año exista una ganancia.

En la tabla 4.9 se podrá apreciar el flujo de caja proyectado.

PLAN DE MARKETING DIGITAL				
FLUJO DE CAJA PROYECTADO				
AÑOS	0	1	2	3
INGRESOS OPERATIVOS				
AHORRO POR ALUMNO		\$ 28.115	\$ 30.927	\$ 34.019
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		\$ 28.115	\$ 30.927	\$ 34.019
EGRESOS OPERATIVOS				
EGRESOS OPERATIVOS		\$ 25.249	\$ 25.249	\$ 25.249
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS		\$ 25.249	\$ 25.249	\$ 25.249
FLUJO OPERATIVO		\$ 2.866	\$ 5.678	\$ 8.771
FLUJO DE INVERSIÓN				
INVERSION FIJA	\$ 11.250,00	\$ -	\$ -	\$ -
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.104,00	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL FLUJO DE INVERSIÓN	\$ (13.354,00)			
FLUJO FINANCIERO				
APORTE	\$ 13.354,00	\$ -	\$ -	\$ -
PRESTAMO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL FLUJO FINANCIERO	\$ 13.354,00			
FLUJO NETO GENERADO	\$ -	\$ 2.866,49	\$ 5.678,00	\$ 8.770,65
(+) SALDO INICIAL		\$ -	\$ 2.866,49	\$ 8.544,48
SALDO FINAL	\$ -	\$ 2.866,49	\$ 8.544	\$ 17.315,14

TABLA 4.9: Flujo neto efectivo
ELABORADO: La autora

En la tabla 4.10 se mostrara el balance general proyectado.

PLAN DE MARKETING DIGITAL				
BALANCE GENERAL PROYECTADO ANUAL PROYECTADO				
CUENTAS	0	1	2	3
ACTIVO CORRIENTE				
CAJA-BANCOS	\$ -	\$ 2.866,49	\$ 8.544,48	\$ 17.315,14
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.104,00	\$ 2.104,00	\$ 2.104,00	\$ 2.104,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 2.104,00	\$ 4.970,49	\$ 10.648,48	\$ 19.419,14
ACTIVOS FIJOS	\$ 11.250,00	\$ 11.250,00	\$ 11.250,00	\$ 11.250,00
DEPREC ACUMULADA		\$ 970,00	\$ 1.940,00	\$ 2.910,00
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 11.250,00	\$ 10.280,00	\$ 9.310,00	\$ 8.340,00
TOTAL ACTIVO	\$ 13.354,00	\$ 15.250,49	\$ 19.958,48	\$ 27.759,14
PASIVO				
CORRIENTE				
PRESTAMO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO				
CAPITAL	\$ 13.354,00	\$ 13.354,00	\$ 13.354,00	\$ 13.354,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 1.896,49	\$ 4.708,00	\$ 7.800,65
UTILIDADES RETENIDAS			\$ 1.896,49	\$ 6.604,48
TOTAL PATRIMONIO	\$ 13.354,00	\$ 15.250,49	\$ 19.958,48	\$ 27.759,14
TOT PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 13.354,00	\$ 15.250,49	\$ 19.958,48	\$ 27.759,14

TABLA 4.10: Balance general proyectado anual.
ELABORADO: La autora.

La tabla 4.11 muestra la rentabilidad del proyecto, además del flujo anteriormente proyectado, dándonos como resultado la aceptación del proyecto, esto se debe a que la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) es mayor a la Tasa mínima aceptada de rendimiento (TMAR) propuesta por el mercado, donde se puede observar que el 30% es mayor al 12% de la TMAR.

RENTABILIDAD DEL PROYECTO				
TMAR	12%			
FLUJO	0	1	2	3
INVERSION	\$ (13.354,00)			
FLUJO OPERATIVO		\$ 2.866,49	\$ 5.678,00	\$ 8.770,65
VALOR DE SALVAMENTO				\$ 8.340,00
SALDO	\$ (13.354,00)	\$ 2.866,49	\$ 5.678,00	\$ 17.110,65
TIR	30%			
VNA	\$ 5.277,55			

TABLA 4.11: Rentabilidad del proyecto.
ELABORADO: La autora.

Este estudio demostró la factibilidad del proyecto, además fundamenta el Plan de Marketing Digital (P.M.D), Tomando en consideraciones los costos de Oportunidad que genera el proyecto. Los ingresos que se plantean dentro de este trabajo nacen del ahorro generado por este departamento, donde se considera al ingreso total reflejado en el balance de resultado como la siguiente formula: (Estudiantes Inscritos por año * ahorro por alumno), además de esto las variables se fundamentan por datos verbales dados en la Administración de la U.C.S.G.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES.

- La Carrera de Administración de Universidad Católica Santiago de Guayaquil es una de las más bajas en el número de alumnos inscritos en la actualidad, teniendo en cuenta que en el 2008 con un aproximado de 800 alumnos inscritos la Carrera de Administración de Empresas decreció en el año 2015 a un aproximado de 250 alumnos inscritos este plan contempla solo un complemento del marketing tradicional, el cual servirá para incrementar el número de inscritos.

- Las páginas de las diferentes Universidades que ofertan la Carrera de Administración de Empresas tiene problemas por la falta de información y creatividad en la forma que tratan de vender la carrera, es por ese motivo que se espera resultados positivos de la aplicación de la página web, además de las redes sociales investigadas como las más frecuentes por los estudiantes en el uso del internet, ya que genera una posibilidad más grande de atraer al cliente. Las múltiples redes que se enlazarán dentro del plan de marketing digital serán una herramienta fundamental para la toma de decisión del aspirante al momento de querer conocer sobre la carrera, ya que le abre una gama de posibilidades para tener información e interés sobre la carrera de Administración de empresas.

- Con el desarrollo de esta tesis, se demuestra que el planteamiento del problema es acertado, ya que al realizar las investigaciones se puede observar si existe un problema de rendimiento en el ámbito de inscripciones de alumnos por años, es por esta razón que el plan de marketing digital aquí propuesto constituye una guía de referencia, porque contiene herramientas digitales que desarrollaran estrategias de mercadeo importantes para el mejoramiento de las variables ya antes mencionadas.
- El estudio económico y financiero arroja una Tasa Interna de Rendimiento (TIR) del 24%, lo que quiere decir que el proyecto es aceptado ya que la tasa mínima de rendimiento (TMAR) es del 12%. Las proyecciones dadas en el estudio indican que el ahorro promedio anual por alumno proyectado que genera el departamento es del \$75, teniendo como principal variable que afecta el ingreso son el número absoluto de estudiantes que se inscriben como proyección anualmente.

5.2 RECOMENDACIONES.

- Después de que el sitio web entre en ejecución es importante y recomendable medir los resultados, además que existen herramientas gratuitas para eso, una de ellas es Google analytics, esta aplicación monitorea el rendimiento y las visitas del sitio web, teniendo un panorama de análisis para nuevas estrategias.

- Es recomendable tener un seguimiento de los administradores de las Redes sociales, ya que ellos trabajan en compañías dedicadas a la labor de administración de varias páginas y sus gestiones dependerán de la proyección que tenga las páginas sociales.
- La información digital debe actualizarse constantemente, porque una página con información veraz y confiable crea una estabilidad al cliente que se transmite a otros cliente, por ejemplo alumnos que tengan hermanos en ingresar a la misma carrera.
- Este Plan de marketing digital contempla solo un estudio de cómo mejorar la mala situación de las admisiones de la carrera de administración de empresas, pero no contempla segmentos, análisis económico de costos de la carrera, fidelización de la marca, etc. Es por ese motivo que se incentiva a que otros trabajos de investigación profundicen es aquellos temas, ya que son de vital importancia para crear estrategias diferentes de atracción de clientes.

5.3 BIBLIOGRAFIA.

BIBLIOGRAFIA.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Principios de marketing. São Paulo: Prentice Hall.
- Arellano, R. (1999). Marketing, enfoque América latina. México: Mc Graw Hill.
- Lamb, C., Hair, J., McDaniel, C.(1998). Marketing Digital. Thompson editores.
- Fernando martin (2003). Contabilidad y Finanzas. Editorial Cultural.
- Juan Jose Ramos (2013). Marketing de contenidos. Editorial Kinde
- Javier Hernandez (2012). Negocios era digital. Editorial Kinde

LINKOGRAFIA.

- <http://www.ups.edu.ec/>
- <http://www.ug.edu.ec/>
- <http://www.usm.edu.ec/>
- <http://www.ulvr.edu.ec/>
- <http://www.ecotec.edu.ec/>
- <http://www2.ucsg.edu.ec/>

ANEXO # 1

COLEGIOS 2010	CANTIDAD DE ALUMNOS
ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORTH	94
COLEGIO CRISTOBAL COLON	56
COLEGIO LICEO CRISTIANO DE GUAYAQUIL	50
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE SANTO DOMINGO DE GUZMAN	44
COLEGIO SAN JOSÉ LA SALLE	44
OTROS	1052
COLEGIO FEMENINO ESPIRITU SANTO	39
COLEGIO FISCAL TECNICO EXPERIMENTAL 28 DE MAYO	32
COLEGIO LA INMACULADA	28
COLEGIO MARIA AUXILIADORA	24
CENTRO EDUCATIVO ECOMUNDO	23
ANA MERCEDES MUÑOZ DE CALDERON	23
COLEGIO SAGRADOS CORAZONES	22
ACADEMIA NAVAL GUAYAQUIL	21
CENTRO EDUCATIVO BILINGUE INTERAMERICANO	19
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE ALBOHISPANO	18
COLEGIO LA DOLOROSA	18
COLEGIO DOLORES SUCRE	18
CENTRO EDUCATIVO LA MODERNA	17
UNIDAD EDUCATIVA AMERICA	16
COLEGIO ROSARIO SANCHEZ BRUNO	16
PARTICULAR MIXTO INTERNACIONAL SCHOOL	15
COLEGIO MATILDE AMADOR SANTISTEVAN	15
UNIDAD EDUCATIVA FAE NO. 3 TAURA	14
PARTICULAR MIXTO VIDA NUEVA	14
COLEGIO FISCAL DR. MIGUEL MARTINEZ SERRANO	14
UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO MAYOR	13
COLEGIO TECNICO SUPERIOR SALESIANO DOMINGO COMIN	13
UNIDAD EDUCATIVA STEINER INTERNACIONAL	12
UNIDAD EDUCATIVA LA INMACULADA	12
INSTITUTO TECNOLOGICO JOSE ANDRES MATEUS	12
UNIDAD EDUCATIVA MANABI	11
UNIDAD EDUCATIVA LICEO GREGORIANO	11
UNIDAD EDUCATIVA DE LA ASUNCION	11
UNIDAD EDUCATIVA CARDENAL BERNARDINO ECHEVERRIA RUIZ	11
UNIDAD EDUCATIVA ACADEMIA NAVAL ALTAMAR	11
LICEO MAHARISHI	11
COLEGIO NACIONAL MIGUEL ANGEL CAZARES	11
COLEGIO DE LA PROVIDENCIA	11

COLEGIO NUESTRA MADRE DE LA MERCED	10
UNIDAD EDUCATIVA SAN JOSE	9
LICEO BOLIVARIANO	9
COLEGIO TECNICO ZAPOTAL	9
COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS	9
COLEGIO PARTICULAR STELLA MARIS	9
COLEGIO PARTICULAR PARAMILITAR CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA	9

UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA NUESTRA MADRE DE LA ALBORADA	8
UNIDAD EDUCATIVA ADVENTISTA DEL PACIFICO	8
COLEGIO TEODORO ALVARADO OLEAS	8
COLEGIO SANTA MARIA MAZZARELLO	8
COLEGIO PARTICULAR MERCANTIL	8
COLEGIO FISCO-MISIONAL SAGRADO CORAZÓN - ESMERALDAS	8
CHARLES DARWIN SCHOOL	8
SAN JUDAS TADEO	7
KENNEDY SCHOOL	7
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR OCHO DE NOVIEMBRE PIÑAS	7
COLEGIO SAN CARLOS	7
COLEGIO FISCAL NUEVE DE OCTUBRE	7
COLEGIO FISCAL FRANCISCO DE ORELLANA	7
CENTRO EDUCATIVO LICEO BOLIVARIANO	7
CENTRO EDUCATIVO AGORA	7
ACADEMIA NAVAL JAMBELI	7
UNIDAD EDUCATIVA GIUSEPPE GARIBALDI	6
UNIDAD EDUCATIVA ATENAS INTERNACIONAL SCHOOL	6
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR PROVINCIA DE TUNGURAHUA	6
COLEGIO SAN FRANCISCO JAVIER	6
COLEGIO PARTICULAR MIXTO BILINGUE NUEVA CIENCIA	6
COLEGIO AMARILIS FUENTES ALCÍVAR	6
UNIDAD EDUCATIVA URDESA SCHOOL	5
UNIDAD EDUCATIVA SANTA CATALINA	5
UNIDAD EDUCATIVA SAN JUAN DE BUCAY	5
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL VESPERTINO	5
UNIDAD EDUCATIVA ANTARES	5
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR GUAYAQUIL	5
COLEGIO PARTICULAR CATOLICO SAN ESTEBAN	5
COLEGIO NACIONAL EXPERIMENTAL AGUIRRE ABAD	5
COLEGIO MIXTO PARTICULAR PEDRO VICENTE MALDONADO	5
COLEGIO MIXTO PARTICULAR FAE 2	5
COLEGIO LAURA VICUÑA	5
COLEGIO EXPERIMENTAL POLITECNICO	5
CENTRO DE ESTUDIOS DELFOS	5
UNIDAD EDUCATIVA RUBIRA	4
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL GALAPAGOS	4
UNIDAD EDUCATIVA LICEO ALBONOR	4
LICEO PARTICULAR MIXTO MARISCAL SUCRE	4
INSTITUTO PARTICULAR ABDON CALDERON	4
IBEROAMERICANO	4
GUILLERMO ROHDE AROSEMENA	4
COLEGIO SALESIANO JOSE DOMINGO DE SATISTEVAN	4
COLEGIO PARTICULAR BILINGUE JEFFERSON	4
COLEGIO INTERNACIONAL SEK	4
COLEGIO FISCAL JOSE MARIA VELASCO IBARRA	4
COLEGIO FISCAL MARTHA BUCARAM DE ROLDOS	4
COLEGIO EMERSON	4
UNIDAD EDUCATIVA ABDON CALDERON	3
UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO DE LAS PRADERA	3

UNIDAD EDUCATIVA SALESIANA SAN JOSE DE MANTA	3
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JEFFERSON	3
UNIDAD EDUCATIVA ECUATORIANA AUSTRIACA	3
UNIDAD EDUCATIVA BOSTON	3
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE NUEVA SEMILLA	3
UNIDAD DE EDUCACIÓN INTEGRAL DEL PACIFICO	3
LICEO NAVAL JAMBELI - MACHALA	3
HISPANOAMERICANO	3
FUERZA AEREA ECUATORIANA-LICEO AERONAUTICO	3
COLEGIO PARTICULAR NACIONES UNIDAS	3
COLEGIO PARTICULAR BUQUE MAYOR	3
COLEGIO PARTICULAR AMERICAN SCHOOL	3
COLEGIO PARTICULAR ABARIS	3
COLEGIO NACIONAL ISMAEL PEREZ PAZMIÑO	3
COLEGIO MODERNA SERGIO PÉREZ VÁLDEZ	3
COLEGIO MARCEL LANIADO DE WIND	3
COLEGIO FRANCISCO HUERTA RENDÓN	3
COLEGIO FISCAL AUGUSTO MENDOZA MOREIRA	3
COLEGIO AMERICANO	3
CENTRO EDUCATIVO BELLAVISTA	3
ALEJANDRO INTERNACIONAL	3
UNIDAD EDUCATIVA PASIONISTA	2
UNIDAD EDUCATIVA NUEVO MUNDO	2
UNIDAD EDUCATIVA LICEO PANAMERICANO	2
SPEEDWRITING	2
PEHUEN	2
PAUL RIVET	2
INSTITUTO TECNOLOGICO ATI II PILLAHUASO	2
FE Y ALEGRIA	2
COLEGIO TECNICO SUPERIOR FISCOMISIONAL ALEJANDRO HUMBOLDT	2
COLEGIO SAN JOSE	2
COLEGIO PARTICULAR SAN AGUSTIN	2
COLEGIO PARTICULAR NARCISA DE JESUS MARTILLO	2
COLEGIO PARTICULAR HERMANO MIGUEL	2
COLEGIO PARTICULAR SANTA MARIANA DE JESUS	2
COLEGIO NACIONAL TECNICO ENRIQUE GIL GILBERT	2
COLEGIO NACIONAL RITA LECUMBERRI	2
COLEGIO MIXTO PARTICULAR JOHN DEWEY	2
COLEGIO MILITAR TENIENTE HUGO ORTIZ	2
COLEGIO MILITAR Nº3 HEROES DEL 41	2
COLEGIO FISCAL MIXTO PROVINCIA DE PICHINCHA	2
COLEGIO FISCAL MARISTA DE LOJA	2
COLEGIO FISCAL JOSE LUIS TAMAYO	2
CENTRO EDUCATIVO URBANOR	2
CENTRO EDUCATIVO PALESTRA	2
CENEST HARVARD (SUR)	2
CAYETANO TARRUEL	2
AMERICO VESPUCIO	2
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR ADVENTISTA DEL ECUADOR	1
UNIDAD EDUCATIVA MARÍA ANDREA	1

UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL MATUTINO	1
UNIDAD EDUCATIVA LA GRAN ESFERA AZUL	1
UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL JOSE DOMINGO DE SANTISTEVAN	1
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE MIXTA SAGRADOS CORAZONES	1
UNIDAD EDUCATIVA A DISTANCIA LA SALLE	1
SEIS DE MARZO	1
PROVINCIA DE SUCUMBIOS	1
LICEO DE LOJA	1
JULIAN CORONEL	1
INSTITUTO TECNOLOGICO DR. ENRIQUE NOBOA ARIZAGA	1
IES SANGONERA LA VERDE	1
GALO PLAZA LASSO	1
COLEGIO PATRIA ECUATORIAN	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO LICEO LIBANES	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO INSTITUTO NACIONAL	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO ADOLFO MARIA ASTUDILLO	1
COLEGIO PARTICULAR MANUEL ELICIO FLOR	1
COLEGIO PARTICULAR GLORIA GORELIK	1
COLEGIO PART. LICEO NAVAL JAMBELÍ	1
COLEGIO PART. INTEGRACION TECNICA EDUCATIVA	1
COLEGIO NICOLAS INFANTE DIAZ	1
COLEGIO NACIONAL VICENTE ROCAFUERTE	1
COLEGIO NACIONAL PDTE. OTTO AROSEMENA GOMEZ	1
COLEGIO NACIONAL MIXTO 31 DE OCTUBRE - LA TRONCAL	1
COLEGIO NACIONAL ING. JOSE GORSINO CARDENAS	1
COLEGIO NACIONAL DIEZ DE AGOSTO	1
COLEGIO LA ASUNCIÓN	1
COLEGIO FISCAL PROVINCIA DE BOLIVAR	1
COLEGIO FISCAL MIXTO MANUEL CORDOVA GALARZA	1
COLEGIO ECOMUNDO	1
COLEGIO CÉSAR BORJA LAVAYEN	1
COLEGIO ADVENTISTA LOMA LINDA	1
COL.FISCALES/MUN.DIURNO Y NOCTURNO	1
CENTRO EDUCATIVO MIRAFLORES	1
ACADEMIA NAVAL VISION	1
TOTAL COLEGIOS - 2010	1340

COLEGIOS 2011	CANTIDAD ALUMNOS
ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORTH	111
COLEGIO LICEO CRISTIANO DE GUAYAQUIL	98
COLEGIO CRISTOBAL COLON	84
COLEGIO SAN JOSÉ LA SALLE	55
UNIDAD EDUCATIVA "LA INMACULADA"	34
OTROS	1205
COLEGIO FISCAL TECNICO EXPERIMENTAL 28 DE MAYO	33
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE SANTO DOMINGO DE GUZMAN	32
CENTRO EDUCATIVO BILINGUE INTERAMERICANO	31

COLEGIO SAGRADOS CORAZONES	30
CENTRO DE ESTUDIOS ESPIRITU SANTO	29
COLEGIO MILITAR TENIENTE HUGO ORTIZ	28
COLEGIO NACIONAL VICENTE ROCAFUERTE	26
COLEGIO TECNICO SUPERIOR SALESIANO DOMINGO COMIN	24
COLEGIO MARIA AUXILIADORA	22
CENTRO DE ESTUDIOS DELFOS	21
HISPANOAMERICANO	21
COLEGIO LA DOLOROSA	21
COLEGIO DOLORES SUCRE	19
COLEGIO DE LA PROVIDENCIA	18
UNIDAD EDUCATIVA LICEO PANAMERICANO	17
UNIDAD EDUCATIVA NUEVO MUNDO	16
LICEO PARTICULAR MIXTO MARISCAL SUCRE	15
LICEO NAVAL	15
CENTRO EDUCATIVO LA MODERNA	14
UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO MAYOR	12
COLEGIO EL ROBLE QUITO METROPOLITANO	12
COLEGIO TECNICO DEL EJERCITO EUGENIO ESPEJO	12
COLEGIO EMERSON	11
UNIDAD EDUCATIVA ARCOIRIS	11
COLEGIO FISCAL FRANCISCO DE ORELLANA	9
COLEGIO PARTICULAR HERMANO MIGUEL	9
COLEGIO SAN FRANCISCO JAVIER	9
COLEGIO NACIONAL TÉCNICO REMIGIO CRESPO TORAL	9
COLEGIO FISCAL MIXTO VICTOR HUGO MORA B	9
COLEGIO PARTICULAR MIXTO DON BOSCO	9
FUERZA AEREA ECUATORIANA-LICEO AERONAUTICO	9
COLEGIO MILITAR N°3 "HEROES DEL 41"	8
UNIDAD EDUCATIVA FAE NO. 3 "TAURA"	8
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA PART. MIXTA "NARCISA DE JESUS"	8
LICEO BOLIVARIANO	8
UNIDAD EDUCATIVA JULIO PIERREGROSSE	8
COLEGIO ROSARIO SANCHEZ BRUNO	8
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA NUESTRA MADRE DE LA ALBORADA	8
UNIDAD EDUCATIVA "SANTA MARIA GORETTI"	8
COLEGIO FISCAL AUGUSTO MENDOZA MOREIRA	8
GUILLERMO ROHDE AROSEMENA	8
UNIDAD EDUCATIVA SANTA CATALINA	8
COLEGIO FISCAL NUEVE DE OCTUBRE	8
UNIDAD EDUCATIVA LICEO GREGORIANO	8
UNIDAD EDUCATIVA STEINER INTERNACIONAL	8
AMERICO VESPUCIO	8
COLEGIO FISCAL JUAN MONTALVO	8
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL GALAPAGOS	8
COLEGIO CÉSAR BORJA LAVAYEN	8
COLEGIO PARTICULAR FRANCES	8
UNIDAD EDUCATIVA FAE N°4 - MANTA	8
FE Y ALEGRIA	7
COLEGIO MATILDE AMADOR SANTISTEVAN	7

COLEGIO PARTICULAR " SANTA MARIANA DE JESUS"	7
UNIDAD EDUCATIVA NOVUS	7
UNIDAD EDUCATIVA PASIONISTA	7
COLEGIO FISCAL DR. MIGUEL MARTINEZ SERRANO	7
COLEGIO PARTICULAR NUESTRO MUNDO	7
UNIDAD EDUCATIVA CARDENAL BERNARDINO ECHEVERRIA RUIZ	7
INST. TEC. SUPERIOR DR. JOSE OCHOA LEON	7
COLEGIO FISCAL JOSE LUIS TAMAYO	7
COLEGIO PARTICULAR DANTE ALIGHIERI	7
colegio seis de marzo	7
COLEGIO PARTICULAR "NARCISA DE JESUS MARTILLO"	7
COLEGIO NACIONAL RITA LECUMBERRI	7
COLEGIO MIXTO PARTICULAR FAE 2	6
COLEGIO PARTICULAR PARAMILITAR CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA	6
COLEGIO PARTICULAR RIBERAS DE DAULE	6
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR EVANGÉLICA CIENCIA Y FE	6
COLEGIO FISCAL TECNICO PROVINCIA DE CHIMBORAZO	6
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR "PROVINCIA DE TUNGURAHUA"	6
COLEGIO FISCAL MIXTO VESPERTINO DR. EMILIO UZCATEGUI GARCIA	6
UNIDAD EDUCATIVA "NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO	6
COLEGIO NACIONAL ING. JOSE GORSINO CARDENAS	6
COLEGIO NACIONAL MIXTO 31 DE OCTUBRE - LA TRONCAL	6
COLEGIO LICEO ITALIANO	6
COLEGIO LEONARDO DA VINCI	6
COLEGIO DR. JORGE CARRERA ANDRADE	6
INSTITUTO TECNOLOGICO JOSE ANDRES MATEUS	6
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SANTISIMOS CORAZONES	6
UNIDAD EDUCATIVA ECUATORIANA AUSTRIACA	6
COLEGIO FISCAL MIXTO "26 DE SEPTIEMBRE"	6
UNIDAD DE EDUCACIÓN INTEGRAL DEL PACIFICO	6
COLEGIO PARTICULAR STA MARIANA DE JESUS	6
NEW LITTLE COLLEGE	6
COLEGIO FISCAL MIXTO JOSE MARIA EGAS	6
UNIDAD EDUCATIVA MUNDO DE ALEGRIA	6
COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS	5
UNIDAD EDUCATIVA BORJA	5
SAN JOSE DE LA BENEFICENCIA DE SEÑORAS	5
COLEGIO FRANCISCO HUERTA RENDÓN	5
FISCAL TECNICO "DR. ALFREDO PAREJA DIAZCANSECO"	5
CENTRO EDUCATIVO URBANOR	5
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "EMPRESARIAL ORENSE"	5
COLEGIO FISCAL TECNICO DR.LUIS FELIPE BORJA PEREZ	5
KENNEDY SCHOOL	5
COLEGIO MIXTO APRTICULAR FEDERICO FROEBEL	5
COLEGIO PARTICULAR CRISTO REY	5
COLEGIO LICEO LOS ANDES	5
COLEGIO LEONIDAS GARCÍA	5
UNIDAD EDUCATIVA BABAHOYO	5
COLEGIO NAC. 10 DE AGOSTO	5
UNIDAD EDUCATIVA HARVARD	5

UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR DEL PACIFICO	5
COLEGIO PARTICULAR CATOLICO "SAN ESTEBAN"	5
ALBOHISPANO	4
UNIDAD EDUCATIVA FISCAL "PAJAN"	4
BUQUE MAYOR	4
COLEGIO SANTA MARIANA DE JESÚS	4
UNIDAD EDUCATIVA TORREMAR	4
UNIDAD EDUCATIVA MANABI	4
COLEGIO PARTICULAR ANDRES BELLO	4
COLEGIO LETRAS Y VIDA	4
UNIDAD EDUCATIVA ECUATORIANO CHINO	4
COLEGIO ECOMUNDO	3
INSTITUTO PARTICULAR ABDON CALDERON	3
UNIDAD EDUCATIVA DE LA ASUNCION	3
COLEGIO SANTA MARIA MAZZARELLO	3
UNIDAD EDUCATIVA AMERICA	3
UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIA	3
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE NUEVA SEMILLA	3
COLEGIO PARTICULAR BILINGUE JEFFERSON	3
PARTICULAR MIXTO INTERNACIONAL SCHOOL	3
COLEGIO PARTICULAR "JULIO MARIA MATOVELLE"	3
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "GUAYAQUIL"	3
COLEGIO NICOLAS INFANTE DIAZ	3
COLEGIO PARTICULAR SAN AGUSTIN	3
UNIDAD EDUCATIVA TECNICO MERCEDES	3
COLEGIO PARTICULAR MILITAR GRAL. MIGUEL ITURRALDE	3
COLEGIO NACIONAL CARLOS ALBERTO AGUIRRE AVILES	3
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR BILINGÜE ALEXANDER	3
UNIDAD EDUCATIVA AURORA ESTRADA DE RAMÍREZ	3
CHARLES DARWIN SCHOOL	3
UNIDAD EDUCATIVA PART. CARDENAL RICHARD CUSHING	3
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE DELTA	3
COLEGIO PARTICULAR NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN	3
COLEGIO PARTICULAR LOGOS	3
COLEGIO NUESTRA MADRE DE LA MERCED	2
UNIDAD EDUCATIVA MONTESSORI	2
COLEGIO NACIONAL DIEZ DE AGOSTO	2
COLEGIO FISCAL JOSE MARIA VELASCO IBARRA	2
COLEGIO NACIONAL MIGUEL ANGEL CAZARES	2
COLEGIO PARTICULAR ABARIS	2
UNIDAD EDUCATIVA ANTARES	2
COLEGIO MODERNA SERGIO PÉREZ VÁLDEZ	2
FISCAL TECNICO PROVINCIA DE AZUAY	2
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "NUEVA ERA"	2
UNIDAD EDUCATIVA "RUBIRA"	1
COLEGIO EXPERIMENTAL POLITECNICO	1
SAN JOSE	1
ANA MERCEDES MUÑOZ DE CALDERON	1
ACADEMIA NAVAL JAMBELI	1
COLEGIO TECNICO SUPERIOR FISCOMISIONAL ALEJANDRO HUMBOLDT	1

COLEGIO NACIONAL "ISMAEL PEREZ PAZMIÑO"	1
COLEGIO AMARILIS FUENTES ALCÍVAR	1
COLEGIO INTERNACIONAL SEK	1
UNIDAD EDUCATIVA MIXTA PART. BRISAS DEL RIO	1
CENTRO EDUCATIVO "MIRAFLORES"	1
COLEGIO PARTICULAR GREEN HILLS SCHOOL	1
PAUL RIVET	1
VICTORIA EMANUELE II - RUFFINI	1
UNIDAD EDUCATIVA JUAN XXIII	1
COLEGIO NACIONAL 26 DE NOVIEMBRE	1
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR JULIO MORENO ESPINOZA	1
COLEGIO PARTICULAR SAN BENILDO LA SALLE	1
UNIDAD EDUCATIVA FRANCISCANA SAN ANTONIO"	1
COL. TEC. IND. FEBRES CORDERO	1
COLEGIO FISCOMISIONAL PADRE MIGUEL GAMBOA	1
COLEGIO FISCAL "17 DE SEPTIEMBRE"	1
COLEGIO MARCEL LANIADO DE WIND	1
LICEO EDUCATIVO ESPIRITU DE SABIDURIA	1
BLAS PASCAL	1
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "OCHO DE NOVIEMBRE" PIÑAS	1
COLEGIO FISCAL MIXTO RASCHID TORBAY	1
COLEGIO NACIONAL 5 DE JUNIO	1
UNIDAD EDUCATIVA CRISTIANA HARVEST SCHOOL	1
COLEGIO EXPERIMENTAL ALBERTO EINSTEIN	1
LICEO MAHARISHI	1
COLEGIO PARTICULAR BEST	1
UNIDAD EDUCATIVA JEFFERSON-RIOBAMBA	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO YAGUACHI	1
UNIDAD EDUCATIVAABDON CALDERON	1
COLEGIO PARTICULAR MANUEL ELICIO FLOR	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO "ADOLFO MARIA ASTUDILLO"	1
UNIDAD EDUCATIVA SAN FRANCISCO DE MILAGRO	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO "MARIA DE LA MERCED"	1
UNIDAD EDUCATIVA INTERAMERICANO	1
PARTICULAR JACARANDA	1
CENTRO EDUCATIVO "VICENTE MAMALLACTA"	1
CENTRO EDUCATIVO AGORA	1
COLEGIO PARTICULAR "STELLA MARIS"	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"	1
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR DR. CAMILO GALLEGOS DOMINGUEZ	1
INSTITUTO TECNOLOGICO ATI II PILLAHUASO	1
TOTAL COLEGIOS - 2011	1587

COLEGIOS 2012	CANTIDAD DE ALUMNOS
ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORTH	115
COLEGIO LICEO CRISTIANO DE GUAYAQUIL	53

COLEGIO CRISTOBAL COLON	51
COLEGIO FISCAL TECNICO EXPERIMENTAL 28 DE MAYO	41
COLEGIO LA ASUNCIÓN	31
OTROS	1379
COLEGIO MARIA AUXILIADORA	28
UNIDAD EDUCATIVA RUBIRA	28
UNIDAD EDUCATIVA SAN JOSE	28
COLEGIO SAGRADOS CORAZONES	25
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE SANTO DOMINGO DE GUZMAN	22
COLEGIO FEMENINO ESPIRITU SANTO	22
COLEGIO DOLORES SUCRE	22
COLEGIO SAN JOSÉ LA SALLE	21
COLEGIO LA DOLOROSA	21
COLEGIO MILITAR TENIENTE HUGO ORTIZ	20
COLEGIO ECOMUNDO	20
ANA MERCEDES MUÑOZ DE CALDERON	19
INSTITUTO PARTICULAR ABDON CALDERON	19
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE ALBOHISPANO	19
COLEGIO LA INMACULADA	18
COLEGIO DE LA PROVIDENCIA	18
CENTRO EDUCATIVO ECOMUNDO	17
CENTRO EDUCATIVO BILINGUE INTERAMERICANO	17
COLEGIO SAN FRANCISCO JAVIER	17
CENTRO DE ESTUDIOS ESPIRITU SANTO	16
CENTRO EDUCATIVO LA MODERNA	16
COLEGIO MATILDE AMADOR SANTISTEVAN	14
COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS	12
COLEGIO ROSARIO SANCHEZ BRUNO	12
COLEGIO NUESTRA MADRE DE LA MERCED	12
UNIDAD EDUCATIVA CARDENAL BERNARDINO ECHEVERRIA RUIZ	12
COLEGIO AMARILIS FUENTES ALCÍVAR	12
UNIDAD EDUCATIVA SANTA CATALINA	12
COLEGIO EXPERIMENTAL POLITECNICO	12
UNIDAD EDUCATIVA LA INMACULADA	12
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JEFFERSON	12
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE NUEVA SEMILLA	11
PAUL RIVET	11
CENTRO EDUCATIVO URBANOR	11
GUILLERMO ROHDE AROSEMENA	9
COLEGIO INTERNACIONAL SEK	9
COLEGIO NACIONAL ISMAEL PEREZ PAZMIÑO	9
COLEGIO SALESIANO JOSE DOMINGO DE SATISTEVAN	9
COLEGIO AMERICANO	9
UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO DE LAS PRADERA	9
UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO MAYOR	9
AMERICO VESPUCIO	9
COLEGIO TEODORO ALVARADO OLEAS	9
COLEGIO FISCAL AUGUSTO MENDOZA MOREIRA	9
COLEGIO PARTICULAR MIXTO LICEO LIBANES	9
COLEGIO NACIONAL 26 DE NOVIEMBRE	9

UNIDAD EDUCATIVA JUAN XXIII	9
COLEGIO PARTICULAR DANTE ALIGHIER	9
COLEGIO FISCAL JUAN MONTALVO	9
UNIDAD EDUCATIVA MIXTA PART. BRISAS DEL RIO	9
COLEGIO INSUTEC - QUEVEDO	9
JULIAN CORONEL	9
UNIDAD EDUCATIVA SALESIANA SAN JOSE DE MANTA	9
COLEGIO NAC. NOCT. DR. MODESTO CHAVEZ FRANCO	9
COLEGIO PARTICULAR REDEMPTIO	9
COLEGIO FISCAL DR. MIGUEL MARTINEZ SERRANO	8
UNIDAD EDUCATIVA LICEO ALBONOR	8
CENTRO EDUCATIVO BELLAVISTA	8
HISPANOAMERICANO	8
UNIDAD EDUCATIVA BOSTON	8
UNIDAD EDUCATIVAABDON CALDERON	8
LICEO MAHARISHI	8
COLEGIO TECNICO DEL EJERCITO EUGENIO ESPEJO	8
COLEGIO TECNICO SUPERIOR SALESIANO DOMINGO COMIN	8
UNIDAD DE EDUCACIÓN INTEGRAL DEL PACIFICO	8
COLEGIO FISCAL JOSE LUIS TAMAYO	8
UNIDAD EDUCATIVA LICEO PANAMERICANO	8
UNIDAD EDUCATIVA PASIONISTA	8
COLEGIO PARTICULAR STELLA MARIS	8
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR OCHO DE NOVIEMBRE PIÑAS	8
UNIDAD EDUCATIVA MARÍA ANDREA	8
COLEGIO FISCO-MISIONAL SAGRADO CORAZÓN - ESMERALDAS	8
COLEGIO PARTICULAR GLORIA GORELIK	8
INSTITUTO TECNOLOGICO DR. ENRIQUE NOBOA ARIZAGA	8
PROVINCIA DE SUCUMBIOS	8
LICEO EDUCATIVO ESPIRITU DE SABIDURIA	8
COLEGIO PARTICULAR CRISTO REY	8
COLEGIO FISCAL MIXTO OTTO AROSEMENA GOMEZ	8
COLEGIO FISCAL TECNICO DR.LUIS FELIPE BORJA PEREZ	8
PEN	8
UNIDAD EDUCATIVA FREIRESTABILE	8
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR DAULIS	8
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL MATUTINO	7
COLEGIO SANTA MARIA MAZZARELLO	7
UNIDAD EDUCATIVA STEINER INTERNACIONAL	7
ACADEMIA NAVAL GUAYAQUIL	7
COLEGIO PARTICULAR PARAMILITAR CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA	7
COLEGIO PARTICULAR NACIONES UNIDAS	7
COLEGIO PARTICULAR ABARIS	7
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR EVANGÉLICA CIENCIA Y FE	7
FUERZA AEREA ECUATORIANA-LICEO AERONAUTICO	7
COLEGIO MODERNA SERGIO PÉREZ VÁLDEZ	7
SPEEDWRITING	7
CENTRO EDUCATIVO PALESTRA	7
COLEGIO PARTICULAR MIXTO BILINGUE NUEVA CIENCIA	7
COLEGIO LAURA VICUÑA	7

COLEGIO PARTICULAR SANTA MARIANA DE JESUS	7
INSTITUTO TECNOLOGICO ATI II PILLAHUASO	7
COLEGIO NICOLAS INFANTE DIAZ	7
SAN JUDAS TADEO	7
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR PROVINCIA DE TUNGURAHUA	6
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR GUAYAQUIL	6
LICEO NAVAL JAMBELI - MACHALA	6
COLEGIO MIXTO PARTICULAR PEDRO VICENTE MALDONADO	6
COLEGIO PARTICULAR NARCISA DE JESUS MARTILLO	6
COLEGIO LEONIDAS GARCÍA	6
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR ADVENTISTA DEL ECUADOR	6
SEIS DE MARZO	6
COLEGIO PART. LICEO NAVAL JAMBELÍ	6
INST.INTEGRAL SUDAMERICANO	6
UNIDAD EDUCATIVA AMERICA	5
PARTICULAR MIXTO INTERNACIONAL SCHOOL	5
PARTICULAR MIXTO VIDA NUEVA	5
COLEGIO FISCAL JOSE MARIA VELASCO IBARRA	5
CHARLES DARWIN SCHOOL	5
COLEGIO PATRIA ECUATORIAN	5
COLEGIO FISCAL PROVINCIA DE BOLIVAR	5
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL GALAPAGOS	5
UNIDAD EDUCATIVA FAE NO. 3 TAURA	4
COLEGIO NACIONAL MIGUEL ANGEL CAZARES	4
COLEGIO EMERSON	4
LICEO PARTICULAR MIXTO MARISCAL SUCRE	4
KENNEDY SCHOOL	4
LICEO BOLIVARIANO	4
UNIDAD EDUCATIVA LICEO GREGORIANO	3
UNIDAD EDUCATIVA ACADEMIA NAVAL ALTAMAR	3
COLEGIO PARTICULAR BUQUE MAYOR	3
COLEGIO PARTICULAR MERCANTIL	3
COLEGIO MARCEL LANIADO DE WIND	3
COLEGIO EXPERIMENTAL ALBERTO EINSTEIN	3
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL VESPERTINO	3
UNIDAD EDUCATIVA DE LA ASUNCION	2
COLEGIO NACIONAL RITA LECUMBERRI	2
CAYETANO TARRUEL	2
CENEST HARVARD (SUR)	2
COLEGIO TECNICO SUPERIOR FISCOMISIONAL ALEJANDRO HUMBOLDT	2
COLEGIO MILITAR Nº3 HEROES DEL 41	2
COLEGIO INTERNACIONAL PERT	2
COLEGIO PARTICULAR HERMANO MIGUEL	2
COLEGIO NACIONAL TECNICO ENRIQUE GIL GILBERT	2
COLEGIO FISCAL NUEVE DE OCTUBRE	2
COLEGIO FISCAL MARTHA BUCARAM DE ROLDOS	2
FE Y ALEGRIA	2
UNIDAD EDUCATIVA ADVENTISTA DEL PACIFICO	2
COLEGIO MIXTO PARTICULAR JOHN DEWEY	2
COLEGIO PARTICULAR SAN AGUSTIN	2

COLEGIO SAN JOSE	1
COLEGIO TECNICO ZAPOTAL	1
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA NUESTRA MADRE DE LA ALBORADA	1
CENTRO EDUCATIVO MIRAFLORES	1
COLEGIO NACIONAL ING. JOSE GORSINO CARDENAS	1
CENTRO DE ESTUDIOS DELFOS	1
COLEGIO MIXTO PARTICULAR FAE 2	1
COLEGIO CÉSAR BORJA LAVAYEN	1
COLEGIO NACIONAL MIXTO 31 DE OCTUBRE - LA TRONCAL	1
COLEGIO ADVENTISTA LOMA LINDA	1
UNIDAD EDUCATIVA GIUSEPPE GARIBALDI	1
ACADEMIA NAVAL JAMBELI	1
GALO PLAZA LASSO	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO INSTITUTO NACIONAL	1
UNIDAD EDUCATIVA MANABI	1
UNIDAD EDUCATIVA SAN JUAN DE BUCAY	1
COLEGIO FISCAL MIXTO MANUEL CORDOVA GALARZA	1
UNIDAD EDUCATIVA URDESA SCHOOL	1
LICEO DE LOJA	1
COLEGIO FRANCISCO HUERTA RENDÓN	1
CENTRO EDUCATIVO LICEO BOLIVARIANO	1
IBEROAMERICANO	1
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA PART. MIXTA NARCISA DE JESUS	1
COLEGIO PART. INTEGRACION TECNICA EDUCATIVA	1
COLEGIO FISCAL MARISTA DE LOJA	1
COLEGIO PARTICULAR FRANCES	1
COLEGIO PARTICULAR MILITAR GRAL. MIGUEL ITURRALDE	1
COLEGIO PARTICULAR BILINGUE JEFFERSON	1
UNIDAD EDUCATIVA BORJA # 3 CAVANIS	1
COLEGIO MARISTA PIO XII	1
INSTITUTO TECNOLOGICO JOSE ANDRES MATEUS	1
IES SANGONERA LA VERDE	1
PEHUEN	1
UNIDAD EDUCATIVA LA GRAN ESFERA AZUL	1
BLAS PASCAL	1
COLEGIO SAN CARLOS	1
ALEJANDRO INTERNACIONAL	1
UNIDAD EDUCATIVA ECUATORIANA AUSTRIACA	1
COLEGIO FISCAL FRANCISCO DE ORELLANA	1
COLEGIO PARTICULAR JULIO MARIA MATOVELLE	1
COLEGIO FISCAL MIXTO 26 DE SEPTIEMBRE	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO YAGUACHI	1
COLEGIO FISCAL MIXTO VESPERTINO BATALLA DE TARQUI	1
COLEGIO PARTICULAR RIBERAS DE DAULE	1
COLEGIO FISCAL MIXTO CARLOS ESTARELLAS MERINO	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO ADOLFO MARIA ASTUDILLO	1
CENTRO EDUCATIVO AGORA	1
UNIDAD EDUCATIVA ATENAS INTERNACIONAL SCHOOL	1
COLEGIO FISCAL MIXTO HUANCAVILCA	1
UNIDAD EDUCATIVA PART. CARDENAL RICHARD CUSHING	1

UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE MIXTA SAGRADOS CORAZONES	1
COLEGIO NACIONAL PDTE. OTTO AROSEMENA GOMEZ	1
COLEGIO NACIONAL DR. ENRIQUE NOBOA ARIZAGA	1
COLEGIO PARTICULAR AMERICAN SCHOOL	1
COLEGIO PARTICULAR MANUEL ELICIO FLOR	1
COLEGIO MIXTO PARTICULAR CIENCIA Y FE	1
COLEGIO PARTICULAR NUESTRO MUNDO	1
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR PARTICULAR ADVENTISTA DEL ECUADOR	1
COLEGIO NACIONAL VICENTE ROCAFUERTE	1
COL.FISCALES/MUN.DIURNO Y NOCTURNO	1
COLEGIO NACIONAL EXPERIMENTAL AGUIRRE ABAD	1
UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL JOSE DOMINGO DE SANTISTEVAN	1
ACADEMIA NAVAL VISION	1
UNIDAD EDUCATIVA ANTARES	1
COLEGIO FISCAL ASSAD BUCARAM ELMALIN	1
COLEGIO LICEO ITALIANO	1
COLEGIO REPÚBLICA DEL ECUADOR	1
COLEGIO FISCAL TECNICO PROVINCIA DE CHIMBORAZO	1
NEW LITTLE COLLEGE	1
COLEGIO FISCAL MIXTO PROVINCIA DE PICHINCHA	1
COLEGIO NACIONAL DIEZ DE AGOSTO	1
COLEGIO PARTICULAR CATOLICO SAN ESTEBAN	1
UNIDAD EDUCATIVA CRISTIANA HARVEST SCHOOL	1
COLEGIO REPUBLICA DE FRANCIA	1
UNIDAD EDUCATIVA TEODORO KELLY	1
UNIDAD EDUCATIVA NUEVO MUNDO	1
COLEGIO FISCO MISIONAL FRAY AGUSTIN DE ASKUNAGA	1
UNIDAD EDUCATIVA A DISTANCIA LA SALLE	1
COLEGIO NACIONAL JOSE JOAQUIN DE OLMEDO	1
ACADEMIA COTOPAXI (PARTICULAR)	1
COLEGIO TECNICO PARTICULAR PADRE MARCO BENETAZZO	1
DIOCESIS DE DIGARDOT COLEGIO RICAURTE	1
UNIDAD EDUCATIVA MUNDO DE ALEGRIA	1
COLEGIO NACIONAL CINCO DE JUNIO DE MANTA	1
MILENIUM	1
TOTAL COLEGIOS - 2012	1670

COLEGIOS-2013	CANTIDAD DE ALUMNOS
COLEGIO LICEO CRISTIANO DE GUAYAQUIL	70
ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORTH	60
COLEGIO FISCAL TECNICO EXPERIMENTAL 28 DE MAYO	51
UNIDAD EDUCATIVA LA INMACULADA	44
COLEGIO SAN JOSÉ LA SALLE	40
OTROS	1413
COLEGIO MARIA AUXILIADORA	39
COLEGIO LA ASUNCIÓN	34

COLEGIO DE LA PROVIDENCIA	34
COLEGIO DOLORES SUCRE	31
COLEGIO SAN FRANCISCO JAVIER	31
ACADEMIA NAVAL GUAYAQUIL	30
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL MATUTINO	30
COLEGIO CRISTOBAL COLON	29
COLEGIO FEMENINO ESPIRITU SANTO	28
COLEGIO NUESTRA MADRE DE LA MERCED	28
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE SANTO DOMINGO DE GUZMAN	28
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE ALBOHISPANO	27
COLEGIO MIXTO PARTICULAR CIENCIA Y FE	25
COLEGIO ECOMUNDO	22
ANA MERCEDES MUÑOZ DE CALDERON	22
COLEGIO ROSARIO SANCHEZ BRUNO	22
COLEGIO MILITAR N°3 HEROES DEL 41	21
HISPANOAMERICANO	19
CENTRO DE ESTUDIOS DELFOS	18
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL GALAPAGOS	18
COLEGIO NACIONAL EXPERIMENTAL AGUIRRE ABAD	15
UNIDAD EDUCATIVA FAE NO. 3 TAURA	14
COLEGIO MILITAR TENIENTE HUGO ORTIZ	12
COLEGIO FISCAL MIXTO HUANCABILCA	12
COLEGIO FISCAL MIXTO PROVINCIA DE PICHINCHA	12
COLEGIO NACIONAL JOSE JOAQUIN DE OLMEDO	12
COLEGIO NACIONAL RITA LECUMBERRI	11
COLEGIO FISCAL ASSAD BUCARAM ELMALIN	11
COLEGIO PARTICULAR SANTA MARIANA DE JESUS	11
COLEGIO PARTICULAR CRISTO REY	9
UNIDAD EDUCATIVA SAN JOSE	9
COLEGIO EXPERIMENTAL ALBERTO EINSTEIN	9
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR EVANGÉLICA CIENCIA Y FE	9
COLEGIO FISCAL TECNICO DR.LUIS FELIPE BORJA PEREZ	9
UNIDAD EDUCATIVA FREIRESTABILE	9
INSTITUTO PARTICULAR ABDON CALDERON	9
COLEGIO PARTICULAR NARCISA DE JESUS MARTILLO	9
COLEGIO LA DOLOROSA	8
COLEGIO SAN JOSE	8
COLEGIO PARTICULAR ABARIS	8
COLEGIO TECNICO DEL EJERCITO EUGENIO ESPEJO	8
COLEGIO FISCAL PROVINCIA DE BOLIVAR	8
COLEGIO NICOLAS INFANTE DIAZ	8
COLEGIO LICEO ITALIANO	8
UNIDAD EDUCATIVA NUEVO MUNDO	8
COLEGIO FISCO MISIONAL FRAY AGUSTIN DE ASKUNAGA	8
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR DAULIS	8
UNIDAD EDUCATIVA MUNDO DE ALEGRIA	8
UNIDAD EDUCATIVA CARDENAL BERNARDINO ECHEVERRIA RUIZ	8
COLEGIO FISCAL MARISTA DE LOJA	8
COLEGIO PARTICULAR MILITAR GRAL. MIGUEL ITURRALDE	8
COLEGIO PARTICULAR BILINGUE JEFFERSON	8

UNIDAD EDUCATIVA BORJA # 3 CAVANIS	8
UNIDAD EDUCATIVA TEODORO KELLY	8
JULIAN CORONEL	8
UNIDAD EDUCATIVA A DISTANCIA LA SALLE	8
UNIDAD EDUCATIVA SALESIANA SAN JOSE DE MANTA	8
ACADEMIA COTOPAXI (PARTICULAR)	8
COLEGIO FISCAL MIXTO OTTO AROSEMENA GOMEZ	8
COLEGIO TECNICO PARTICULAR PADRE MARCO BENETAZZO	8
DIOCESIS DE DIGARDOT COLEGIO RICAURTE	8
INST.INTEGRAL SUDAMERICANO	8
UNIDAD EDUCATIVA SAN JUAN DE BUCAY	8
COLEGIO FISCAL MIXTO MANUEL CORDOVA GALARZA	8
COLEGIO SAGRADOS CORAZONES	7
MILENIUM	7
COLEGIO PARTICULAR PARAMILITAR CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA	7
KENNEDY SCHOOL	7
COLEGIO PARTICULAR MERCANTIL	7
COLEGIO FISCAL JOSE MARIA VELASCO IBARRA	7
LICEO BOLIVARIANO	7
COLEGIO TECNICO ZAPOTAL	7
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA NUESTRA MADRE DE LA ALBORADA	7
COLEGIO PARTICULAR CATOLICO SAN ESTEBAN	7
UNIDAD EDUCATIVA CRISTIANA HARVEST SCHOOL	7
COLEGIO CÉSAR BORJA LAVAYEN	7
COLEGIO NACIONAL MIXTO 31 DE OCTUBRE - LA TRONCAL	7
COLEGIO ADVENTISTA LOMA LINDA	7
UNIDAD EDUCATIVA GIUSEPPE GARIBALDI	7
ACADEMIA NAVAL JAMBELI	7
COLEGIO INTERNACIONAL SEK	6
UNIDAD EDUCATIVA STEINER INTERNACIONAL	6
COLEGIO FISCAL JOSE LUIS TAMAYO	6
COLEGIO PARTICULAR FRANCES	6
INSTITUTO TECNOLOGICO JOSE ANDRES MATEUS	6
IES SANGONERA LA VERDE	6
COLEGIO FISCAL TECNICO PROVINCIA DE CHIMBORAZO	6
NEW LITTLE COLLEGE	6
COLEGIO NACIONAL DIEZ DE AGOSTO	6
CENTRO EDUCATIVO BILINGUE INTERAMERICANO	5
COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS	5
CENTRO EDUCATIVO LA MODERNA	5
UNIDAD EDUCATIVA AMERICA	5
COLEGIO EXPERIMENTAL POLITECNICO	5
PARTICULAR MIXTO INTERNACIONAL SCHOOL	5
UNIDAD EDUCATIVA ACADEMIA NAVAL ALTAMAR	5
COLEGIO NACIONAL ISMAEL PEREZ PAZMIÑO	5
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE NUEVA SEMILLA	5
COLEGIO TECNICO SUPERIOR SALESIANO DOMINGO COMIN	5
PAUL RIVET	5
UNIDAD EDUCATIVA PASIONISTA	5
UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL JOSE DOMINGO DE SANTISTEVAN	5

INSTITUTO TECNICO SUPERIOR PROVINCIA DE TUNGURAHUA	5
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR GUAYAQUIL	5
UNIDAD EDUCATIVA SANTA CATALINA	5
COLEGIO FISCAL DR. MIGUEL MARTINEZ SERRANO	5
UNIDAD EDUCATIVA LICEO ALBONOR	5
CENTRO EDUCATIVO BELLAVISTA	5
CENTRO DE ESTUDIOS ESPIRITU SANTO	4
COLEGIO SANTA MARIA MAZZARELLO	4
COLEGIO NACIONAL MIGUEL ANGEL CAZARES	4
COLEGIO EMERSON	4
LICEO PARTICULAR MIXTO MARISCAL SUCRE	4
UNIDAD EDUCATIVA LICEO GREGORIANO	4
GUILLERMO ROHDE AROSEMENA	4
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JEFFERSON	4
PARTICULAR MIXTO VIDA NUEVA	4
INSTITUTO TECNOLOGICO ATI II PILLAHUASO	4
COLEGIO FISCAL MIXTO CARLOS ESTARELLAS MERINO	4
COLEGIO NACIONAL PDTE. OTTO AROSEMENA GOMEZ	4
UNIDAD EDUCATIVA DE LA ASUNCION	4
UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO DE LAS PRADERA	4
COLEGIO MARCEL LANIADO DE WIND	4
COLEGIO PARTICULAR NACIONES UNIDAS	4
COLEGIO AMARILIS FUENTES ALCÍVAR	3
COLEGIO PARTICULAR BUQUE MAYOR	3
UNIDAD EDUCATIVA BOSTON	3
COLEGIO SALESIANO JOSE DOMINGO DE SATISTEVAN	3
COLEGIO AMERICANO	3
UNIDAD EDUCATIVAABDON CALDERON	3
LICEO NAVAL JAMBELI - MACHALA	3
LICEO MAHARISHI	3
UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO MAYOR	3
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL VESPERTINO	3
UNIDAD DE EDUCACIÓN INTEGRAL DEL PACIFICO	3
FUERZA AEREA ECUATORIANA-LICEO AERONAUTICO	3
COLEGIO MODERNA SERGIO PÉREZ VÁLDEZ	3
CENTRO EDUCATIVO PALESTRA	3
AMERICO VESPUCCIO	3
UNIDAD EDUCATIVA LICEO PANAMERICANO	3
COLEGIO LEONIDAS GARCÍA	3
COLEGIO PARTICULAR AMERICAN SCHOOL	3
COLEGIO PARTICULAR STELLA MARIS	3
COLEGIO MATILDE AMADOR SANTISTEVAN	2
UNIDAD EDUCATIVA RUBIRA	2
SPEEDWRITING	2
COLEGIO PARTICULAR MIXTO BILINGUE NUEVA CIENCIA	2
COLEGIO MIXTO PARTICULAR PEDRO VICENTE MALDONADO	2
COLEGIO LAURA VICUÑA	2
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR OCHO DE NOVIEMBRE PIÑAS	2
CAYETANO TARRUEL	2
CENEST HARVARD (SUR)	2

CENTRO EDUCATIVO URBANOR	2
COLEGIO TECNICO SUPERIOR FISCOMISIONAL ALEJANDRO HUMBOLDT	2
COLEGIO INTERNACIONAL PERT	2
COLEGIO PARTICULAR HERMANO MIGUEL	2
COLEGIO NACIONAL TECNICO ENRIQUE GIL GILBERT	2
COLEGIO FISCAL NUEVE DE OCTUBRE	2
COLEGIO FISCAL MARTHA BUCARAM DE ROLDOS	2
FE Y ALEGRIA	2
UNIDAD EDUCATIVA ADVENTISTA DEL PACIFICO	2
COLEGIO MIXTO PARTICULAR JOHN DEWEY	2
COLEGIO PARTICULAR SAN AGUSTIN	2
COLEGIO PARTICULAR MIXTO YAGUACHI	2
UNIDAD EDUCATIVA ATENAS INTERNACIONAL SCHOOL	2
COLEGIO PARTICULAR NUESTRO MUNDO	2
COLEGIO TEODORO ALVARADO OLEAS	1
CENTRO EDUCATIVO MIRAFLORES	1
COLEGIO NACIONAL ING. JOSE GORSINO CARDENAS	1
COLEGIO MIXTO PARTICULAR FAE 2	1
GALO PLAZA LASSO	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO INSTITUTO NACIONAL	1
UNIDAD EDUCATIVA MANABI	1
UNIDAD EDUCATIVA URDESA SCHOOL	1
LICEO DE LOJA	1
COLEGIO FISCAL AUGUSTO MENDOZA MOREIRA	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO LICEO LIBANES	1
COLEGIO NACIONAL 26 DE NOVIEMBRE	1
CENTRO EDUCATIVO LICEO BOLIVARIANO	1
COLEGIO FISCO-MISIONAL SAGRADO CORAZÓN - ESMERALDAS	1
COLEGIO PARTICULAR GLORIA GORELIK	1
INSTITUTO TECNOLOGICO DR. ENRIQUE NOBOA ARIZAGA	1
PROVINCIA DE SUCUMBIOS	1
IBEROAMERICANO	1
LICEO EDUCATIVO ESPIRITU DE SABIDURIA	1
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA PART. MIXTA NARCISA DE JESUS	1
COLEGIO PART. INTEGRACION TECNICA EDUCATIVA	1
COLEGIO MARISTA PIO XII	1
PEHUEN	1
UNIDAD EDUCATIVA LA GRAN ESFERA AZUL	1
BLAS PASCAL	1
COLEGIO SAN CARLOS	1
ALEJANDRO INTERNACIONAL	1
UNIDAD EDUCATIVA ECUATORIANA AUSTRIACA	1
COLEGIO FISCAL FRANCISCO DE ORELLANA	1
COLEGIO PARTICULAR JULIO MARIA MATOVELLE	1
COLEGIO FISCAL MIXTO 26 DE SEPTIEMBRE	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR ADVENTISTA DEL ECUADOR	1
SEIS DE MARZO	1
COLEGIO FISCAL MIXTO VESPERTINO BATALLA DE TARQUI	1
COLEGIO PARTICULAR RIBERAS DE DAULE	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO ADOLFO MARIA ASTUDILLO	1

CENTRO EDUCATIVO AGORA	1
UNIDAD EDUCATIVA PART. CARDENAL RICHARD CUSHING	1
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE MIXTA SAGRADOS CORAZONES	1
COLEGIO NACIONAL DR. ENRIQUE NOBOA ARIZAGA	1
COLEGIO PARTICULAR MANUEL ELICIO FLOR	1
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR PARTICULAR ADVENTISTA DEL ECUADOR	1
COLEGIO NACIONAL VICENTE ROCAFUERTE	1
COL.FISCALES/MUN.DIURNO Y NOCTURNO	1
COLEGIO PATRIA ECUATORIAN	1
COLEGIO PART. LICEO NAVAL JAMBELÍ	1
SAN JUDAS TADEO	1
ACADEMIA NAVAL VISION	1
UNIDAD EDUCATIVA ANTARES	1
COLEGIO REPÚBLICA DEL ECUADOR	1
COLEGIO NACIONAL CINCO DE JUNIO DE MANTA	1
TOTAL COLEGIOS - 2013	1678

COLEGIOS 2014	CANTIDAD ALUMNOS
COLEGIO LICEO CRISTIANO DE GUAYAQUIL	76
ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORTH	47
COLEGIO FISCAL TECNICO EXPERIMENTAL 28 DE MAYO	46
COLEGIO TECNICO SUPERIOR SALESIANO DOMINGO COMIN	40
COLEGIO SAN JOSÉ LA SALLE	39
OTROS	1190
COLEGIO CRISTOBAL COLON	33
UNIDAD EDUCATIVA DE LA ASUNCION	33
COLEGIO DE LA PROVIDENCIA	31
ALBOHISPANO	31
COLEGIO LA DOLOROSA	30
HISPANOAMERICANO	29
CENTRO DE ESTUDIOS DELFOS	28
CENTRO DE ESTUDIOS ESPIRITU SANTO	28
CENTRO EDUCATIVO BILINGUE INTERAMERICANO	27
UNIDAD EDUCATIVA NUEVO MUNDO	27
FE Y ALEGRIA	25
COLEGIO SAGRADOS CORAZONES	24
COLEGIO MILITAR TENIENTE HUGO ORTIZ	22
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE SANTO DOMINGO DE GUZMAN	22
UNIDAD EDUCATIVA MIXTA PART. BRISAS DEL RIO	19
COLEGIO MATILDE AMADOR SANTISTEVAN	18
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE NUEVA SEMILLA	16
COLEGIO MILITAR Nº3 "HEROES DEL 41"	15
CENTRO EDUCATIVO LA MODERNA	14
COLEGIO MIXTO PARTICULAR FAE 2	12
COLEGIO NACIONAL VICENTE ROCAFUERTE	12
UNIDAD EDUCATIVA LICEO PANAMERICANO	12
COLEGIO PARTICULAR MIXTO DON BOSCO	12

CENTRO EDUCATIVO URBANOR	12
CENTRO EDUCATIVO "MIRAFLORES"	12
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "GUAYAQUIL"	12
COLEGIO PARTICULAR NUESTRO MUNDO	12
UNIDAD EDUCATIVA CARDENAL BERNARDINO ECHEVERRIA RUIZ	12
COLEGIO NACIONAL DIEZ DE AGOSTO	10
ANA MERCEDES MUÑOZ DE CALDERON	9
UNIDAD EDUCATIVA "LA INMACULADA"	9
COLEGIO TECNICO DEL EJERCITO EUGENIO ESPEJO	9
COLEGIO PARTICULAR LOGOS	9
COLEGIO NACIONAL "ISMAEL PEREZ PAZMIÑO"	9
COLEGIO LETRAS Y VIDA	8
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR "PROVINCIA DE TUNGURAHUA"	8
FISCAL TECNICO PROVINCIA DE AZUAY	8
COLEGIO SAN FRANCISCO JAVIER	8
COLEGIO ROSARIO SANCHEZ BRUNO	8
COLEGIO PARTICULAR HERMANO MIGUEL	8
COLEGIO PARTICULAR GREEN HILLS SCHOOL	8
COLEGIO PARTICULAR FRANCES	8
COLEGIO NAC. 10 DE AGOSTO	8
FISCAL TECNICO "DR. ALFREDO PAREJA DIAZCANSECO"	8
COLEGIO TECNICO SUPERIOR FISCOMISIONAL ALEJANDRO HUMBOLDT	8
colegio seis de marzo	8
COLEGIO SANTA MARIANA DE JESÚS	8
COLEGIO PARTICULAR STA MARIANA DE JESUS	8
COLEGIO PARTICULAR SAN BENILDO LA SALLE	8
COLEGIO PARTICULAR RIBERAS DE DAULE	8
COLEGIO PARTICULAR NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN	8
COLEGIO PARTICULAR MIXTO YAGUACHI	8
COLEGIO PARTICULAR MIXTO "MARIA DE LA MERCED"	8
COLEGIO PARTICULAR MIXTO "ADOLFO MARIA ASTUDILLO"	8
COLEGIO PARTICULAR DANTE ALIGHIERI	8
COLEGIO PARTICULAR ABARIS	8
COLEGIO NACIONAL 5 DE JUNIO	8
COLEGIO MIXTO APTICULAR FEDERICO FROEBEL	8
COLEGIO FISCAL MIXTO JOSE MARIA EGAS	8
COLEGIO EL ROBLE QUITO METROPOLITANO	8
UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO MAYOR	7
COLEGIO ECOMUNDO	7
INSTITUTO PARTICULAR ABDON CALDERON	7
BUQUE MAYOR	7
UNIDAD EDUCATIVA JULIO PIERREGROSSE	7
UNIDAD EDUCATIVA JEFFERSON-RIOBAMBA	7
UNIDAD EDUCATIVA "SANTA MARIA GORETTI"	7
UNIDAD EDUCATIVA "NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO	7
SAN JOSE DE LA BENEFICENCIA DE SEÑORAS	7
PARTICULAR JACARANDA	7
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR DR. CAMILO GALLEGOS DOMINGUEZ	7
COLEGIO PARTICULAR CRISTO REY	7
COLEGIO PARTICULAR "STELLA MARIS"	7

COLEGIO PARTICULAR "NARCISA DE JESUS MARTILLO"	7
UNIDAD EDUCATIVA SANTA CATALINA	6
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "NUEVA ERA"	6
UNIDAD EDUCATIVA NOVUS	6
UNIDAD EDUCATIVA FAE Nº4 - MANTA	6
UNIDAD EDUCATIVA FAE NO. 3 "TAURA"	6
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA NUESTRA MADRE DE LA ALBORADA	6
UNIDAD EDUCATIVA BABAHOYO	6
COLEGIO PARTICULAR BEST	6
COLEGIO PARTICULAR ANDRES BELLO	6
COLEGIO PARTICULAR "JULIO MARIA MATOVELLE"	6
COLEGIO NACIONAL MIXTO 31 DE OCTUBRE - LA TRONCAL	6
COLEGIO NACIONAL CARLOS ALBERTO AGUIRRE AVILES	6
COLEGIO NACIONAL ING. JOSE GORSINO CARDENAS	5
COLEGIO INTERNACIONAL SEK	5
COLEGIO NICOLAS INFANTE DIAZ	5
COLEGIO NACIONAL MIGUEL ANGEL CAZARES	5
COLEGIO FISCAL MIXTO "26 DE SEPTIEMBRE"	5
COLEGIO FISCAL JOSE LUIS TAMAYO	5
COLEGIO EXPERIMENTAL POLITECNICO	5
COLEGIO PARTICULAR CATOLICO "SAN ESTEBAN"	5
UNIDAD EDUCATIVA MUNDO DE ALEGRIA	4
COLEGIO FISCOMISIONAL PADRE MIGUEL GAMBOA	4
COLEGIO FISCAL TECNICO DR.LUIS FELIPE BORJA PEREZ	4
LICEO NAVAL	3
UNIDAD EDUCATIVA AURORA ESTRADA DE RAMÍREZ	3
UNIDAD EDUCATIVA ARCOIRIS	3
COLEGIO SANTA MARIA MAZZARELLO	3
ACADEMIA NAVAL JAMBELI	3
COLEGIO FISCAL "17 DE SEPTIEMBRE"	3
COLEGIO EXPERIMENTAL ALBERTO EINSTEIN	3
UNIDAD EDUCATIVA ANTARES	2
LICEO PARTICULAR MIXTO MARISCAL SUCRE	2
UNIDAD EDUCATIVA TECNICO MERCEDES	2
COLEGIO MARCEL LANIADO DE WIND	2
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA PART. MIXTA "NARCISA DE JESUS"	2
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE DELTA	2
UNIDAD EDUCATIVA SAN FRANCISCO DE MILAGRO	2
UNIDAD EDUCATIVA PASIONISTA	2
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SANTISIMOS CORAZONES	2
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR EVANGÉLICA CIENCIA Y FE	2
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR DEL PACIFICO	2
COLEGIO PARTICULAR BILINGUE JEFFERSON	2
COLEGIO NUESTRA MADRE DE LA MERCED	2
COLEGIO NACIONAL TÉCNICO REMIGIO CRESPO TORAL	2
COLEGIO MODERNA SERGIO PÉREZ VÁLDEZ	2
COLEGIO FISCAL JOSE MARIA VELASCO IBARRA	2
COLEGIO FISCAL TECNICO PROVINCIA DE CHIMBORAZO	2
COLEGIO FISCAL MIXTO RASCHID TORBAY	2
COLEGIO FISCAL JUAN MONTALVO	2

COLEGIO FISCAL FRANCISCO DE ORELLANA	2
COLEGIO FISCAL DR. MIGUEL MARTINEZ SERRANO	2
COLEGIO FISCAL AUGUSTO MENDOZA MOREIRA	2
COLEGIO EMERSON	2
AMERICO VESPUCIO	2
COLEGIO CÉSAR BORJA LAVAYEN	2
COLEGIO AMARILIS FUENTES ALCÍVAR	2
COL. TEC. IND. FEBRES CORDERO	2
COLEGIO PARTICULAR SAN AGUSTIN	1
KENNEDY SCHOOL	1
COLEGIO FISCAL NUEVE DE OCTUBRE	1
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL GALAPAGOS	1
UNIDAD EDUCATIVA "RUBIRA"	1
COLEGIO PARTICULAR PARAMILITAR CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA	1
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR JULIO MORENO ESPINOZA	1
COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS	1
COLEGIO PARTICULAR MILITAR GRAL. MIGUEL ITURRALDE	1
COLEGIO PARTICULAR " SANTA MARIANA DE JESUS"	1
COLEGIO MARIA AUXILIADORA	1
COLEGIO FISCAL MIXTO VICTOR HUGO MORA B	1
COLEGIO DOLORES SUCRE	1
VICTORIA EMANUELE II - RUFFINI	1
UNIDAD EDUCATIVAABDON CALDERON	1
UNIDAD EDUCATIVA TORREMAR	1
UNIDAD EDUCATIVA STEINER INTERNACIONAL	1
UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIA	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR BILINGÜE ALEXANDER	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "EMPRESARIAL ORENSE"	1
UNIDAD EDUCATIVA PART. CARDENAL RICHARD CUSHING	1
UNIDAD EDUCATIVA MONTESSORI	1
UNIDAD EDUCATIVA MANABI	1
UNIDAD EDUCATIVA LICEO GREGORIANO	1
UNIDAD EDUCATIVA JUAN XXIII	1
UNIDAD EDUCATIVA INTERAMERICANO	1
UNIDAD EDUCATIVA HARVARD	1
UNIDAD EDUCATIVA FRANCISCANA SAN ANTONIO"	1
UNIDAD EDUCATIVA FISCAL "PAJAN"	1
UNIDAD EDUCATIVA ECUATORIANO CHINO	1
UNIDAD EDUCATIVA ECUATORIANA AUSTRIACA	1
UNIDAD EDUCATIVA CRISTIANA HARVEST SCHOOL	1
UNIDAD EDUCATIVA BORJA	1
UNIDAD EDUCATIVA AMERICA	1
UNIDAD DE EDUCACIÓN INTEGRAL DEL PACIFICO	1
PAUL RIVET	1
PARTICULAR MIXTO INTERNACIONAL SCHOOL	1
NEW LITTLE COLLEGE	1
LICEO EDUCATIVO ESPIRITU DE SABIDURIA	1
LICEO BOLIVARIANO	1
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "OCHO DE NOVIEMBRE" PIÑAS	1

INSTITUTO TECNOLOGICO JOSE ANDRES MATEUS	1
INSTITUTO TECNOLOGICO ATI II PILLAHUASO	1
INST. TEC. SUPERIOR DR. JOSE OCHOA LEON	1
GUILLERMO ROHDE AROSEMENA	1
FUERZA AEREA ECUATORIANA-LICEO AERONAUTICO	1
COLEGIO NACIONAL RITA LECUMBERRI	1
COLEGIO NACIONAL 26 DE NOVIEMBRE	1
COLEGIO FISCAL MIXTO VESPERTINO DR. EMILIO UZCATEGUI GARCIA	1
TOTAL COLEGIOS -2014	1438

COLEGIOS 2015	CANTIDAD ALUMNOS
ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORTH	57
COLEGIO CRISTOBAL COLON	30
CENTRO DE ESTUDIOS ESPIRITU SANTO	25
COLEGIO LICEO CRISTIANO DE GUAYAQUIL	23
UNIDAD EDUCATIVA "LA INMACULADA"	22
OTROS	517
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE SANTO DOMINGO DE GUZMAN	23
COLEGIO SAN JOSÉ LA SALLE	19
LICEO NAVAL	19
COLEGIO MATILDE AMADOR SANTISTEVAN	16
COLEGIO FISCAL TECNICO EXPERIMENTAL 28 DE MAYO	15
COLEGIO SAGRADOS CORAZONES	12
COLEGIO ECOMUNDO	12
ALBOHISPANO	12
COLEGIO MARIA AUXILIADORA	9
UNIDAD EDUCATIVA "RUBIRA"	9
COLEGIO MILITAR Nº3 "HEROES DEL 41"	8
COLEGIO EXPERIMENTAL POLITECNICO	8
INSTITUTO PARTICULAR ABDON CALDERON	8
SAN JOSE	8
COLEGIO NUESTRA MADRE DE LA MERCED	7
COLEGIO MILITAR TENIENTE HUGO ORTIZ	7
COLEGIO DE LA PROVIDENCIA	7
COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASÍS	7
ANA MERCEDES MUÑOZ DE CALDERON	6
ACADEMIA NAVAL JAMBELI	6
COLEGIO DOLORES SUCRE	5
COLEGIO TECNICO SUPERIOR FISCOMISIONAL ALEJANDRO HUMBOLDT	5
CENTRO EDUCATIVO BILINGUE INTERAMERICANO	5
UNIDAD EDUCATIVA DE LA ASUNCION	5
UNIDAD EDUCATIVA CARDENAL BERNARDINO ECHEVERRIA RUIZ	5
CENTRO EDUCATIVO LA MODERNA	4
COLEGIO SANTA MARIA MAZZARELLO	4
UNIDAD EDUCATIVA LICEO GREGORIANO	4
UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO MAYOR	4
LICEO PARTICULAR MIXTO MARISCAL SUCRE	4

COLEGIO NACIONAL "ISMAEL PEREZ PAZMIÑO"	4
COLEGIO PARTICULAR " SANTA MARIANA DE JESUS"	4
UNIDAD EDUCATIVA FAE NO. 3 "TAURA"	4
UNIDAD EDUCATIVA LICEO PANAMERICANO	4
HISPANOAMERICANO	3
COLEGIO FRANCISCO HUERTA RENDÓN	3
CENTRO EDUCATIVO PALESTRA	3
UNIDAD EDUCATIVA AMERICA	3
UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIA	3
CENTRO DE ESTUDIOS DELFOS	3
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE NUEVA SEMILLA	3
COLEGIO PARTICULAR BILINGUE JEFFERSON	3
PARTICULAR MIXTO INTERNACIONAL SCHOOL	3
COLEGIO NACIONAL VICENTE ROCAFUERTE	3
FISCAL TECNICO "DR. ALFREDO PAREJA DIAZCANSECO"	3
UNIDAD EDUCATIVA STEINER INTERNACIONAL	3
COLEGIO TECNICO DEL EJERCITO EUGENIO ESPEJO	3
COLEGIO AMARILIS FUENTES ALCÍVAR	3
COLEGIO PARTICULAR "JULIO MARIA MATOVELLE"	3
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "GUAYAQUIL"	3
COLEGIO LA DOLOROSA	3
UNIDAD EDUCATIVA MONTESSORI	2
UNIDAD EDUCATIVA FISCAL "PAJAN"	2
CHARLES DARWIN SCHOOL	2
LICEO BOLIVARIANO	2
UNIDAD EDUCATIVA JULIO PIERREGROSSE	2
COLEGIO ROSARIO SANCHEZ BRUNO	2
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA NUESTRA MADRE DE LA ALBORADA	2
BUQUE MAYOR	2
COLEGIO INTERNACIONAL SEK	2
UNIDAD EDUCATIVA "SANTA MARIA GORETTI"	2
AMERICO VESPUCIO	2
FE Y ALEGRIA	2
COLEGIO FISCAL AUGUSTO MENDOZA MOREIRA	2
COLEGIO NACIONAL DIEZ DE AGOSTO	2
GUILLERMO ROHDE AROSEMENA	2
COLEGIO FISCAL JOSE MARIA VELASCO IBARRA	2
COLEGIO FISCAL JUAN MONTALVO	2
UNIDAD EDUCATIVA MIXTA PART. BRISAS DEL RIO	2
UNIDAD EDUCATIVA NOVUS	2
COLEGIO NACIONAL MIGUEL ANGEL CAZARES	2
UNIDAD EDUCATIVA PASIONISTA	2
COLEGIO FISCAL DR. MIGUEL MARTINEZ SERRANO	2
COLEGIO PARTICULAR NUESTRO MUNDO	2
COLEGIO MIXTO PARTICULAR FAE 2	2
COLEGIO NICOLAS INFANTE DIAZ	2
COLEGIO PARTICULAR ABARIS	2
COLEGIO PARTICULAR PARAMILITAR CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA	2
COLEGIO PARTICULAR RIBERAS DE DAULE	2
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR EVANGÉLICA CIENCIA Y FE	2

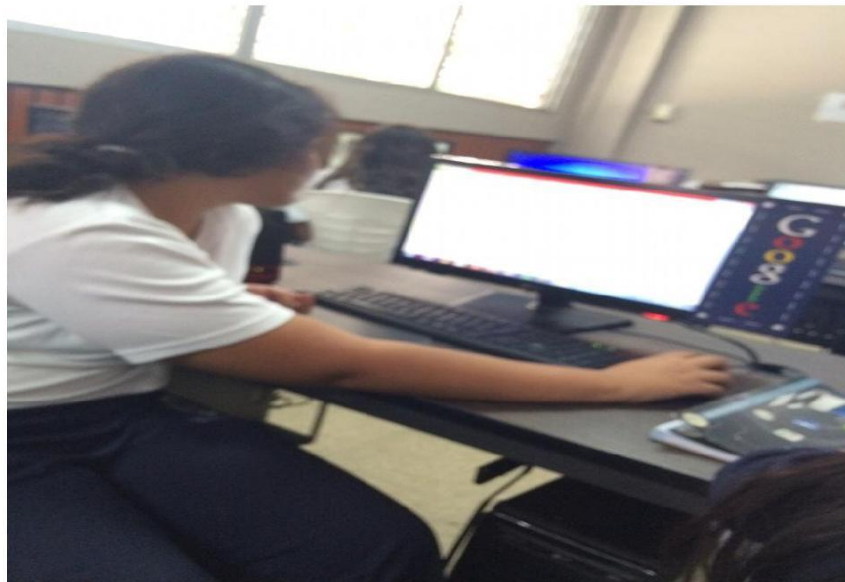
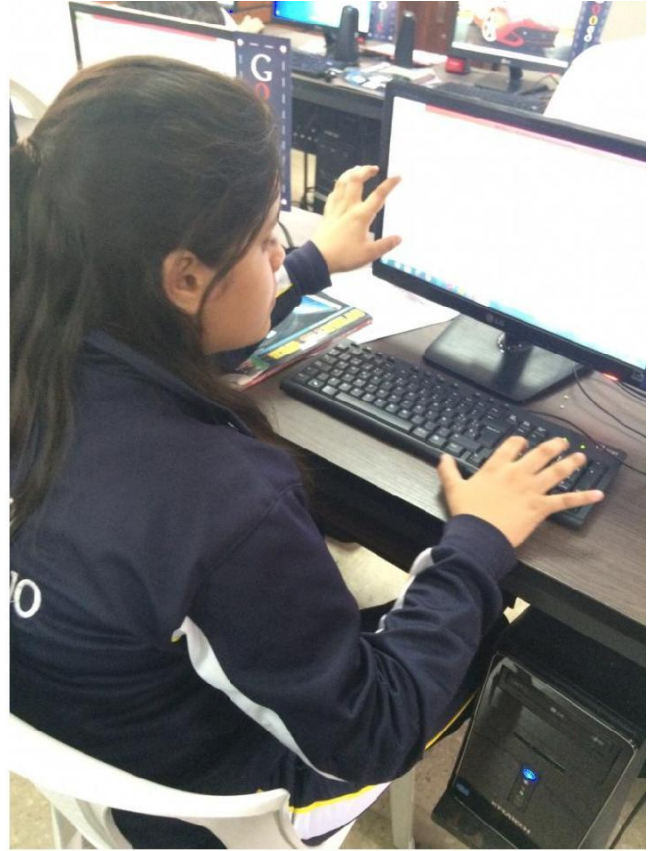
CENTRO EDUCATIVO "MIRAFLORES"	2
COLEGIO FISCAL FRANCISCO DE ORELLANA	2
CENTRO EDUCATIVO URBANOR	2
COLEGIO PARTICULAR GREEN HILLS SCHOOL	2
COLEGIO PARTICULAR SAN AGUSTIN	2
COLEGIO PARTICULAR HERMANO MIGUEL	2
COLEGIO SAN FRANCISCO JAVIER	2
UNIDAD EDUCATIVA ANTARES	2
UNIDAD EDUCATIVA SANTA CATALINA	2
UNIDAD EDUCATIVA LICEO NAVAL GALAPAGOS	2
COLEGIO MODERNA SERGIO PÉREZ VÁLDEZ	2
COLEGIO FISCAL TECNICO PROVINCIA DE CHIMBORAZO	2
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR "PROVINCIA DE TUNGURAHUA"	2
COLEGIO FISCAL MIXTO VESPERTINO DR. EMILIO UZATEGUI GARCIA	2
FUERZA AEREA ECUATORIANA-LICEO AERONAUTICO	1
COLEGIO CÉSAR BORJA LAVAYEN	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "EMPRESARIAL ORENSE"	1
UNIDAD EDUCATIVA TORREMAR	1
UNIDAD EDUCATIVA NUEVO MUNDO	1
PAUL RIVET	1
COLEGIO SANTA MARIANA DE JESÚS	1
UNIDAD EDUCATIVA MANABI	1
UNIDAD EDUCATIVA "NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO	1
UNIDAD EDUCATIVA ARCOIRIS	1
COLEGIO NACIONAL ING. JOSE GORSINO CARDENAS	1
VICTORIA EMANUELE II - RUFFINI	1
COLEGIO NACIONAL MIXTO 31 DE OCTUBRE - LA TRONCAL	1
COLEGIO EMERSON	1
INST. TEC. SUPERIOR DR. JOSE OCHOA LEON	1
UNIDAD EDUCATIVA JUAN XXIII	1
COLEGIO LICEO ITALIANO	1
COLEGIO NACIONAL 26 DE NOVIEMBRE	1
COLEGIO TECNICO SUPERIOR SALESIANO DOMINGO COMIN	1
COLEGIO FISCAL JOSE LUIS TAMAYO	1
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR JULIO MORENO ESPINOZA	1
COLEGIO FISCAL TECNICO DR.LUIS FELIPE BORJA PEREZ	1
COLEGIO PARTICULAR SAN BENILDO LA SALLE	1
KENNEDY SCHOOL	1
UNIDAD EDUCATIVA FRANCISCANA SAN ANTONIO"	1
COL. TEC. IND. FEBRES CORDERO	1
COLEGIO LEONARDO DA VINCI	1
COLEGIO FISCOMISIONAL PADRE MIGUEL GAMBOA	1
COLEGIO MIXTO APTICULAR FEDERICO FROEBEL	1
UNIDAD EDUCATIVA BORJA	1
COLEGIO FISCAL "17 DE SEPTIEMBRE"	1
COLEGIO EL ROBLE QUITO METROPOLITANO	1
COLEGIO PARTICULAR CRISTO REY	1
COLEGIO MARCEL LANIADO DE WIND	1
COLEGIO DR. JORGE CARRERA ANDRADE	1
LICEO EDUCATIVO ESPIRITU DE SABIDURIA	1

UNIDAD EDUCATIVA TECNICO MERCEDES	1
COLEGIO PARTICULAR FRANCES	1
BLAS PASCAL	1
COLEGIO PARTICULAR MILITAR GRAL. MIGUEL ITURRALDE	1
COLEGIO LICEO LOS ANDES	1
UNIDAD EDUCATIVA FAE Nº4 - MANTA	1
INSTITUTO TECNOLOGICO JOSE ANDRES MATEUS	1
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR "OCHO DE NOVIEMBRE" PIÑAS	1
COLEGIO FISCAL MIXTO RASCHID TORBAY	1
COLEGIO NACIONAL 5 DE JUNIO	1
COLEGIO PARTICULAR ANDRES BELLO	1
UNIDAD EDUCATIVA CRISTIANA HARVEST SCHOOL	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SANTISIMOS CORAZONES	1
COLEGIO EXPERIMENTAL ALBERTO EINSTEIN	1
UNIDAD EDUCATIVA ECUATORIANA AUSTRIACA	1
COLEGIO LEONIDAS GARCÍA	1
LICEO MAHARISHI	1
COLEGIO FISCAL MIXTO "26 DE SEPTIEMBRE"	1
COLEGIO PARTICULAR DANTE ALIGHIERI	1
UNIDAD DE EDUCACIÓN INTEGRAL DEL PACIFICO	1
COLEGIO PARTICULAR BEST	1
UNIDAD EDUCATIVA JEFFERSON-RIOBAMBA	1
colegio seis de marzo	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO YAGUACHI	1
COLEGIO PARTICULAR "NARCISA DE JESUS MARTILLO"	1
UNIDAD EDUCATIVA BABAHOYO	1
UNIDAD EDUCATIVA PART. CARDENAL RICHARD CUSHING	1
UNIDAD EDUCATIVA ABDON CALDERON	1
UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE DELTA	1
COLEGIO PARTICULAR NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN	1
COLEGIO NAC. 10 DE AGOSTO	1
COLEGIO PARTICULAR STA MARIANA DE JESUS	1
COLEGIO PARTICULAR LOGOS	1
COLEGIO PARTICULAR MANUEL ELICIO FLOR	1
COLEGIO LETRAS Y VIDA	1
UNIDAD EDUCATIVA HARVARD	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO "ADOLFO MARIA ASTUDILLO"	1
UNIDAD EDUCATIVA SAN FRANCISCO DE MILAGRO	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO "MARIA DE LA MERCED"	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR DEL PACIFICO	1
COLEGIO PARTICULAR CATOLICO "SAN ESTEBAN"	1
UNIDAD EDUCATIVA INTERAMERICANO	1
PARTICULAR JACARANDA	1
NEW LITTLE COLLEGE	1
CENTRO EDUCATIVO "VICENTE MAMALLACTA"	1
FISCAL TECNICO PROVINCIA DE AZUAY	1
CENTRO EDUCATIVO AGORA	1
COLEGIO FISCAL NUEVE DE OCTUBRE	1
COLEGIO NACIONAL TÉCNICO REMIGIO CRESPO TORAL	1
COLEGIO FISCAL MIXTO VICTOR HUGO MORA B	1

COLEGIO FISCAL MIXTO JOSE MARIA EGAS	1
COLEGIO PARTICULAR "STELLA MARIS"	1
COLEGIO NACIONAL CARLOS ALBERTO AGUIRRE AVILES	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"	1
INSTITUTO TECNICO SUPERIOR DR. CAMILO GALLEGOS DOMINGUEZ	1
COLEGIO NACIONAL RITA LECUMBERRI	1
INSTITUTO TECNOLOGICO ATI II PILLAHUASO	1
COLEGIO PARTICULAR MIXTO DON BOSCO	1
UNIDAD EDUCATIVA ECUATORIANO CHINO	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR BILINGÜE ALEXANDER	1
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "NUEVA ERA"	1
UNIDAD EDUCATIVA MUNDO DE ALEGRIA	1
UNIDAD EDUCATIVA AURORA ESTRADA DE RAMÍREZ	1
SAN JOSE DE LA BENEFICENCIA DE SEÑORAS	1
UNIDAD EDUCATIVA CATOLICA PART. MIXTA "NARCISA DE JESUS"	1
TOTAL COLEGIOS -2015	674

NOTA: TODOS ESTOS DATOS SE OBTUVO POR MEDIO DE LAS OFICINAS DE LA CARRERA DE AD

ANEXO #2



ANEXO 3

Nº	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA (BACHILLERATO)
1	ABG CARLOS HUMBERTO CASTRO TORRES
2	ACADEMIA MILITAR GRAL BADEN POWELL
3	ACADEMIA NAVAL ALMIRANTE ILLINGWORTH
4	ALMIRANTE NELSON
5	ATENAS INTERNATIONAL SCHOOL
6	BARTOLOME GARELLI
7	BATALLA DE JAMBELI
8	BENJAMIN FRANKLIN
9	CENTRO EDUCATIVO BILINGUE DE LAS AMERICAS
10	CENTRO EDUCATIVO MIRAFLORES
11	COLEGIO PARTICULAR TECNICO JOSE ANTONIO CAMPOS
12	COLEGIO AMERICANO DE GUAYAQUIL
13	COLEGIO HERALDOS DEL EVANGELIO
14	COLEGIO JORGE WASHINGTON
15	COLEGIO JUAN XXIII
16	COLEGIO LOGOS ACADEMY
17	COLEGIO PARTICULAR A DISTANCIA ANTONIO RUIZ FLORES
18	COLEGIO PARTICULAR A DISTANCIA DOCTOR LUIS ALFONSO SALTOS
20	COLEGIO PARTICULAR A DISTANCIA PROVINCIA DEL GUAYAS
21	COLEGIO PARTICULAR A DISTANCIA SANTA CRUZ
22	COLEGIO PARTICULAR A DISTANCIA VICENTE ROCAFUERTE
23	COLEGIO PARTICULAR ALMTE THOMAS CHARLES WRIGHT MONTGOMERY
24	COLEGIO PARTICULAR BLAS PASCAL
25	COLEGIO PARTICULAR CIENCIAS Y VIDA
26	COLEGIO PARTICULAR HARVARD
27	COLEGIO PARTICULAR INSTITUTO SUAREZ
28	COLEGIO PARTICULAR INTEGRACION TECNICA EDUCATIVA
29	COLEGIO PARTICULAR JULIO AGUAYO MOREIRA
30	COLEGIO PARTICULAR LA CONSOLATA
31	COLEGIO PARTICULAR LETRAS Y VIDA
32	COLEGIO PARTICULAR MIXTO LICEO LIBANES
33	COLEGIO PARTICULAR MIXTO SAGRADA FAMILIA DE NAZARETH
34	COLEGIO PARTICULAR MUNDO AMERICA
35	COLEGIO PARTICULAR PERT
36	COLEGIO PARTICULAR SAN BENILDO LA SALLE
37	COLEGIO PROVINCIA DE GALAPAGOS
38	COLEGIO PROVINCIA DE SUCUMBOS
39	COLEGIO REPUBLICA DE FRANCIA
40	COLEGIO SAN BERNARDO
41	COLEGIO VEINTE DE ABRIL
42	COMANDANTE PITA PITA
43	DANTE ALIGHERI
44	DIEZ DE ENERO
45	DR MIGUEL ANGEL ZAMBRANO

46	ESCUELA DE EDUCACION BASICA PARTICULAR MERCEDES DE JESUS MOLINA
47	ESCUELA EDUCACION GENERAL BASICA CYBER SCHOOL
48	ESCUELA Y COLEGIO LA LUZ DE DIOS
49	FASINARM
50	FRAGATA GUAYAS
51	FUTUROS NAVEGANTES
52	GENERAL ANTONIO JOSE DE SUCRE
53	GRAL ANTONIO ELIZALDE
54	GUAYASAMIN
55	HISPANOAMERICANO
56	INSTITUTO BRITANICO
57	INTELIGENCIA Y LIDERAZGO INTELIDER
58	JESUS DE NAZARETH
59	JOSE MARIA URBINA
60	JOSE MIGUEL GARCIA MORENO
61	JUAN PABLO II
62	LEGANES
63	LICEO NAVAL VALMJORGE CRUZ POLANCO
64	LOLA AROSEMENA DE CARBO
65	LOS DELFINES N0 761
66	LUIS CHIRIBOGA MANRIQUE
67	MONSEÑOR EDMUNDO CARMODY
68	MUNDO HISPANO
69	NUEVA INGLATERRA
70	SABIDURIA DE DIOS
71	SANTA MARIA GORETTI
72	SIR FRANCISCO BACON
73	STANFORD SCHOOL
74	SUDAMERICA
75	TRECE DE ABRIL
76	UE CIUDAD DE ARIEL
77	UEPB LICEO PANAMERICANO
78	UNIDA EDUCATIVA CREAR
79	UNIDAD DE FORMACION ARTESANAL NAZARETH
80	UNIDAD DE FORMACION ARTESANAL SAN JUDAS TADEO
81	UNIDAD EDUCATIVA "ANTARTICA"
82	UNIDAD EDUCATIVA ABARIS
83	UNIDAD EDUCATIVA ACADEMIA ALTAMAR
84	UNIDAD EDUCATIVA ACADEMIA NAVAL AMAZONAS
85	UNIDAD EDUCATIVA ADVENTISTA DEL PACIFICO
86	UNIDAD EDUCATIVA AGUILAS DE CRISTO
87	UNIDAD EDUCATIVA AMERICA DEL SUR
88	UNIDAD EDUCATIVA AMERICAN SCHOOL
89	UNIDAD EDUCATIVA AMERICO VESPUCIO
90	UNIDAD EDUCATIVA ANGELA ASPIAZU DE CHAMBERS
91	UNIDAD EDUCATIVA ANTARES
92	UNIDAD EDUCATIVA BALANDRA CRUZ DEL SUR

94	UNIDAD EDUCATIVA BENJAMIN BLOOM
95	UNIDAD EDUCATIVA BIBLICA CRISTIANA SENDERO DE FE
96	UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE BOSTON
97	UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE DE LA INMACULADA
98	UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE ESPIRITU SANTO
99	UNIDAD EDUCATIVA BILINGÜE ESPIRITU SANTO
100	UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE LICEO ALBONOR
101	UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE NUEVA SEMILLA
102	UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE PARTICULAR ABDON CALDERON
103	UNIDAD EDUCATIVA BILINGUE SAGRADOS CORAZONES
104	UNIDAD EDUCATIVA BINACIONAL COLEGIO ALEMAN HUMBOLDT
105	UNIDAD EDUCATIVA BRISAS DEL RIO
106	UNIDAD EDUCATIVA CANADIENSE
107	UNIDAD EDUCATIVA CAP PEDRO OSCAR SALAS BAJAÑA
108	UNIDAD EDUCATIVA CARDENAL BERNARDINO ECHEVERRIA RUIZ
109	UNIDAD EDUCATIVA CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA
110	UNIDAD EDUCATIVA CENEST HARVARD
111	UNIDAD EDUCATIVA CENTRO EDUCATIVO LA MODERNA
112	UNIDAD EDUCATIVA CIENCIA Y FE
113	UNIDAD EDUCATIVA CIUDAD DE FILADELFIA
114	UNIDAD EDUCATIVA CIUDAD DE PEDREGUER
115	UNIDAD EDUCATIVA CLAIRE BUCARAM DE AIVAS
116	UNIDAD EDUCATIVA CLARETIANA
117	UNIDAD EDUCATIVA DE LA ASUNCION
118	UNIDAD EDUCATIVA DE LA PROVIDENCIA
119	UNIDAD EDUCATIVA DELFOS
120	UNIDAD EDUCATIVA EL ATENEO
121	UNIDAD EDUCATIVA EL PROFETA JEREMIAS
122	UNIDAD EDUCATIVA EL SAMAN
123	UNIDAD EDUCATIVA EMANUEL
124	UNIDAD EDUCATIVA EMAUS
125	UNIDAD EDUCATIVA ESTADO DE ISRAEL
126	UNIDAD EDUCATIVA EZRA TAFT BENSON
127	UNIDAD EDUCATIVA FE Y ALEGRIA
128	UNIDAD EDUCATIVA FEDERICO GONZALEZ SUAREZ
129	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL SAN IGNACIO DE LOYOLA
130	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL SANTA MARIA MAZZARELLO
131	UNIDAD EDUCATIVA GAUSS
132	UNIDAD EDUCATIVA GIUSEPPE GARIBALDI
133	UNIDAD EDUCATIVA GLORIA GORELIK
134	UNIDAD EDUCATIVA GRAL GEORGE SMITH PATTON
135	UNIDAD EDUCATIVA GRANCOLOMBIANO
136	UNIDAD EDUCATIVA GUILLERMO ROHDE AROSEMENA
137	UNIDAD EDUCATIVA INTEGRAL SUDAMERICANO
138	UNIDAD EDUCATIVA INTERNACIONAL SEK
139	UNIDAD EDUCATIVA INTERNATIONAL SCHOOL
140	UNIDAD EDUCATIVA ISLA SANTAY
141	UNIDAD EDUCATIVA ISLA SEYMUR

142	UNIDAD EDUCATIVA JOHANN HERBART
143	UNIDAD EDUCATIVA JOHN HARVARD
144	UNIDAD EDUCATIVA JOSE DOMINGO DE SANTISTEVAN
145	UNIDAD EDUCATIVA JUAN DIEGO
146	UNIDAD EDUCATIVA JUAN LEON MERA
147	UNIDAD EDUCATIVA LA FLORIDA
148	UNIDAD EDUCATIVA LA GRAN ESFERA AZUL
149	UNIDAD EDUCATIVA LICEO CRISTIANO DE GUAYAQUIL
150	UNIDAD EDUCATIVA MARIA AUXILIADORA
151	UNIDAD EDUCATIVA MARISCAL JOSE DE LAMAR Y CORTAZAR
152	UNIDAD EDUCATIVA MARISCAL SUCRE
153	UNIDAD EDUCATIVA MARTIN LUTHER KING
154	UNIDAD EDUCATIVA MATILDE AMADOR SANTISTEVAN
155	UNIDAD EDUCATIVA MATUTINA ACADEMIA NAVAL GUAYAQUIL
156	UNIDAD EDUCATIVA MERCANTIL
157	UNIDAD EDUCATIVA MONSEÑOR ENRIQUE JULHES
158	UNIDAD EDUCATIVA MONTE TABOR NAZARET
159	UNIDAD EDUCATIVA MONTEPIEDRA
160	UNIDAD EDUCATIVA NACIONES UNIDAS
161	UNIDAD EDUCATIVA NUESTRA MADRE DE LA ALBORADA
162	UNIDAD EDUCATIVA NUESTRA MADRE DE LA MERCED
163	UNIDAD EDUCATIVA NUESTRA SEÑORA DEL QUINCHE
164	UNIDAD EDUCATIVA ONEIL
165	UNIDAD EDUCATIVA PABLO PICASSO
166	UNIDAD EDUCATIVA PADRES SOMASCOS EL CENACULO
167	UNIDAD EDUCATIVA PARTICUALR NOBEL
168	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JUAN BOSCO
169	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR MILENIUM
170	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR A DISTANCIA DR EUGENIO ESPEJO
171	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR A DISTANCIA JUAN MONTALVO FIALLOS
172	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR ANDRES BELLO LOPEZ
173	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR BILINGÜE JEFFERSON
174	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR BILINGUE MONTESSORI
175	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR BILINGUE NUEVO MUNDO
176	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR BILINGUE SANTIAGO MAYOR
177	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR BILINGUE SANTO DOMINGO DE GUZMAN
178	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR CATOLICA JULIO MARIA MATOVELLE
179	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR CAYETANO TARRUELL
180	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR ECOMUNDO
181	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR ECUADOR
182	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR GABRIELA MISTRAL
183	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR GREGORIANO
184	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR HUGO ORTIZ GARCES
185	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR INSTITUTO COELLO
186	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR INTERAMERICANO CEBI
187	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR INTERNATIONAL SPEEDWRITING
188	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JAVIER
189	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR JEAN PIAGET

190	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA DOLOROSA
191	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LICE LOS ANDES
192	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LICEO DEL NORTE
193	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR MATUTINA MARIA ESTRELLA DEL MAR - DANIEL COMBONI
194	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR MATUTINA SANTA LUISA DE MARILLAC
195	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR MAYOR HORACIO ZURITA BAYAS
196	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR MIXTA SAN LUIS REY DE FRANCIA
197	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR NOVUS
198	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR NUEVO GUAYAQUIL
199	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR OLIDAS DUEÑAS MOREIRA
200	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR POLITECNICO
201	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SAN AGUSTIN
202	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SAN JOSEMARIA ESCRIVA
203	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SANTA ANA
204	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SERGIO NUÑEZ SANTAMARIA
205	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SOFOS
206	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR TERESA AZUCENA CARRERA LOOR
207	UNIDAD EDUCATIVA PASIONISTA
208	UNIDAD EDUCATIVA PAUL RIVET
209	UNIDAD EDUCATIVA PCEI PARTICULAR A DISTANCIA 8 DE MARZO
210	UNIDAD EDUCATIVA PCEI PARTICULAR A DISTANCIA LIBERTADOR BOLIVAR
211	UNIDAD EDUCATIVA ROSARIO SANCHEZ BRUNO
212	UNIDAD EDUCATIVA SA JOSE
213	UNIDAD EDUCATIVA SAGRADA FAMILIA
214	UNIDAD EDUCATIVA SAGRADO NIÑO
215	UNIDAD EDUCATIVA SALESIANA CRISTOBAL COLON
216	UNIDAD EDUCATIVA SALESIANA FISCOMISIONAL DOMINGO SAVIO
217	UNIDAD EDUCATIVA SALESIANA FISCOMISIONAL EXPERIMENTAL DOMINGO COMIN
218	UNIDAD EDUCATIVA SAN FRANCISCO DE AS
219	UNIDAD EDUCATIVA SAN GABRIEL DE LA DOLOROSA
220	UNIDAD EDUCATIVA SAN JOSE LA SALLE
221	UNIDAD EDUCATIVA SANTA CATALINA
222	UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIA DE LOS ANGELES
223	UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIANA DE JESUS
224	UNIDAD EDUCATIVA SANTA PAULA
225	UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO DE LAS PRADERAS
226	UNIDAD EDUCATIVA SEÑOR DEL ESPIRITU SANTO
227	UNIDAD EDUCATIVA STEINER INTERNACIONAL UNESTI S A
228	UNIDAD EDUCATIVA TECNICO AGROPECUARIO YOUNG LIVING ACADEMY
229	UNIDAD EDUCATIVA TEODORO KELLY
230	UNIDAD EDUCATIVA VESPERTINA ACADEMIA NAVAL GUAYAQUIL
231	UNIDAD EDUCATIVA VIDA NUEVA
232	UNIDAD FELIPE COSTA VON BUCHWALD
233	VISION
234	VOLUNTAS DEI

ANEXO 4

REDES SOCIALES

- | | | |
|-----------------|------------------|----------------|
| 1) Facebook | 8) Meetup | 15) Delicious |
| 2) Twitter. | 9) Bebo | 16) Foursquare |
| 3) Google plus. | 10) Multiply | 17) MyOpera |
| 4) MySpace | 11) Orkut | 18) Kiwibox |
| 5) Ning | 12) Skyrock | 19) Hi5 |
| 6) Tagged. | 13) Badoo | |
| 7) MyYearbook. | 14) StumbleUpon. | |

De contenido visual o para compartir Fotografías

- 20) Flickr
- 21) Fotki
- 22) Fotolog
- 23) Pinterest

Lista de redes sociales de estilo de vida

- | | | |
|------------------|------------------|--------------------|
| 24) Last.FM | 29) Flixter | 34) DeviantART |
| 25) Buzznet | 30) GaiaOnline | 35) Ibibo |
| 26) ReverbNation | 31) BlackPlanet. | 36) VampireFreaks. |
| 27) Cross.TV | 32) Care2 | 37) CafeMom |
| 28) WeRead | 33) CaringBridge | 38) Ravelry |
| 39) ASmallWorld | | |

Nombres de redes sociales para el Turismo

- 40) Wayn
- 41) CouchSurfing
- 42) TravBuddy.

ANEXO 4

Lista de redes sociales para los móviles

- 43) Cellufun.
- 44) MocoSpace
- 45) Itsmy

Lista de redes sociales de vídeo

- 46) Stickam
- 47) Funnyordie
- 48) YouTube

Lista de redes sociales de reuniones

- 49) Classmates
- 50) MyLife
- 51) MyHeritage
- 52) Geni

Plataformas sociales de negocios

- 53) LinkedIn
- 54) Enfoque
- 55) Viadeo
- 56) Ryze
- 57) XING

Lista de redes sociales para jóvenes y jóvenes adultos

- 58) WeeWorld
- 59) Habbo
- 60) Tuenti

ANEXO 4

Plataformas relacionadas con los Blogs

- 61) WordPress
- 62) Tumblr
- 63) Xanga
- 64) OpenDiary
- 65) Blogger

Lista de las redes sociales internacionales

- 66) Mixi
- 67) QZone
- 68) Douban.com
- 69) Renren.com
- 70) VKontakte
- 71) Odnoklassniki
- 72) NK
- 73) Hyves
- 74) Netlog
- 75) StudiVZ
- 76) Sonico
- 77) Friendster

ANEXO 5

ENCUESTA

NOMBRE: _____

APELLIDO: _____

SEXO: M

F

EDAD: _____

COLEGIO: _____

MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE USTED CONSIDERA LA APROPIADA.

1) ¿CON QUE FRECUENCIA UTILIZA EL INTERNET?

UNA VEZ A LA SEMANA

UNA VEZ AL MES

DE REPENTE

SIEMPRE

2) TE GUSTA BUSCAR INFORMACION EN INTERNET?

SI
NO

3) QUE ES LO QUE TE GUSTA DE UNA PAGINA WEB?

CREATIVIDAD
INFORMACION
DINAMISMO

4) TE GUSTARIA UNA PAGINA WEB INTERACTIVA?

SI
NO

5) CONOCES ALGUNA UNIVERSIDAD CON UNA PAGINA INTERACTIVA?

SI
NO

TABULACIÓN COLEGIO "A"

Encuestas Totales

50

SEXO

M	F
25	25

PREGUNTA 1

CON QUE FRECUENCIA UTILIZA EL INTERNET?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
UNA VEZ A LA SEMANA	0	0	0%	0%
UNA VEZ AL MES	0	0	0%	0%
DE REPENTE	3	2	12%	8%
SIEMPRE	22	23	88%	92%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 2

TE GUSTA BUSCAR INFORMACION EN INTERNET?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	24	25	96%	100%
NO	1	0	4%	0%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 3

QUE ES LO QUE TE GUSTA DE UNA PAGINA WEB?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
CREATIVIDAD	15	18	60%	72%
INFORMACION	5	2	20%	8%
DINAMISMO	5	5	20%	20%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 4

TE GUSTARIA UNA PAGINA WEB INTERACTIVA?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	22	24	88%	96%
NO	3	1	12%	4%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 5

CONOCES ALGUNA UNIVERSIDAD CON UNA PAGINA INTERACTIVA?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	3	2	12%	8%
NO	22	23	88%	92%
TOTAL	25	25	1	1

TABULACIÓN COLEGIO "B"

Encuestas Totales

50

SEXO	
M	F
25	25

PREGUNTA 1
CON QUE FRECUENCIA UTILIZA EL INTERNET?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
UNA VEZ A LA SEMANA	4	2	16%	8%
UNA VEZ AL MES	1	2	4%	8%
DE REPENTE	5	1	20%	4%
SIEMPRE	15	20	60%	80%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 2
TE GUSTA BUSCAR INFORMACION EN INTERNET?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	16	21	64%	84%
NO	9	4	36%	16%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 3
QUE ES LO QUE TE GUSTA DE UNA PAGINA WEB?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
CREATIVIDAD	22	17	88%	68%
INFORMACION	2	6	8%	24%
DINAMISMO	1	2	4%	8%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 4
TE GUSTARIA UNA PAGINA WEB INTERACTIVA?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	19	22	76%	88%
NO	6	3	24%	12%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 5
CONOCES ALGUNA UNIVERSIDAD CON UNA PAGINA INTERACTIVA

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	0	1	0%	4%
NO	25	24	100%	96%
TOTAL	25	25	100%	100%

TABULACIÓN COLEGIO "C"

Encuestas Totales

50

SEXO

M	F
25	25

PREGUNTA 1
CON QUE FRECUENCIA UTILIZA EL INTERNET?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
UNA VEZ A LA SEMANA	2	1	8%	4%
UNA VEZ AL MES	1	0	4%	0%
DE REPENTE	3	1	12%	4%
SIEMPRE	19	23	76%	92%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 2
TE GUSTA BUSCAR INFORMACION EN INTERNET?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	25	22	100%	88%
NO	0	3	0%	12%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 3
QUE ES LO QUE TE GUSTA DE UNA PAGINA WEB?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
CREATIVIDAD	16	13	64%	52%
INFORMACION	3	1	12%	4%
DINAMISMO	6	11	24%	44%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 4
TE GUSTARIA UNA PAGINA WEB INTERACTIVA?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	24	19	96%	76%
NO	1	6	4%	24%
TOTAL	25	25	1	1

PREGUNTA 5
CONOCES ALGUNA UNIVERSIDAD CON UNA PAGINA INTERACTIVA?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	1	0	4%	0%
NO	24	25	96%	100%
TOTAL	25	25	1	1

TABULACIÓN TOTAL

Encuestas Totales

150

SEXO

M	F
---	---

75	75
----	----

PREGUNTA 1
CON QUE FRECUENCIA UTILIZA EL INTERNET?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
UNA VEZ A LA SEMANA	6	3	8%	4%
UNA VEZ AL MES	2	2	3%	3%
DE REPENTE	11	4	15%	5%
SIEMPRE	56	66	75%	88%
TOTAL	75	75	1	1

PREGUNTA 2
TE GUSTA BUSCAR INFORMACION EN INTERNET?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	65	68	87%	91%
NO	10	7	13%	9%
TOTAL	75	75	1	1

PREGUNTA 3
QUE ES LO QUE TE GUSTA DE UNA PAGINA WEB?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
CREATIVIDAD	53	48	71%	64%
INFORMACION	10	9	13%	12%
DINAMISMO	12	18	16%	24%
TOTAL	75	75	1	1

PREGUNTA 4
TE GUSTARIA UNA PAGINA WEB INTERACTIVA?

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	65	65	87%	87%
NO	10	10	13%	13%
TOTAL	75	75	1	1

PREGUNTA 5

RESPUESTA	ABSOLUTO		PORCENTUAL	
	M	F	M	F
SI	4	3	5%	4%

CONOCES ALGUNA UNIVERSIDAD CON UNA PAGINA INTERACT | NO | 71 | 72 | 95% | 96%