

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte- División Multidisciplinaria CU

Departamento de Diseño

Licenciatura en Publicidad



“Campaña digital del Colegio Kawabata”

Ruth Verónica Barreto Merino

Proyecto de investigación para obtener el grado en Licenciatura en Publicidad

A 10 de Mayo del 2016 en Ciudad Juárez, Chih.

AGRADECIMIENTOS

“Agradezco a mi mamá que es mi más grande motivación y me apoyo durante toda la carrera para continuar con mis estudios, gracias a su ejemplo seremos las primeras licenciadas de la familia, TE AMO MAMI”

“Gracias a mi esposo por toda la paciencia y que a pesar de que el camino no fue nada fácil siempre estuvo ahí para ayudarme y lo hicimos suceder. TE AMO”

INTRODUCCIÓN

El presente documento se realizó con el objetivo de obtener el grado de licenciatura en Publicidad en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez en donde se llevó a cabo la investigación para desarrollar una campaña digital para la empresa Colegio Kawabata.

En este documento se muestran las diferentes técnicas que se realizaron y toda la información que se recopiló para crear una estrategia en donde la empresa podrá potencializar sus plataformas digitales adaptándolas a su nueva identidad corporativa. La campaña publicitaria tuvo una duración de aproximadamente dos meses en donde inició el 22 de febrero al 22 de abril del 2016, teniendo un periodo inactivo debido a la vacaciones de semana santa (del 21 de Marzo al 4 de abril).

Los objetivos de campaña son presentados en diferentes apartados en donde se realizó una investigación a una muestra representativa de los padres de familia para poder conocer en qué posición está el público objetivo, y de esta manera poder analizar los resultados que la campaña digital obtenga.

En conclusión existen muchos aspectos que pueden hacer que la campaña no se vaya exponiendo como se planea, sin embargo a pesar de los cambios no deben afectar los objetivos tanto de comunicación como personales.

ÍNDICE

Empresa	1
I. Análisis de la situación	1
Macroentorno.....	5
Microentorno	6
II. Análisis del servicio	7
III. Análisis del consumidor.....	9
Análisis del mercado	12
I. Competencia directa e indirecta	12
Competencia directa.....	12
Competencia Indirecta.....	14
II. Tendencias en el mercado	15
III. FODA	17
Fortalezas	18
Oportunidades	18
Debilidades	18
Amenazas.....	18
Marketing	18
I. Objetivos de marketing.....	18
II. Plan de mercadotecnia.....	19
Producto	20
Precio.....	20
Promoción.....	21
Plaza.....	22
Creatividad.....	22
I. Objetivos comunicacionales	22
II. Estrategia de comunicación.....	23
III. Estrategia creativa.....	24
IV. Tipo de campaña	25
V. Enfoque.....	25

VI. Respuesta esperada	25
VII. Promesa básica	26
Medios	26
I. Plan de medios.....	26
Facebook	26
Grupo privado en Facebook.	27
Sitio web	27
Mailing	28
II. Grupo objetivo	28
III. Cobertura	28
Facebook	29
Grupo privado	33
Sitio web	35
Impacto social	36
Presupuesto.....	37
Métricas.....	38
Presentación y desarrollo de campaña.....	40
Resultados	47
Conclusión.....	61
Anexos	63
Bibliografía.....	99

Empresa

I. Análisis de la situación

En sus inicios estaban ubicados en la calle Zacatecas en la colonia Satélite, estas instalaciones eran rentadas y pequeñas. El Colegio se vio en la necesidad de buscar un nuevo espacio que cumpliera con el incremento del alumnado, y donde pudieran desarrollar las diferentes actividades que realizan durante las horas de clase. Actualmente están ubicados en la calle Nardos #1792 en la colonia Salvarcar, en dichas instalaciones están próximos a cumplir cinco años en octubre del presente año y han ido cubriendo con las necesidades de los alumnos, padres de familia, personal docente y administrativo.

El nivel académico se ha ido desarrollando positivamente con la participación de los alumnos en los diferentes concursos convocados por la SEP (Secretaría de Educación Pública), ganando primeros lugares y compitiendo a nivel estatal en las Olimpiadas Nacionales de Conocimiento. El programa de valores ha sido fundamental para la enseñanza porque forma parte del objetivo de la empresa, que es crear seres humanos comprometidos con la sociedad.

El Colegio se ha distinguido desde sus inicios por ser totalmente bilingüe, en el año 2015 recibieron el reconocimiento de educación bilingüe y por el examen TOEFL¹, este diploma fue entregado por la Embajada de Estados Unidos

¹ TOEFL (Test of English as a Foreign Language) es un examen en competencias en inglés, en donde la calificación que obtengas en él, se usa como requisito para obtener grados académicos, realizar intercambios al extranjero, e incluso obtener visas para visitar algunos de los países más importantes.

a colegios de todo el país. Anualmente desarrollan concurso de *spelling*, *writing* y *reading* para potencializar el idioma de los alumnos.

La consolidación de la estructura administrativa-docente ha sido pieza fundamental para la estabilidad del Colegio porque ha habido un aumento favorable tanto económico como educativo.

Según las etapas del ciclo de vida del producto que describe Miguel Ángel Sastre Castillo (2009), el Colegio se encuentra en la etapa de madurez en el ciclo de vida de las empresas porque mantiene una rentabilidad y es consolidada.

“Curso que siguen las ventas y los beneficios de un producto a lo largo de su vida y que incluye cinco fases distintivas: desarrollo del producto, introducción, crecimiento, madurez y declive. La etapa de introducción es en la que el nuevo producto se distribuye inicialmente y puede comprarse; la etapa de crecimiento es la que las ventas del producto comienzan a aumentar rápidamente; la etapa de madurez supone que el crecimiento de las ventas se reduce; y la etapa de declive muestra como las ventas del producto comienzan a bajar.” (p.42)

Según Sastre Castillo menciona que en la etapa de madurez las ventas se reducen, sin embargo en esta empresa sus ventas se han detenido por las circunstancias de su infraestructura porque no se ha concluido el plan arquitectónico que se tenía estipulado al momento de cambiar de ubicación.

La empresa siempre se ha preocupado por reflejar excelencia académica a través de los alumnos y empatía con los padres de familia. En cuanto a la imagen institucional no se había ocupado de transmitir una identidad que vaya de acorde a los aspectos académicos (véase Anexo 1) de acuerdo con el concepto de

identidad corporativa que define Grown Back (2010) como una comunicación mercadológica eficiente en donde la imagen corporativa está bien estructurada y ésta representa todos los aspectos de la empresa, así como la posición y calidad de esta.

La identidad corporativa debe transmitir los valores fundamentales del Colegio, así como la misión y visión de la empresa, los cuales se describen a continuación.

En los inicios del Colegio la forma de darse a conocer fue repartir volantes en los diferentes fraccionamientos cercanos a las instalaciones, al pasar el tiempo su mejor publicidad fue la de “boca en boca”, a través de recomendaciones y gracias a la difusión de los reconocimientos obtenidos en los concursos académicos fue como algunos padres de familia eligieron al Colegio Kawabata.

Al momento de cambiar de instalaciones el Colegio decidió no publicitarse más debido a los gastos económicos que representaba, a excepción de continuar con la repartición de volantes en zonas cercanas y en fechas importantes para ellos como las preinscripciones en el mes de febrero y los periodos vacacionales sobretodo en julio, julio y agosto.

El colegio se ha enfocado más en la imagen interna como en la externa, y debido a la inversión publicitaria innecesaria o no efectiva han visto este aspecto como un gasto.

Misión

Impartir educación bilingüe de calidad, estimulando en nuestros alumnos el desarrollo de inteligencias múltiples, tomando como base fundamental la vivencia de valores y la excelencia para formar ciudadanos honorables, comprometidos consigo mismos y con su comunidad.

Visión

Ser reconocidos como el Colegio de mayor impacto en la sociedad a través de la excelencia académica, la sensibilización y la práctica de valores.

Filosofía

El Colegio Kawabata es una institución que lleva más de 10 años brindando un servicio que está comprometido en individualizarse y en enfocarse en cada niño. Los niños son el futuro del país, por eso se complementa el aprender cosas nuevas cada día e implementar los valores para ser practicados en cada circunstancia. Cada alumno del Colegio Kawabata aprende, siente, piensa, critica y vive diferente, por tal motivo cada maestro debe estar atento a las diferentes áreas de oportunidad, de necesidades y de las áreas que puede potencializar cada niño.

Existen diferentes variables ajenas a la empresa que pueden afectar de manera directa a la empresa y no se puede tener control sobre ellas. Estas se dividen en dos grupos:

Macroentorno

Bajo el concepto de Fischer y Espejo (2011) se desglosarán los factores que afectan a la mercadotecnia, en este grupo se explican los factores macroambientales, que consisten en las influencias económicas, políticas y legales, sociales y culturales sobre la empresa.

El Colegio Kawabata ha tenido que irse adaptando a los cambios que se han presentado tanto internos como sociales. Una de las circunstancias que representó mayor dificultad fueron los ajustes económicos, como la homologación del IVA y la fluctuación en el tipo de cambio del dólar, creando un desajuste tanto para el Colegio, como para los padres de familia. Este declive económico tuvo como consecuencia que se pospusiera la renovación de su imagen corporativa.

Los problemas sociales que se desarrollan en diferentes momentos son factores que afectan la planeación de la enseñanza, estos deben mostrar siempre la responsabilidad social para determinar lo que requiere la sociedad y después diagnosticar cuáles serán los efectos de sus decisiones.

Los padres de familia a pesar de la inestabilidad económica estarán dispuestos a ofrecerles a sus hijos una educación privada aunque esto implique la inversión de más horas laborales o realizar algunos otros ajustes para continuar con el pago la colegiatura y gastos que implica este tipo de institución (libros, materiales, seguro escolar, etcétera).

El Colegio se preocupa por educar humanos que hagan consciencia de la sociedad en la que actualmente se desenvuelven, asimismo se les enseña sobre

el cuidado ecológico, por lo tanto se implementa una nueva cultura a través de diversas actividades que se desarrollan dentro de las instalaciones, como plantar árboles y darle continuidad a su cuidado.

Microentorno

En este rubro se contemplan los elementos que tienen un vínculo más estrecho con la empresa como lo son proveedores, intermediarios y consumidores, y de igual manera pueden influir en las toma de decisiones de la empresa.

Los proveedores juegan un papel fundamental debido a que puedan lograr la variación económica del Colegio en consecuencia con el incremento de precios, aquí pueden llegar a ahorrar el pago de algunos productos o tener que ajustar su presupuesto.

Para el caso de los intermediarios, que son todas aquellas empresas que proporcionan artículos y servicios a la empresa, como los sistemas implementados para tener un mayor control de los pagos de colegiaturas, servicio de estancia, talleres o deportes.

Y por último los consumidores del Colegio tienen contacto diario con Internet, y en la época en la que viven suelen tener una inestabilidad sobre las marcas.

II. Análisis del servicio

El Colegio Kawabata ofrece un servicio totalmente bilingüe y ha creado un nuevo programa escolar llamado “Rote: El aprendizaje para la memoria, la experiencia y la repetición activa” que consiste en utilizar diferentes plataformas tecnológicas para que el aprendizaje de los estudiantes resulte más interactiva y productiva, este modelo educativo se divide en diferentes procedimientos de aprendizajes.

El primero es llamado inglés activo que consiste en la activación verbal de vocabulario a través de los movimientos. El segundo es llamando aprendizaje de memoria en donde los alumnos memorizarán a través de la repetición de una manera dinámica y activa. Y por último, está el aprendizaje por experiencia el cual consiste en crear una enseñanza interactiva a través de *softwares* y juegos.

El programa de idiomas del Colegio en el área de secundaria ofrece una educación integral. Este sistema es basado en la investigación, pensamiento crítico y el proceso creativo desarrollando una gama de habilidades de comunicación efectiva, creando estudiantes con la capacidad de analizar la información para poder debatir u opinar sobre diferentes situaciones que acontecen en el mundo. Asimismo el método de enseñanza a través del debate es considerado por el Colegio como la habilidad que representa el más alto nivel de complejidad del lenguaje.

Ellos buscan un nivel elevado de conocimiento en este lenguaje para que los alumnos desde preescolar hasta secundaria puedan evolucionar y aumentar su competencia bilingüe a lo largo de su vida. Cuidan el inglés en todas sus

ramas como lo son: leer, hablar, escuchar, y la gramática, con este método cada alumno deberá dominar éste idioma.

El modelo educativo es utilizado por medio del desarrollo de inteligencias múltiples; esto quiere decir, que cada niño cuenta con diferentes habilidades y que cada una de ellas se van desarrollando de forma única bajo un sistema de comunicación propia, con el objetivo de potencializar su aprendizaje.

Maureen Priestley (2009) describe los niveles de procesamiento de la información,

“La cual tiene una primera fase literal, que trata de secuenciar (ordenar), recordar, identificar detalles, emparejar, nombrar-identificar, discriminar, observar y percibir. La segunda corresponde a la etapa inferencial que se refiere a resolver problemas, generalizar, resumir-sintetizar, analizar, predecir-estimar, indicar, causa-efecto, describir-explicar, categorizar-contrastar e inferir, y por último, la etapa crítica, en donde se lleva acabo todo lo aprendido como, la meta cognición, evaluación y juzgar-criticar.” (p. 53)

La educación ha resultado satisfactoria para los padres de familia por la forma en que han aprendido sus hijos, a través de ver, hacer y escuchar, con esto desarrolla la curiosidad que conlleva a la investigación, complementando con habilidades cognitivas, comunicativas y desarrollo del pensamiento crítico.

El Colegio Kawabata se distingue por crear el valor del trabajo colaborativo en el cual se desarrolla la interacción y la construcción colectiva de conocimientos, invitando a docentes y estudiantes a caminar juntos sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El modelo educativo en las diferentes materias siempre se complementa con el programa de valores, ya que este es un propósito fundamental en las características distinguibles de la empresa, con este modelo se busca explotar las áreas positivas y de oportunidad de cada niño en las diferentes etapas por la que vive durante su educación básica.

Para concluir, se ha creado la necesidad de educar seres conscientes y preocupados por la economía para una mejor calidad de vida, esta es llamada desarrollo de habilidades financieras que consiste en puntos Kawabata, el cual son “billetes” que a través de su esfuerzo por conseguirlos fomentan el “ahorro” para aprender a tomar decisiones en el aspecto económico.

III. Análisis del consumidor

Los consumidores suelen utilizar un proceso para elegir la escuela que va a brindar diferentes aprendizajes recolectando información acerca de las alternativas, procesa la información para después determinar que alternativa complementa sus necesidades económicas y emocionales.

Son identificados los comportamientos que tienen los padres de familia que adquieren los servicios educativos para sus hijos según el concepto de Lamb (2006).

“Al comprar productos, en particular artículos nuevos o costos, por lo general los consumidores siguen el proceso de toma de decisiones del consumidor: 1) reconocimiento de la necesidad, 2) búsqueda de información, 3) evaluación de las alternativas, 4) compra y 5) comportamiento posterior a la compra. Estos cinco pasos

representan un proceso general que puede utilizar como guía para estudiar la forma en la que los consumidores toman las decisiones.” (p. 191)

El público real del Colegio son los padres de familia con hijos con edades entre tres y catorce años de edad, los cuales conocen el sistema de enseñanza y el modelo educativo. Estos buscan calidad, excelencia en los servicios y alto nivel académico, siendo un mercado que buscará un centro educativo en donde cuiden a sus hijos de la mejor manera, y donde se tenga un nivel de primera en todos los aspectos.

Según la base de datos del Colegio, más del 70% los padres trabajan de tiempo completo y de esta manera ambos son aportadores económicos a los gastos que presentan en diferentes áreas de sus vidas.

El deseo de brindarles a sus hijos una mejor calidad de vida ha llegado a la necesidad de solicitar los servicios de estancia en donde un casi 20% de los alumnos suelen permanecer en las instalaciones después de su horario de clases. Con el éxito académico que ha ganado la institución los padres de familia han logrado la satisfacción de saber que sus hijos reciben educación de calidad y sobretodo que los ha hecho ser mejores seres humanos por el modelo educativo.

Laura Fischer (2011) menciona algunos factores que influyen en el estilo de vida de los consumidores como la cultura, aspectos demográficos, sociales,

entre otros, y en conjunto con la AMAI² se concluye que los padres de familia se ubican en nivel socioeconómico C³ y C+⁴.

Estos tienen características que empatan y son relativamente homogéneos dentro de una sociedad en la que estos comparten un estilo de vida y conductas similares.

Sus viviendas suelen estar cerca de las instalaciones del Colegio, pertenecientes a fraccionamiento privados; estos hogares suelen tener de dos a tres habitaciones, dos baños completos, patio, sala, estancia, comedor, cocina y tanto el padre y la madre cuentan con automóvil propio y en un muestreo seleccionado en donde se les aplicó una encuesta (véase en Anexo 3) se concluyó que el 84% de los padres de familia cuentan con vivienda propia.

El comportamiento de compra en el nivel socioeconómico C suele estar mejor definido porque compran productos conocidos, su lealtad hacia las marcas es débil, suelen comprar productos en promoción y algunas compras son realizadas en tiendas departamentales.

² Asociación Mexicana de Agencias de Investigación: La AMAI es la única asociación profesional en Latinoamérica enfocada al sector de inteligencia aplicada a negocios y asuntos sociales. Fundada en 1992, la AMAI surgió originalmente para ser el centro institucional de la comunidad mexicana de investigación de mercados, opinión y comunicación.

³ Este segmento se caracteriza por haber alcanzado un nivel de vida práctica y con ciertas comodidades. Cuenta con una infraestructura básica de entretenimiento y tecnología. Actualmente representa el 10.7% de los hogares totales del país y el 15.5% de los hogares en localidades mayores de 100 mil habitantes del país. Más información en <http://www.nse.amai.org/nseamai2/>

⁴ Es el segundo grupo con el más alto nivel de vida del país. Al igual que el segmento anterior, sin embargo tiene ciertas limitantes para invertir y ahorrar para el futuro. Actualmente representa el 9.3% de los hogares del país y el 14.% de los hogares ubicados en localidades mayores de 100 mil habitantes del país. Más información en <http://www.nse.amai.org/nseamai2/>

Asimismo el público objetivo suele tener una conexión más estrecha con la tecnología, y su vida gira alrededor de esta por eso el Colegio se comunica a través de medios digitales para facilitarles a los padres de familia toda la información que para ellos es necesaria y relevante.

El Colegio busca reafirmar la presencia en el mercado C y C+ creando una identificación total de la imagen corporativa de esta empresa, como lo es el logotipo, escudo, slogan y posteriormente ser reconocidos por la calidad en los servicios de educación.

Análisis del mercado

Según las estadísticas realizadas por el Sistema de Información de tendencias Educativas en América Latina en el 2006 México ha incrementado su educación privada a un 17.6% en el área de preescolar, 9.6% en primaria y 14.2% en secundaria con estos números se puede resaltar el crecimiento de educación privada que se va desarrollando en el país.

I. Competencia directa e indirecta

Competencia directa

- Colegio Alejandro Magno

Este Colegio es una institución que cuenta con dos campus, el primero esta ubicado en el sur oriente de la ciudad, este tiene un nivel académico que va desde preescolar hasta preparatoria. El segundo campus se encuentra en la zona

de sendero, este cuenta únicamente con preescolar y primaria, y es el más cercano al Colegio Kawabata.

La inscripción de alumnos se vio reflejada de forma negativa en el Colegio debido a la cercanía y promociones que el Colegio Alejandro Magno proporcionó por inauguración. Este Colegio ha sido consolidado desde 1993 y ha logrado distinguirse por la calidad educativa e instalaciones de primer nivel que ha ofrecido.

A pesar de la gran calidad educativa este Colegio no cuenta con un sitio web de que vaya acorde a su imagen (véase Anexo 2), la actualización de la página no es constante en cuanto a información o avisos, dentro del sitio web existe un botón llamado Redes Sociales en donde podrán encontrar links de diferentes *twits* publicados en Twitter. Respecto a Facebook tiene insertada la fan page donde pueden ver el contenido publicado, pero no está actualizada, y en esta misma red social no le dan seguimiento a los mensajes en donde se pide información sobre la institución. La imagen corporativa no está homologada en sus diferentes plataformas digitales..

- Colegio Santa Fe

Fue fundado el 26 de Octubre del 2002 contando con preescolar, primaria y secundaria, ubicado en la calle Valle del Sol #1766. Esta institución no ha logrado consolidarse con los años viéndose en la necesidad de traspasar la institución por falta de recursos económicos pero, aún con estos problemas han continuado brindando servicios educativos.

El Colegio Santa Fe no cuenta con una plataforma web homologada con su imagen careciendo de funcionalidad e información. En su red social Facebook han tenido publicaciones constantes sobre temas que pueden ser de interés para los padres de familia. Una de las desventajas que tienen en esta red social es que no tiene la opción de enviarles mensajes privados ya sea para pedir información o cualquier otro asunto. (Véase en Anexo 1)

- Centro Educativo Montesquieu

Es una institución dedicada a otorgar educación únicamente al área de preescolar con un sistema totalmente bilingüe, y a partir de segundo de preescolar implementan el idioma francés. El Centro Educativo Montesquieu está ubicado en la calle Paseo Tres Cantos #911 en el corredor Valle del Sol.

Este Centro Educativo no cuenta con un sitio web, su información la manejan únicamente a través de Facebook, en esta red social publican artículos que pueden ayudar a los padres de familia a reforzar la educación de sus hijos o los diferentes aprendizajes inculcados en esta escuela. Asimismo la información proporcionada en esta red social no es correcta debido a que el número telefónico que aparece en la fan page es incorrecto. (véase Anexo 1).

Competencia Indirecta

La competencia indirecta es dividida en dos grupos, el primero son todos aquellos institutos o colegios que oferten educación privada en los diferentes

niveles educativos básicos sin importar el costo o su público objetivo y su zona de ubicación.

El segundo grupo son todas las escuelas públicas cercanas a las instalaciones del Colegio Kawabata porque en diferentes situaciones los padres de familia han tenido que prescindir de los servicios de esta institución a consecuencia de la fluctuación económica.

II. Tendencias en el mercado

La consultora de tendencias del consumidor Daphne Kasriel-Alexander (2015) en Euromonitor International dice que los consumidores se han preparado para poder pagar por productos que simplifiquen su vida debido a los cambios sociales y económicos que se han ido presentando, por eso suelen vivir de manera más ocupada y rápida.

Determina Kasriel-Alexander (2015) que una de las tendencias es la importancia de la privacidad en donde las personas estarán más atentos a la protección de sus datos. Debido a esto el Colegio se ha preocupado por mantener la privacidad de la información que se expone a través de sus plataformas digitales (sitio web y Facebook).

La sociedad ha estado en constantes cambios tecnológicos durante los últimos años, según el onceavo estudio de internet realizado por la AMIPCI⁵

⁵ Asociación Mexicana de Internet, Más información en https://amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNAUTA_MEXICANO_2015.pdf

(Asociación Mexicana de Internet), la población mexicana ha superado el 50% de los usuarios de internet.

Asimismo este estudio dice que el nivel socioeconómico C cuenta con un 46% del perfil internauta y el nivel C+ cuenta con el 31%, de esta manera se puede entender que los consumidores actuales del Colegio están en constante uso de internet.

Y por último de acuerdo con un artículo expuesto en la revista digital Forbes es el país con mayor porcentaje de nativos digitales o *Millenials*⁶ con edades entre 20 a 35 años, esto quiere decir que la forma de comunicarse está evolucionando rápidamente, por lo que esta empresa debe adaptarse a estos cambios y facilitarle al público objetivo toda la información a través de sus medios más usuales.

Con esta información se confirma que el mundo de los consumidores estará en lo virtual y en el área real, ya que lo virtual es un factor importante en donde puede decidirse la compra. Estas plataformas virtuales serán las transmisoras de información tanto positiva como negativa basada esta información en Marian Salzman e Ira Matathia (2000) quienes señalan las cuatro tendencias más importantes serán la conectividad en el mundo global, la migración total hacia lo virtual, una sociedad cambiante y la homogeneización o estandarización tecnológica que resulta en la exigencia de productos multifuncionales y personalizados).

⁶ La generación Millenial define a los nacidos entre 1981 y 1995, jóvenes entre 20 y 35 años que se hicieron adultos con el cambio de milenio (en plena prosperidad económica de la crisis). <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

Una de las mayores tendencias que han tenido los padres de familia es la tecnología aplicada a la educación, difusión y construcción del conocimiento por parte de un consumidor que es cambiante. Estos tendrán nuevos paradigmas que romperán con las ideas tradicionales.

La tendencia más grande que han tenido desde los alumnos de secundaria hasta los padres ha sido el uso de la tecnología para cualquier situación, por lo tanto es necesario brindarles a los padres de familia una plataforma virtual en la que puedan estar en constante contacto para adquirir cualquier tipo de información.

III. FODA

Es una de las herramientas más utilizadas por los mercadólogos para familiarizarse con la situación externa de la empresa además de ayudarlos a canalizar lo que está correctamente y las cosas a las que les hace falta mejoras según Kotler y Armstrong (2008).

Fortalezas	Oportunidades
Ha estado más de 10 años en el mercado. Personal educativo y administrativo especializado en cada área. Tiene un crecimiento de plantel educativo. Costos accesibles a diferencia de la competencia directa. Valiosos premios académicos. Estructura y modelo educativo definido (misión, visión, valores, objetivos y filosofía). Nombre único a nivel nacional. Programa de valores. Servicio de estancia completo	Implementación de tecnología. Homologación de imagen corporativa. Implementación del idioma inglés en todos los ámbitos digitales.
Debilidades	Amenazas
Falta de seguimiento de organigrama. Deficiencia en material educativo. Estacionamiento en condiciones vulnerables. Escases de recursos financieros para publicidad. Gasto en publicidad innecesario. Imagen corporativa deficiente. Falta de organización en el área de estancia. Área de estancia es deficiente.	Cambio en la economía del país. Niveles sociales no definidos. Identificación de Colegios del mismo giro. Imagen corporativa estable de la competencia. Implementación del idioma inglés en escuelas públicas.

Marketing

I. Objetivos de marketing

Laura Fischer y Jorge Espejo (2011) determinan que la planeación de la mercadotecnia se forma por diferentes fases, iniciando con el análisis de la

situación, pronóstico de la mercadotecnia, fijación de objetivos, selección de estrategias y tácticas y evaluación de resultado.

En esta parte definen a los objetivos de marketing como:

“El objetivo de la mercadotecnia es la determinación de lo que se desea alcanzar mediante las actividades mercadológicas. La determinación de los objetivos debe hacerse por escrito a fin de que se pueda comprobar con exactitud su grado de cumplimiento. Los objetivos deben expresarse en forma clara y sencilla para que todo el personal de mercadotecnia lo pueda comprender fácilmente.” (p. 36)

A finales del 2015 el Colegio decidió rediseñar su imagen corporativa debido a la etapa de vida de la empresa mencionada en el análisis de la situación, con estos cambios se definen los objetivos de marketing que se enlistan a continuación:

- Retener a los padres de familia.
- Homologar la identidad en las plataformas virtuales.
- Incrementar el alumnado preinscrito para el nuevo ciclo escolar.
- Familiarizar a los padres de familia con el uso del sitio web y vinculación con Facebook.
- Posicionar al Colegio en la zona de ubicación (Valle del Sol).

II. Plan de mercadotecnia

En este punto se desarrollará la mezcla de promoción basado en el concepto de Lamb, Hair y McDaniel (2011). El plan de mercadotecnia es la mezcla de

producto, plaza, promoción y precio, en donde producen satisfacción con los intercambios en los segmentos de mercados.

Producto

Es un servicio de educación integral para niños de pre-escolar, primaria y secundaria, este integra la educación académica con el aspecto formativo en el proceso de desarrollo del niño. Se promueve el aprendizaje integral, considerando su contexto social, la forma individual de aprender, sus gustos e intereses.

El Colegio complementa la educación desarrollando habilidades de los estudiantes en el idioma inglés como segunda lengua, basándose en las competencias, guías, técnicas y actividades usadas para su desarrollo, con esto se termina de complementar la educación a través del desarrollo de inteligencias múltiples.

Precio

Inscripción	\$1,700
Material	\$1,890
Seguro escolar	\$380
Pago inicial	\$3,970

Colegiatura mensual (12 pagos)	
Pre-escolar	\$1,950
Primaria	\$2,110
Secundaria	\$2,340
Pagos mensuales (dobles en Diciembre y Marzo en todos los niveles).	

Promoción

El Colegio se preocupa por la economía de los padres de familia en donde brinda promociones y/o descuentos a todos aquellos que tengan más de un hijo.

Opciones de pago

1. Colegiatura mensual (10 pagos)	
Pre-escolar	\$2,328
Primaria	\$2,532
Secundaria	\$2,808

1. Pago anual anticipado (12 pagos). *Descuento de 1 mensualidad	
Pre-escolar	\$21,340
Primaria	\$23,210
Secundaria	\$25,740

Descuento por 2 hermanos: 10% cada uno		Pago 10 mensualidades
Pre-escolar	\$1,746	\$2,095
Primaria	\$1,899	\$2,279
Secundaria	\$2,106	\$2,527

Descuento por 3 o más hermanos: 14% cada uno		Pago 10 mensualidades
Pre-escolar	\$1,668	\$2,002
Primaria	\$1,815	\$2,177
Secundaria	\$2,012	\$2,424

Plaza

El Colegio está ubicado en la calle Nardos #1792 en la colonia Salvarcar siendo este su único plantel.

Los padres de familia actuales o futuros no cuentan con otro lugar en donde puedan conocer la información del Colegio de forma directa, únicamente podrán encontrar la información en el sitio web a cualquier hora o en la institución de lunes a viernes a partir de las ocho de la mañana hasta las siete de la tarde.

Creatividad

I. Objetivos comunicacionales

Para establecer los objetivos se trabajo en base a los objetivos de mercadotecnia y el concepto de Clow y Baack (2010) en donde mencionan que los objetivos de comunicación ayudarán al equipo creativo a crear la identidad del mensaje.

- Comunicar la nueva imagen corporativa del Colegio Kawabata.
- Homologar la imagen en las plataformas digitales: sitio web y Facebook.

Los objetivos son enfocados a la respuesta del receptor, en donde los receptores definen el impacto que el mensaje tendrá sobre la audiencia meta. Ese impacto es el que se mide para determinar si le cumplieron o no los objetivos y que eficacia tuvo, es importante resaltar esto porque se utilizará el criterio para evaluar la comunicación en la respuesta del público objetivo que será expuesto en el apartado de métricas y en resultados.

II. Estrategia de comunicación

Basado en el modelo de jerarquía de respuesta del cliente llamado modelo AIDA⁷ expuesto por Clow y Baack (2010) se busca tener una estrategia para impactar la nueva forma de comunicación del Colegio hacia los padres de familia y otorgarles la facilidad de estar en contacto con ellos para beneficio personal y de sus hijos.

El público meta se encuentra en una etapa de agrado en donde tienen un pensamiento positivo sobre el servicio, de esta manera se busca llevar a cabo las siguientes etapas, el de preferencia en donde se debe mantener así durante todo el año para que los factores externos no afecten la decisión de continuar con el servicio educativo, después llevarlo a la convicción en donde se convierte en el deseo de continuar brindándole una educación de excelencia a sus hijos, y debido a este proceso logrará la retención y fidelización de los padres actuales.

La comunicación consistió en la transmisión de información de una manera que pueda cumplir con la primer etapa del modelo de jerarquía de respuesta que es, cognitiva, en donde se pretende cumplir con las fases que debería realizar un vendedor, pero de forma digital. En esta primera fase se debe captar la atención del cliente al momento de informar sobre la nueva plataforma y después continuar despertando el interés de los padres de familia por el Colegio, esta etapa es llamada, afectiva, por último se termina realizando la compra o adquiriendo el producto, etapa llamada, conativa. Al aprovechar todas las

⁷ Representa las etapas por las que el representante de ventas debe llevar al cliente en el proceso de venta personal. Según este modelo, el comprador pasa sucesivamente por la atención, interés, deseo y acción.

deficiencias que tiene la competencia el Colegio puede potencializar sus medios más básicos para crear otra ventaja competitiva.

III. Estrategia creativa

De acuerdo con García-Uceda (2011) la estrategia creativa es la que busca transformar los objetivos de comunicación en contenido visual para que el público objetivo responda a la campaña de manera esperada.

Analizando a la competencia se mantendrá una activa comunicación en Facebook en donde habrá un plan de publicaciones que contendrá elementos informativos para lograr la diferenciación frente a la competencia. Los textos de las publicaciones deberán despertar el interés de los padres de familia. Las publicaciones en esta red social estarán ligadas al sitio web para demostrar la sincronía de comunicación desde la empresa hasta lo digital.

En el sitio web se mantendrá la información objetiva de la empresa para las personas que conocerán en qué consiste el Colegio por primera vez en esta plataforma, asimismo se estará actualizando la circular del mes y la información que es relevante para los padres de familia según las encuestas realizadas en un muestreo (véase en Anexo 3).

Es momento de reactivar y de tener un contacto más completo con los padres de familia, los cuales viven en una sociedad que conlleva bastantes cambios tecnológicos.

IV. Tipo de campaña

El tipo de campaña es de sostenimiento debido a que la empresa se mantiene con los resultados esperados; su posicionamiento es estable y los cambios que van surgiendo debido a la competencia, en donde el posicionamiento es favorable, manejándose en eventos especiales para obtener mejoras en cualquier sentido, de acuerdo con Guzmán (2003).

V. Enfoque

En el año 2005 Berlch, G. & Belch, M. describieron los tipos de mensajes publicitarios en donde se eligió el tono comunicacional informativo debido a que la información será presentada de manera directa y se les avisa sobre lo nuevo que está realizando la institución.

VI. Respuesta esperada

Debido a que esta es la primera campaña en medios digitales para el Colegio Kawabata se espera que los padres de familia actuales se informen del cambio tecnológico que está teniendo y que puede estar en contacto con todas las actividades académicas de sus hijos de una forma más sencilla la cual está a su alcance.

VII. Promesa básica

La promesa básica que la empresa tiene hacia los padres de familia es la excelencia, desde modales, manejo de emociones, valores, deportivas y académicas, por esta razón se perfeccionara toda la imagen corporativa.

Medios

I. Plan de medios

Alet (2011) describe el plan de medios como:

“...los que recogen la parte del plan de marketing que explica como la empresa dirige sus mensajes del mercado a través de los distintos sistemas de medios y sus vehículos en concreto. Normalmente el plan de medios contiene los siguientes elementos: objetivos, audiencia, medio, timing, test y costes.” (p.192)

Facebook

Basados en las estadísticas que se realizaron a un grupo de padres de familia se obtuvo que la mayoría cuentan con esta red y estaban pendiente de la nueva información proporcionada por el Colegio. (véase en Anexo 1)

Por ende, el Colegio podrá estar en la mente de los padres de familia debido a la información expuesta según las necesidades de los diferentes niveles académicos, con las ventajas que esta red social posee se podrá estar en mayor interacción creando diálogos, comentando experiencias, permitiendo abrir un canal de comunicación más estrecho entre la empresa y el público.

Grupo privado en Facebook.

El Colegio Kawabata creó un grupo privado en donde los miembros son los padres de familia, y se realizan publicaciones de manera más específica y exponen fotografías, nombres de alumnos, maestras o padres de familia de forma segura. En este grupo se le da seguimiento a todo lo publicado en el sitio web y se informa de manera más abierta, con datos más específicos. De esta manera será una estrategia para cumplir los objetivos de informar sobre la nueva plataforma a nuestro público específico.

Sitio web

Los continuos avances tecnológicos han permitido el desarrollo de los sitios web, los cuales tienen una relación positiva con el incremento de ventas, productividad y valor en el mercado de las empresas.

El Colegio debe estar a la par en cuanto a imagen, siendo una institución que se preocupa por la enseñanza debe tener una homologación de imagen y este sitio permitirá comunicar la calidad y excelencia que se brinda. Además de sus ventajas de comunicación masiva para la atracción de futuros clientes.

El prestigio y calidad de la empresa se ve reflejado en este medio, persuadiendo a los padres no únicamente a crear una necesidad si no una preferencia por la empresa con un sitio web de primer nivel y ampliando su ventaja competitiva, ya que los colegios o institutos mencionados en la competencia no cuentan con una plataforma digital que vaya acorde a su imagen..

Mailing

Esta herramienta servirá para informarle de manera personal a los padres de familia la existencia de la nueva plataforma digital y beneficios de ella, trabajándose con la base de datos del Colegio.

II. Grupo objetivo

Basado en nuestro objetivo de marketing sobre la retención de clientes, esta campaña quiere mantener a los padres de familia que han obtenido el servicio educativo del Colegio hace aproximadamente tres años hasta el ciclo actual (2015-2016) porque son los que perciben más los cambios que la institución va adquiriendo, por lo que son más susceptibles a cambiar de opinión fácilmente sobre el servicio o sistema, y los padres que ya ha contado con el servicio por más tiempo suelen tener mayor paciencia a los cambios.

Estos padres de familia tienen una edad entre los 25 y 40 años, teniendo un nivel de educación entre licenciatura y maestría (Vease en Anexo 3), los cuales se preocupan por brindarles una mejor calidad de vida a sus hijos y suelen prestar más atención a aspectos positivos y negativos de la institución.

III. Cobertura

Debido a que se está iniciando con comunicación de la nueva imagen corporativa digital, se iniciará con una cobertura local, esto quiere decir que se tendrá una cobertura en las personas que pueden acceder a Internet en la ciudad. Asimismo se debe cubrir específicamente a los fraccionamientos que están en los

alrededores de la zona como: Quintas del valle, Montecarlo, San Pablo, Haciendas del Sol, Hacienda La Cantera, Villas Solares, Fraccionamiento Urbi Quinta, La Sarzana, Paso del Real, Hacienda Las Lejas, Jardines de San Patricio, Rincones de Cartagena, Hacienda Giralda, Villa Marcel, Colonia Zuri, Reserva del Valle, Portal del Sol, Canto de Murano, Distrito Soho, Jardines de San Patricio IV, por mencionar algunos.⁸

Estrategia de medios

La estrategias de medios es un componente fundamental de un plan de comunicaciones que requiere la colocacion de anuncios en los medios especificos que los mercados meta selecciondos acostumbran, leer, ver o escuchar, así lo define Schiffman y Kanuk (2005).

Facebook

Basados en las estadísticas arrojadas por Facebook se determina que se realizará dos publicaciones diarias en las horas de mayor interactividad de los fans que son trece y veintidós horas.

Esta red ha implementado estadísticas más detalladas que permitirán conocer a que personas se está llegando y los alcances que las publicaciones tiene, por lo tanto dos veces a la semana se realizará una promoción de publicación con los métodos de publicidad pagada de Facebook para tener mayor alcance y visualización del contenido y generar interés por la información publicada en esta red y teniendo como seguimiento visitar el sitio web.

⁸ Valle del Sol . Visitado el día 4 de Abril de 2016: <http://www.directoriovalledelsol.com/>

A continuación se describe el plan de publicaciones para la fan page en Facebook, explicando los diferentes cambios que surgieron durante la campaña.

La campaña inicio la última semana de Febrero, este mes es de preinscripciones en escuelas públicas y privadas. El Colegio aprovecha para otorgar a los padres un 25% de descuento en la inscripción de sus hijos durante todo ese mes con el objetivo de retener a los alumnos que actualmente estudian en esta institución como se muestra en la figura 1.1. La respuesta durante esta semana fue exitosa y se cambio el plan de publicaciones porque se saturaba de información a los padres de familia, asimismo llegaban mensajes privados a la fan page pidiendo información y preguntando por la promoción, y de esta forma la información no se estaba volviendo eficazmente debido a que no se cuenta con el personal suficiente que pueda estar pendiente de la información que llegue a la fan page.

Con estos resultados se cambio el plan de contenido, en la fan page se publicaría una vez a la semana para cumplir con los objetivos de la campaña, en las diferentes horas de más tráfico en la red social.

Figura 1.1.

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 1	22/02/2016	Última semana de preinscripciones	Hacer que los padres de familia vuelvan a inscribir a sus hijos.		¡Última semana de preinscripciones y descuento! Visita nuestro sitio web www.colegiokawabata.com ¡Soy Kawabata, Soy Excelente!
	23/02/2016				¡Las puertas de nuestro colegio están abiertas para alumnos de nuevo ingreso y seguir educando con amor a nuestros niños que vemos todos los días! ¡PREINSCRIPCIONES Y DESCUENTO! TIENES HASTA EL 29 DE FEBRERO Visita nuestro sitio web www.colegiokawabata.com
	24/02/2016		Recordar y promover la feria del Libro		Si un niño lee habitualmente, tiene una mejor capacidad de retención y entendimiento para las materias escolares, por consiguiente su desempeño es mejor. ¡Recuerden papás mañana Feria del Libro habrá venta de comida, talleres, cuenta-cuentos; ¡Colegio Kawabata fomentando la excelencia en la lectura! Toda la información en www.colegiokawabata.com
	25/02/2016		Hacer que los padres de familia vuelvan a inscribir a sus hijos.		Papás recuerden que pueden recibir un 25% de descuento en la preinscripción de sus hijos. ¡El Colegio con un modelo educativo con excelencia! Soy Kawabata, Soy Excelente

Durante la segunda semana se realizaron publicación con determinado objetivo como lo explica en la imagen 1.2 para dar a conocer el sitio web se les anuncio primero a los padres de familia en el grupo privada de Facebook, para darle mayor importancia a ellos por elegir el Colegio Kawabata. La funcionalidad de la campaña se perdería durante las vacaciones de semana santa, por lo tanto durante esas fechas no se realizo la campaña en Facebook.

Figura 1.2

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 2	29/02/2016	Último día de preinscripción	Hacer que los padres de familia vuelvan a inscribir a sus hijos		¡Último día de promoción! Aprovecha el 25% de descuento sobre la inscripción y continuemos creando una educación de excelencia. Visítanos en www.colegiokawabata.com y sé excelente.
Semana 3	08/03/2016	Día Internacional de la Mujer	Felicitar a todas la mamás del Colegio incluyendo personal docente y administrativo		En cada sentimiento que experimente tu corazón, en cada experiencia que descubras con tus sentidos, en cada abrazo que entregues, hay una mujer que lo entrego todo para hacerlo posible. ¡Gracias a todas las mujeres por estar con nosotros! ¡Feliz día Internacional de la Mujer! Soy MUJER, soy Kawabata, soy excelente.
Semana 4	14/03/2016	Semana loca	Informar sobre la semana loca		¡Inicia la semana loca! Colegio Kawabata fomentando la creatividad y originalidad ¡Alumnos de excelencia! Conoce los beneficios de este valor y los días locos en www.colegiokawabata.com
		Premios en la Olimpiada del Conocimiento	Dar a conocer la excelencia academica del Colegio.		¡Alumnos de excelencia!

VACACIONES del 21 de Marzo al 4 de Abril

Días antes de las fechas de vacaciones se decidió recortar el presupuesto estipulado para la campaña porque el Colegio tenía como prioridad la pavimentación en las instalaciones y dejarían todos los elementos publicitarios pendientes, en donde se les daría continuidad después de la etapa de pavimentación, y esto tuvo repercusión en el sitio web al momento de que el presupuesto eliminó el pago al ingeniero, por lo tanto se vio en la necesidad de cambiar la plataforma a una sencilla en donde la maestra de tecnología pudiera manejar, por eso se cambió a una plataforma más sencilla llamada wix⁹. Por esta razón, se da a conocer el público externo a través de la fanpage la nueva imagen digital.

Figura 1.3

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 5	04/04/2016	Continuar con la campaña	Seguimiento de campaña.		¡Nos actualizamos para ustedes! ¡Conoce todo sobre el Colegio Kawabata de manera más fácil! ¡VISÍTANOS EN NUESTRA NUEVO SITIO WEB www.colegiokawabata.com !
	05/04/2016	Regreso a clase	Darle la bienvenida a padres y alumnos del Colegio.		¡Welcome everyone! ¡Bienvenidos nuevamente a su Colegio Kawabata! Esperamos que hayan tenido unas divertidas vacaciones y les deseamos éxito en este regreso a clases. ¡VISÍTANOS YA www.colegiokawabata.com !
	08/04/2016	Premio en el concurso	Dar a conocer la excelencia del modelo educativo.		Orgullosos de nuestros ganadores por excelencia en el concurso "Don Quijote nos invita a leer" ¡PRIMER Y SEGUNDO LUGAR! ¡Colegio Kawabata fomentando la excelencia en la lectura!
Semana 6	14/04/2016	Anunciar la kermesse			Descubre todos los diferentes juegos y tipos de comida que habrá en nuestra tradicional carrera-kermesse Kawabata. AHORA EN NUESTRA NUEVA PLATAFORMA DIGITAL www.colegiokawabata.com

⁹ Wix es una plataforma para la creación de sitios web gratis. Ayudan a los usuarios a crear páginas web de apariencia profesional, las cuales pueden ser actualizadas y editadas fácilmente. No se requieren conocimientos técnicos y los sitios son 100% compatible con los motores de búsqueda. Más información en <https://es.wix.com/support/html5/article/informaci%C3%B3n-general-sobre-wix>

Figura 1.4

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 7	18/04/2016		Informar a los padres de familia sobre la funcionalidad del sitio web.		Colegio Kawabata se renueva en su imagen y les facilita a nuestros excelentes padres de familia toda la información que necesitan conocer para estar informados sobre todo lo que acontece, ya sea en clases o en las instalaciones. Por eso, ya podrás ver todo el contenido publicado en Facebook a través de nuestro sitio web www.colegiokawabata.com
Semana 8	19/04/2016		Invitar a los padres a la kermesse		¡Papás no pueden faltar este 23 de Abril a la tradicional Gran Carrera-Kermesse Kawabata! Un día lleno de diversión y festejando a nuestras familias. 7:30 A.M. Inician inscripciones y a las 9:00 A.M empieza la competencia en la carrera y después de ahí podrán disfrutar de todos los antojitos y juegos para todas las edades.
			Informar a los padres de familia sobre la funcionalidad del sitio web en los dispositivos móviles		¡Ahora puedes conocer más sobre nosotros visitando www.colegiokawabata.com ! ¡Y en todos los dispositivos móviles! ¡Soy Kawabata, Soy Excelente!
	20/04/2016		Informar sobre el contenido del sitio web	 https://vimeo.com/158559351	La mejor educación que los papás pueden brindarle a sus hijos, un modelo educativo con excelencia, alto nivel académico, talleres, deportes! ¿Qué esperas para formar parte de la Familia Kawabata? Soy Kawabata, Soy Excelente Más información en www.colegiokawabata.com

Grupo privado

Plan de contenido del grupo privado en Facebook

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 1	22/02/2016	Inicia campaña	Lanzar campaña		El Colegio Kawabata renueva su imagen en sus plataformas digitales para brindarles mejor información y calidad de servicio. Visita www.colegiokawabata.com ¡Soy Kawabata, Soy Excelente!
	25/02/2016	Preinscripciones	Hacer que los padres de familia vuelvan a inscribir a sus hijos.		Papás recuerden que pueden recibir un 25% de descuento en la preinscripción de sus hijos. ¡El Colegio con un modelo educativo con excelencia! Soy Kawabata, Soy Excelente
	26/02/2016		Informar sobre el contenido que podrán encontrar en la plataforma web	Screenshot del sitio web	¿Ya visitaron el nuevo sitio web del Colegio Kawabata? Circular, calendario, menú y toda la información justo para ustedes. Y si aún no lo haz hecho ¡Visítanos www.colegiokawabata.com ! ¡Soy Kawabata, Soy Excelente!

Fig. 2.1

Figura 2.2

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 2	29/02/2016	Último día de preinscripción	Hacer que los padres de familia vuelvan a inscribir a sus hijos		¡Último día de promoción! Aprovecha el 25% de descuento sobre la inscripción y continuemos creando una educación de excelencia. Visítanos en www.colegiokawabata.com y sé excelente. Nos preocupamos por su economía por eso hoy damos 25% de descuento en la inscripción por niño. ¡Queremos que sigas formando parte de la familia Kawabata! www.colegiokawabata.com
	02/03/2016		Informar a los padres de familia sobre la circular mensual		¡Enterate todos los eventos del mes de Marzo! Visita nuestro sitio web www.colegiokawabata.com y revisa todo el contenido de la circular mensual. ¡Soy Kawabata, Soy Excelente!
	04/03/2016		Promover el valor del mes de Marzo		¿Ya revisaron el valor del mes? Descubrielo en www.colegiokawabata.com y reforcemos la educación en la escuela y en la casa. ¡Soy Kawabata, Soy Excelente!

Figura 2.3

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 3	08/03/2016	Día Internacional de la Mujer	Felicitar a todas la mamás del Colegio incluyendo personal docente y administrativo		En cada sentimiento que experimente tu corazón, en cada experiencia que descubras con tus sentidos, en cada abrazo que entregues, hay una mujer que lo entrego todo para hacerlo posible. ¡Gracias a todas las mujeres por estar con nosotros! ¡Feliz día Internacional de la Mujer! Gracias a todas las excelentes mamás de nuestro plantel por confiar en nosotros. Soy MUJER, Soy Kawabata, Soy Excelente.
	09/03/2016		Dar a conocer el calendario mensual		Calendarizamos todos los eventos y exámenes para poder crear alumnos de excelencia. Toda la información en nuestro sitio web www.colegiokawabata.com
	11/03/2014		Promover la semana loca		¡Ya viene la semana loca! En www.colegiokawabata.com en la sección de calendario mensual podrán encontrar toda lo necesario para prepararse y llevar el peinado o sombrero más loco. ¡Soy Creativo, Soy Kawabata, Soy Excelente!

Figura 2.4

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 4	14/03/2016		Recordar sobre la semana loca		Buenos días, esta semana es loca. Fomentemos el valor del mes el resto del año: originalidad y creatividad. ¡Conoce todos los beneficios de este valor en www.colegiokawabata.com !
		Concurso Nacional del Conocimiento	Destacar el desempeño académico de los alumnos		Felicidades a nuestros alumnos de sexto grado... estamos muy orgullosos de ellos y su esfuerzo ha válido la pena. Agradecemos el apoyo a los padres de familia. Soy Kawabata, Soy Excelencia
	16/03/2016		Promover el valor del mes, redirigiendo a los padres de familia al sitio web		La creatividad ayuda a los niños a desarrollar su pensamiento abstracto y la resolución de problemas. ¿En qué más ayuda este valor? Conozcan todo sobre este fundamental valor en www.colegiokawabata.com
	18/03/2016		Deseárselas unas felices vacaciones		¡Felices y excelentes vacaciones les desea el Colegio Kawabata!

Figura 2.5

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 5	04/04/2016		Reforzar campaña		¡Nos actualizamos para ustedes! ¡Conoce todo sobre el Colegio Kawabata de manera más fácil! ¡VISITANOS EN NUESTRA NUEVO SITIO WEB www.colegiokawabata.com !
	05/04/2016		Darles la bienvenida a padres, alumnos y personal administrativo y docente		¡Welcome everyone! ¡Bienvenidos nuevamente a su Colegio Kawabata! Esperamos que hayan tenido unas divertidas vacaciones y les deseamos éxito en este regreso a clases. ¡VISITANOS YA www.colegiokawabata.com !
	06/04/2016	Don Quijote nos invita a leer	Felicitar a los niños ganadores del concurso		La lectura es la gran proveedora de argumentos, es la clave para que los demás te escuchen. Nuestros hermosos participantes en el XVIII Concurso de lectura "Don Quijote nos invita a leer" Preescolar 2015-2016. GADIEL, ANTHONY y Sra. PERLA. Representando al colegio de forma excelente, obteniendo un 1er. Lugar en Cuentos y un 2do. Lugar en Voces. Gracias por su esfuerzo y dedicación, también a sus familias y maestras. ¡Son Kawabata, Son Excelentes!

Figura 2.6

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 6	11/04/2016		Promoción de sitio web		¿Qué aprenderán los niños este mes? La nueva información en www.colegiokawabata.com ¡Soy Kawabata, Soy Excelente!
	13/04/2016		Informar sobre la facilidad de navegación en las plataformas digitales		Desde cualquier dispositivo móvil puedes checar el calendario o lo que van a comer hoy los niños en el comedor. Visítanos ya www.colegiokawabata.com ¡Soy Kawabata, Soy Excelente!
	14/04/2016	Carrera-Kermesse Kawabata	Promover la kermesse		Descubre todos los diferentes juegos y tipos de comida que habrá en nuestra tradicional carrera-kermesse Kawabata. AHORA EN NUESTRA NUEVA PLATAFORMA DIGITAL www.colegiokawabata.com

Figura 2.7

Número de semana	Fecha de publicación	Fechas especiales	Objetivo del post	Contenido visual	Títulos
Semana 7	18/04/2016		Reedirigir a los padres del sitio web a Facebook		Colegio Kawabata se renueva en su imagen y les facilita a nuestros excelentes padres de familia toda la información que necesitan conocer para estar informados sobre todo lo que acontece, ya sea en clases o en las instalaciones. Por eso, ya podrás ver todo el contenido publicado en Facebook a través de nuestro sitio web www.colegiokawabata.com ¡Soy Kawabata, Soy Excelente!
	19/04/2016				¡Ahora puedes conocer más sobre nosotros visitando www.colegiokawabata.com ! ¡Y en todos los dispositivos móviles, tablets o ipads! ¡Soy Kawabata, soy Excelente!
	20/04/2016		https://vimeo.com/158559351		La mejor educación que los papás pueden brindarle a sus hijos, un modelo educativo con excelencia, alto nivel académico, talleres, deportes! ¿Qué esperas para formar parte de la Familia Kawabata? Soy Kawabata, Soy Excelente Más información en www.colegiokawabata.com

Sitio web

En el sitio web es donde se publica toda la información generada por el Colegio para que el padre de familia conozca toda la información publicada y de relevancia, así mismo el sitio web deberá generar tráfico dentro de los medios digitales con los que cuenta el Colegio Kawabata.

Debe existir una interacción entre el público y el sitio para generar experiencias, como blog para crear debates u opiniones dentro de la institución en

donde se podrá conocer la forma de pensar de los padres de familia y tener bases sobre estrategias publicitarias futuras.

Impacto social

Actualmente la sociedad se encuentra en un bombardeo de publicidad diario. La campaña digital del Colegio Kawabata tendrá como impacto social potencializar la comunicación digital que hoy en día se vive. Según estudios de la Asociación Mexicana de Internet se ha incrementado de forma inigualable la interacción con Internet destacando las redes sociales por el auge que ha surgido con los avances tecnológicos en donde serán resaltados en esta campaña.

Asimismo esta conlleva un aumento en la económica de la ciudad, debido a la generación de empleos a diferentes áreas colaborativas para llevar a cabo esta campaña como:

- Diseñador gráfico: Aporta el diseño de la nueva imagen corporativa (logotipo y escudo)
- Ingeniero en sistemas: Encargado de la programación del sitio web
- Community manager: Encargado de las publicaciones en Facebook para dar a conocer todo lo que el sitio web contiene y anuncios que el Colegio brinda a los padres de familia (concursos, ferias, kermesse, deportes, entre otras actividades)

Debido a que el Colegio no cuenta con un departamento de publicidad interno es necesario contratar estos servicios y generar empleos en la ciudad, ayudando al crecimiento económico local y nacional.

Presupuesto

El presupuesto publicitario de una empresa es el monto a invertir en la campaña, en donde la economía de la empresa se verá reflejada a través del resultado de las ventas, según Fischer y Espejo (2011).

Presupuesto inicial					
Motivo	Fechas	Descripción	Costo unitario	Cantidad	Total
Creación de sitio web	Enero	Reestructuración del sitio web	\$2,500	1	\$2,500
Mantenimiento del sitio web	Febrero, Marzo, Abril	Modificación de la información mensual o semanal del menú, cronograma y actividades culturales.	\$600	3	\$1,800
Promoción sitio web	Febrero y Abril	Promocionar sitio web para aumentar las visitas e interacción con el sitio web.	\$184	2	\$368
Promoción de publicaciones	Último día de preinscripciones, sitio web, homologación de imagen	Promoción de las publicaciones más importantes para crear una mayor comunicación con padres de familia y motivarlos a que continúen con el servicio del Colegio.	\$180	3	\$540
					\$5,208
					Total neto

Ajuste de presupuesto					
Motivo	Fechas	Descripción	Costo unitario	Cantidad	Total
Creación de sitio web	Diciembre	Reestructuración del sitio web	\$2,500	1	\$2,500
Mantenimiento y actualización	Enero-Febrero	Modificación de la información mensual o semanal del menú, cronograma y actividades culturales.	\$600	1	\$600
Sitio web	Marzo a Mayo	Plataforma digital en donde el Colegio puede realizar los cambios sin pagar a un ingeniero	\$1,968	12	\$1,968
					\$5,068
					Total Neto

A pesar de que la diferencia de un presupuesto a otro no se ve significativo, para ellos sí lo es, porque se ahorrarán pagarle al ingeniero la administración del sitio web, y tiene un ahorro de hasta \$6,600 pesos. El ingeniero estaría cobrando \$600 pesos mensuales en la actualización del sitio web y este precio se hace conforme a que wix cobra la suscripción Premium por doce meses, por esta razón se realiza la conversión del ingeniero por once meses, ya que el primer mes se cubrió.

Métricas

Las métricas utilizadas para esta campaña serán las que Facebook Insight brinda esta red social, las cuales serán explicadas a continuación.

- Alcance

Este consiste en conocer a las personas que esta llegando la información y que la han visto, en este punto se evaluará el alcance orgánico debido a que no se hicieron publicaciones pagados

- Interacción

Es importante analizar el número de personas que hacen *click*¹⁰ en los diferentes lugares que manejan las estadísticas de Facebook y conocer en qué lugar se está teniendo mayor interacción con el público meta.

- Porcentaje de clicks

Esta herramienta es utilizada para la medición de la efectividad de las campañas de mercadotecnia y conocer el número de personas que ven el contenido publicado.

- Fans

Es importante conocer las personas que están llegando y teniendo mayor interacción para así tener un segmento más definido entre las personas que siguen la página y las que tiene interacción con los contenidos.

La plataforma del sitio web llamada wix brinda diferentes métricas que funcionan en conjunto con Google Analytics y Facebook como lo es la interacción de las personas a través del sitio web.

¹⁰ Término en inglés, que es la acción de pulsar sobre un botón o contenido.

Presentación y desarrollo de campaña

Basados en el modelo de proceso creativo según G. Wallas (1926) se desarrolla la campaña, su modelo teórico se compone de cuatro fases: preparación, incubación, iluminación y verificación.

Sitio web

- Preparación

Debido a la estrategia creativa fue necesario recolectar la información más útil para el cumplimiento de los objetivos comunicacionales y de mercadotecnia y seleccionar los puntos clave para la emisión del mensaje.

- Homologación del sitio web con Facebook.
- Anunciar la nueva plataforma digital.
- Redirección del sitio web hacia Facebook y viceversa.
- Transmisión de toda la información expuesta en el menú, la circular mensual y cronograma.
- Incubación

En esta etapa se comienza a generar posibles soluciones tentativas al problema. Como primer solución se propone que el sitio web aparezca como con un sistema de iconos en donde se adapta la privacidad del Colegio al no tener fotografías de las instalaciones o de los eventos, así como darle más importancia al slogan “Soy Kawabata, Soy Excelencia” y el público pueda tener perfectamente identificada toda la imagen (logotipo, escudo y slogan).

- Iluminación

En esta parte se contempla en primer lugar la imagen del escudo (Figura 5.1) y logotipo (Figura 5.2) para crear una homologación entre los gráficos así como la paleta de colores que se muestran en la Figura 5.3



Figura 5.1



Figura 5.2

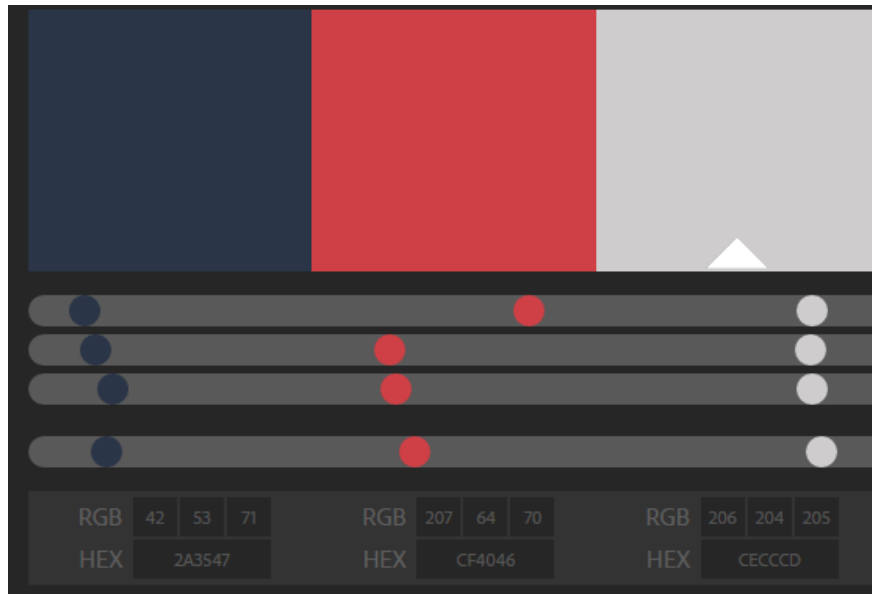


Figura 5.3

- Verificación

En esta parte se ha expuesto la campaña y analizando los resultado se ha contemplando la mejora de algunos elementos o publicaciones, así como el cambio de diferentes publicaciones.

Se tiene en cuenta las diferentes actividades que se estarán presentando a lo largo de la campaña en donde se tiene que crear la conexión con los padres de familia actuales.

A continuación se presenta el sitio oficial del Colegio Kawabata o ingresar a la siguiente dirección www.colegiokawabata.com

[Inicio](#)
[Nosotros](#)
[Toros Kawabata](#)
[Contacto](#)

TOEFL IBT TEST

We offer the TOEFL IBT tests

Registration deadline: **May 26th**

Exam: **June 16th**

Fee: **\$50 dls general**

Kawabata Family: **\$35 dls**

Register at Colegio Kawabata or via email:
miss.martinezharokawabata@gmail.com

Circular del mes

Menú mensual

El menú de comidas esta preparado especialmente para cada etapa de los niños y puedan complementar su buena alimentación.

31

Calendario mensual

Valor del mes: Buenos modales

Horario escolar

- 8:30am a 1:00pm | Primero y segundo preescolar
- 8:00am a 1:00pm | Tercero preescolar
- 8:00am a 3:00pm | Primaria
- 7:45pm a 3:45pm | Secundaria

Colegio Kawabata
 Ciudad Juárez, Chihuahua

A ti y a 18 amigos más os gusta esto

Colegio Kawabata
 23 de abril a las 21:46

Invitamos a toda la Comunidad a unirse al Equipo de fútbol americano infantil Toros K! Ya iniciamos entrenamientos! Los esperamos!

TOROS K FOOTBALL
 Niños a 3 años
 8:30 a 1:00pm
 1:00pm a 3:00pm

Categorías: PONY, ARBOL, A VIGOR, A VIGOR, A VIGOR

Contacto: 666 143 38 63
 Ubicación: Colegio Kawabata

C. Nardos #1792
 Col. Ejido Salvarcar

Tel: 687-1707
 Cel: 656 562-9349

Name

Email

Phone

Message

Send

Síguenos en

Me gusta

A ti y a 103 personas más os gusta esto.

[Inicio](#)
[Nosotros](#)
[More](#)

© 2016. Colegio Kawabata C. Nardos #1792 Col. Ejido Salvarcar C.P. 32550

- Botón Nosotros



[Inicio](#)
[Nosotros](#)
[Toros Kawabata](#)
[Contacto](#)





Filosofía

La enseñanza en el Colegio Kawabata es un proceso en el cual los alumnos, al mismo tiempo van adquiriendo conocimientos, fomentando valores, desarrollando actitudes y habilidades que los prepararán como una persona íntegra y honorable.



Visión

Ser reconocidos como el Colegio de mayor impacto en la sociedad a través de la excelencia académica, la sensibilización y práctica de valores.



Misión



Pemios

Olimpiadas del Conocimiento
Olimpiada Nacional de Matemáticas
Concurso de lectura
-Voces del Quijote




Excelente colegio, excelentes valores que se le fomentan a los niños y el nivel académico extraordinario."

Perla Edith Pastrana



Desde el kinder q mi chaparrito no iba tan contento a la escuela gracias a todas las maestras y maestros!"

Patty Coniglio



Excelente educación, maestras y maestros... Una gran familia! Mis hijos siempre serán de la familia Kawabata!"

Angie Lu

C. Nardos #1792
Col. Ejido Salvarcar

Tel: 687- 1707
Cel: 656 562- 9349

Síguenos en 

☒ Me gusta **A ti y a 103 personas más** les gusta esto.

- Botón Modelo educativo



Preescolar

En el Colegio Kawabata se promueve el desarrollo de las habilidades a través de desafíos en forma de juegos, y por medio de clases dinámicas y únicas. Se impulsa que el niño piense, se exprese por distintos medios, proponga soluciones, explique, cuente, compare, trabaje en colaboración, manifieste actitudes favorables hacia el trabajo y la convivencia.



Primaria

La educación primaria es un espacio formativo en donde se le da continuidad al desarrollo de competencias que aprenden en pre-escolar. En esta etapa trabaja de manera colaborativa para que los alumnos puedan buscar soluciones a diferentes problemas que se les planteen, a tomar decisiones, a definir metas comunes, a desarrollar la responsabilidad y el liderazgo, así como la vivencia de valores y actitudes.



Secundaria

El modelo educativo de secundaria utiliza un sistema único de enseñanza aprendizaje, que permite a los alumnos aprender en un entorno de clases más dinámico a través del uso de técnicas académicas como: el aprendizaje basado en la solución de problemas, el método de casos y el aprendizaje colaborativo estimulando el trabajo en equipo y la integración.



Estancia

El servicio de estancia brinda a los niños y niñas un ambiente confortable, cálido y seguro, ya que será el lugar donde permanecerá durante el día, por lo tanto para el Colegio Kawabata es esencial hacer sentir a los niños cómodos para desarrollar sus actividades como: talleres, deportes, etcétera.

Desde las 7 am a las 7 pm



[Inicio](#)
[Nosotros](#)
[Toros Kawabata](#)
[Contacto](#)

TOEFL CERTIFICATION CENTER



Nuevo programa escolar llamado "ROTE: aprender por la memoria, la experiencia y la repetición activa".

El creciente uso de la experiencia de aprendizaje a largo plazo por los educadores, refleja los cambios pedagógicos y tecnológicos más grandes que se han producido en el diseño de nuestros programas y la prestación de la educación de nuestros estudiantes Kawabata Inglés, y lo más probable es un intento de actualizar concepciones de cómo, cuándo y dónde el aprendizaje no y puede tener lugar. Las nuevas tecnologías han multiplicado y diversificado las formas en que los estudiantes pueden aprender:

- **Activo Inglés:** activación y estar vocabulario y verbos, hecho por los movimientos.
- **El aprendizaje de memoria:** que los alumnos memoricen través de la repetición de una manera dinámica y activa.
- **El aprendizaje por la experiencia:** una interacción no tradicionales (estudiantes que aprenden a través de juegos interactivos y aplicaciones de software) en los entornos no tradicionales.

- Botón Toros Kawabata



[Inicio](#)
[Nosotros](#)
[Toros Kawabata](#)
[Contacto](#)



Toros Kawabata

Ser un Toro es un sentimiento que se lleva en el corazón, vestir sus colores es un privilegio que llena de orgullo. Todos los Toros representan la gran comunidad que es el Colegio Kawabata para que cada alumno pueda potencializar sus virtudes y habilidades.

Más información en recepción

GO TOROS!



TOROS K FOOTBALL

Martes a Jueves
6:00 - 7:00 pm
Iniciamos entrenamiento de primavera 2016

Categorías: PONY | ARDILLA | HORMIGA
(2004-2005) - (2006-2007) - (2008-2009)

Contacto: (656) 143-38-63
Ubicación: Colegio Kawabata



Deportes



Deportes



Fútbol Americano

Practicamos el fútbol americano en el campo de fútbol del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo y casco.

Uniforme: Jersey de fútbol americano, pantalón de fútbol americano, casco de fútbol americano, guantes de fútbol americano, zapatos de fútbol americano.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Soccer

Practicamos el fútbol en el campo de fútbol del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de fútbol, pantalón de fútbol, zapatos de fútbol.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Basketball

Practicamos el basketbol en el gimnasio del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de basketbol, pantalón de basketbol, zapatos de basketbol.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Volleyball

Practicamos el voleibol en el gimnasio del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de voleibol, pantalón de voleibol, zapatos de voleibol.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Baseball

Practicamos el béisbol en el campo de béisbol del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de béisbol, pantalón de béisbol, zapatos de béisbol, guantes de béisbol, bate de béisbol.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Tennis

Practicamos el tenis en el campo de tenis del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de tenis, pantalón de tenis, zapatos de tenis.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Badminton

Practicamos el bádminton en el gimnasio del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de bádminton, pantalón de bádminton, zapatos de bádminton.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Table Tennis

Practicamos el tenis de mesa en el gimnasio del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de tenis de mesa, pantalón de tenis de mesa, zapatos de tenis de mesa.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Judo

Practicamos el judo en el gimnasio del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de judo, pantalón de judo, zapatos de judo.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Karate

Practicamos el karate en el gimnasio del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de karate, pantalón de karate, zapatos de karate.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Taekwondo

Practicamos el taekwondo en el gimnasio del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de taekwondo, pantalón de taekwondo, zapatos de taekwondo.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.



Jujitsu

Practicamos el jujitsu en el gimnasio del colegio. Se juega los días martes y jueves de 6:00 a 7:00 pm. Se requiere uniforme deportivo.

Uniforme: Jersey de jujitsu, pantalón de jujitsu, zapatos de jujitsu.

Horario: Martes y Jueves de 6:00 a 7:00 pm.

Ubicación: Colegio Kawabata.

C. Nardos #1792
Col. Edo. Salazar
Tel: 687-1707
Cel: 656-363-9349

Name: _____
Email: _____
Phone: _____

Enviar

Síguenos en

Facebook Twitter Instagram

Al día a día 103 personas más en

Inicio Nosotros Más

© 2016 Colegio Kawabata C. Nardos #1792 Col. Edo. Salazar C.P. 32350

- Botón Contacto



Grupo privado y Facebook

Para Facebook se sigue la misma línea de diseño que se maneja en el sitio web.

Resultados

Durante la investigación fueron planteados diferentes objetivos de marketing y comunicacionales. En el siguiente apartado se mostrarán los resultados para dar a conocer la eficacia de la campaña.

El periodo de análisis es a partir del 22 de Febrero al 22 de Abril del 2016.

Al iniciar la campaña se tenía un total de 1526 likes como se puede observar en la Figura 3.1 aumentando un 4.16% de nuevos “me gusta”, este porcentaje obtenido del número final “me gusta” que se puede observar en la Figura 3.2.



Figura 3.1



Figura 3.2

La interacción en las publicaciones del público con la fan page aumento hasta un 300% en donde el promedio del periodo pasado tenía un alcance orgánico de 70 y durante el periodo de campaña se alcanzo un promedio de 253 personas que ven las publicaciones siendo todas orgánicas.



Figura 3.3

Es importante conocer las reacciones que el público llega a tener con las publicaciones porque así el Colegio se puede dar que contenido es agradable o importante para los padres de familia y de que manera se puede transmitir. Como se puede observar en la tabla 3.4 las personas tienen mayor reacciones (me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece, me molesta) en las publicaciones teniendo un máximo de reacciones de 120. Esta campaña no logró potencializar los comentarios que las personas pueden realizar en los contenidos publicados. Por lo general, de cada contenido publicado se compartía una vez se compartía.



Figura 3.4

En la siguiente tabla (Figura 3.5) se puede observar que las personas se interesan por la página de inicio de la fan page teniendo un total de 49 visualizaciones promedio.

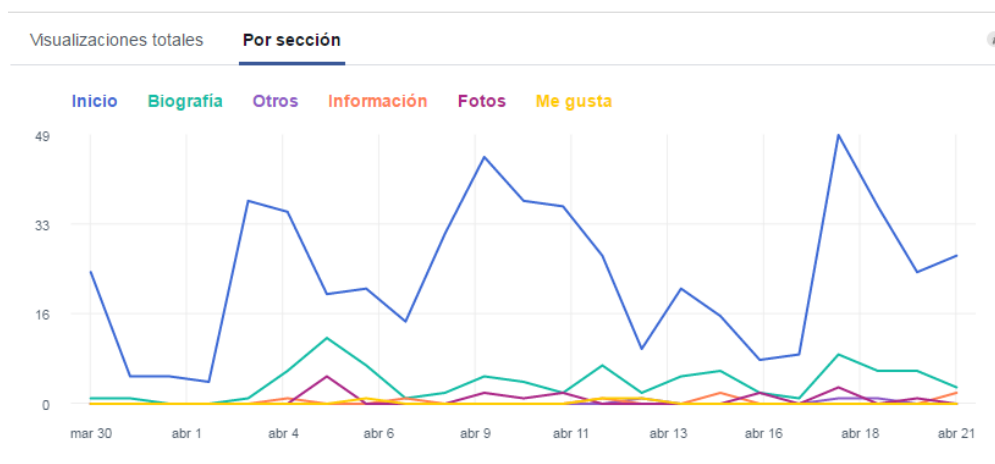


Figura 3.5

En esta gráfica (Figura 3.6) muestra los visitantes dividido por sexo, y esta nos arroja que 129 personas son mujeres con edades entre 25 y 34 años de

edad, y los visitantes de sexo masculino son 40 en promedio con la misma edad.

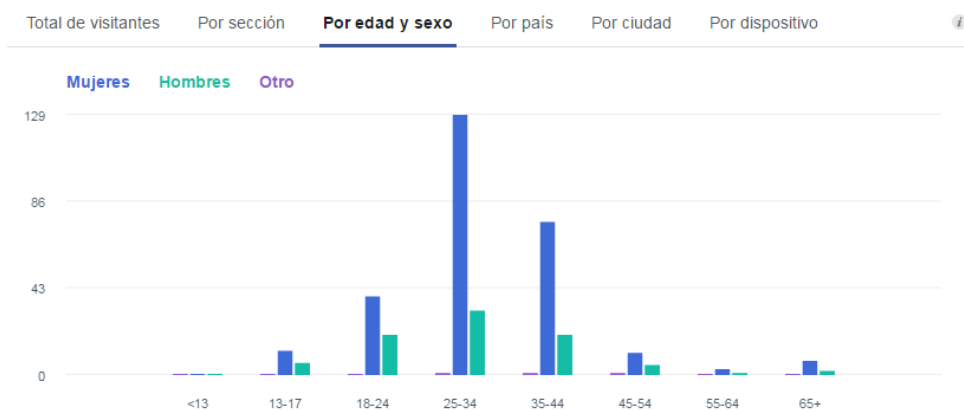


Figura 3.6

Es importante conocer que acciones realizan los visitantes en la fan page y en la Figura 3.8 se puede observar que se realizaron hasta cinco clicks en este periodo de campaña en el botón “clicks en la llamada a la acción” y realizaron tres clicks en promedio en el apartado de “cómo llegar”. Esta información sirve para potencializar toda la información que se encuentra en la fan page.

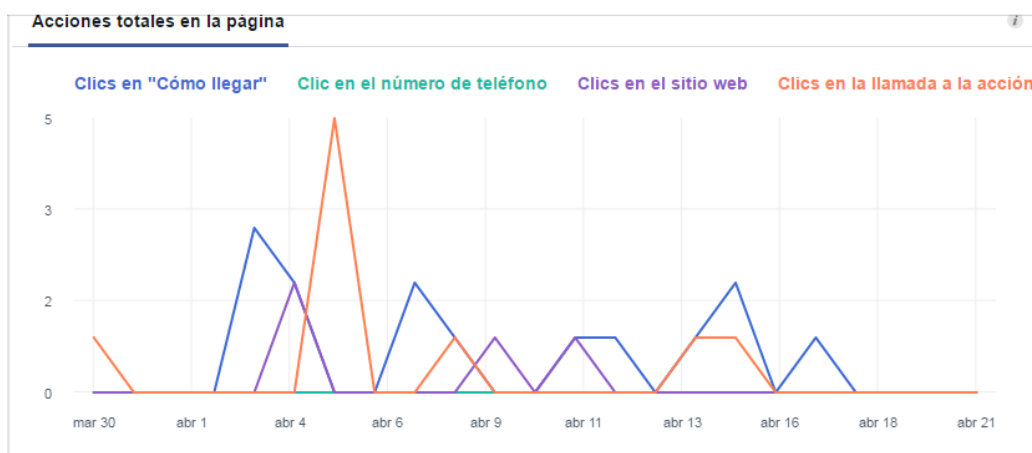


Figura 3.7

En la Figura 3.8 se puede analizar que la interacción en los clicks sobre el sitio web es poca porque se tiene un promedio de uno. El sitio web contiene información más completa en donde puede funcionar para atraer a nuevos

consumidores, por lo tanto el pago de una publicación para la promoción del sitio web pudo resultar realmente útil.



Figura 3.8

A pesar de que la nueva imagen corporativa del Colegio fue expuesta previamente a la campaña, los padres de familia reaccionaron positivamente a la publicación (Figura 3.9) que les informó sobre las nuevas plataformas digitales. Obteniendo un alcance de 1497 que deriva un 11.55% de las personas que hicieron *click* en el contenido publicado y teniendo 50 reacciones entre me gusta, comentarios y veces que se compartió. En esta publicación se tuvo un impacto positivo obteniendo hasta 64 *clicks* en el enlace de la publicación.



Figura 3.9

La publicación que se observa en la Figura 4.0 tuvo un alcance de 1221 personas en donde el 8.27% le dio *click* en la publicación y realmente vio el contenido, y alcanzando 49 *clicks* entre me gusta, reacciones, comentarios y veces que se compartió.



Figura 4.0

Otra de las publicaciones que tuvo gran impacto se encuentra en la figura 4.1 teniendo un alcance orgánico de 873, de este alcance el 9% realizaron *click* en la publicación para ver el contenido. Los padres de familia realizaron tres comentarios positivos y se concreto en 24 me gusta, reacciones, comentarios y veces que se compartió.



Figura 4.1

De acuerdo con los resultados de Facebook Insights las personas que ven las publicaciones e interactúan el porcentaje no varía, por lo tanto se deduce que el público objetivo está en contacto con la información expuesta en la fan page. El público de esta fan page se destaca por ser principalmente las mujeres (79%) sobre todo con edades entre 25 y 34 años destacando con 29%. Los hombres ocupan un 8% con la misma edad como se puede observar en la Figura 4.2.

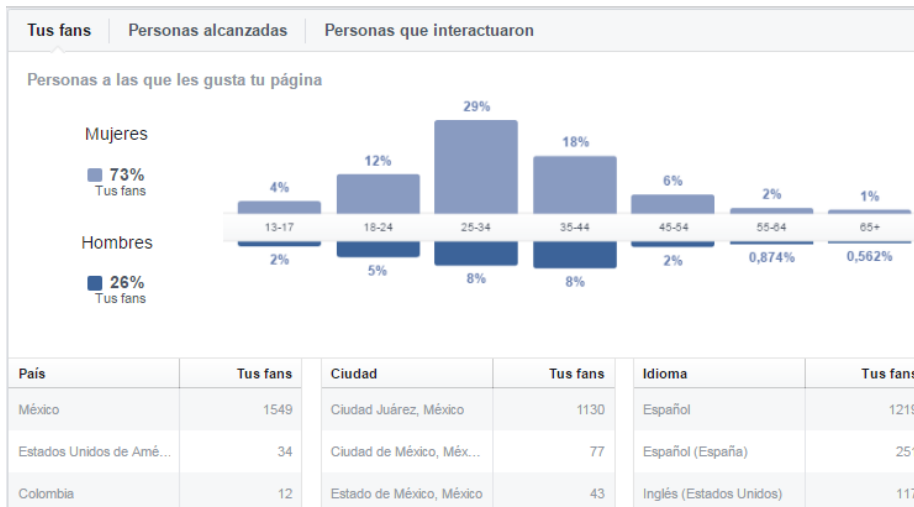


Figura 4.2

Del 29% del público real de la fan page únicamente el 19% de ellas interactúa con el contenido publicado en la fan page, del 8% que representan los hombres todos tienen una interacción.



Figura 4.5

Al inicio de la campaña se contaban con diez sesiones (Figura 4.6) activas en el sitio web, teniendo un aumento significativo en donde lograron hasta 575 sesiones (Figura 4.7) con una duración de un minuto cuarenta y siete segundos en promedio navegando en la página web oficial del Colegio. Con este resultado

se comprueba que los padres de familia visitan el sitio web para conocer toda la información expuesta por el Colegio (circulares, calendario, menú o avisos).

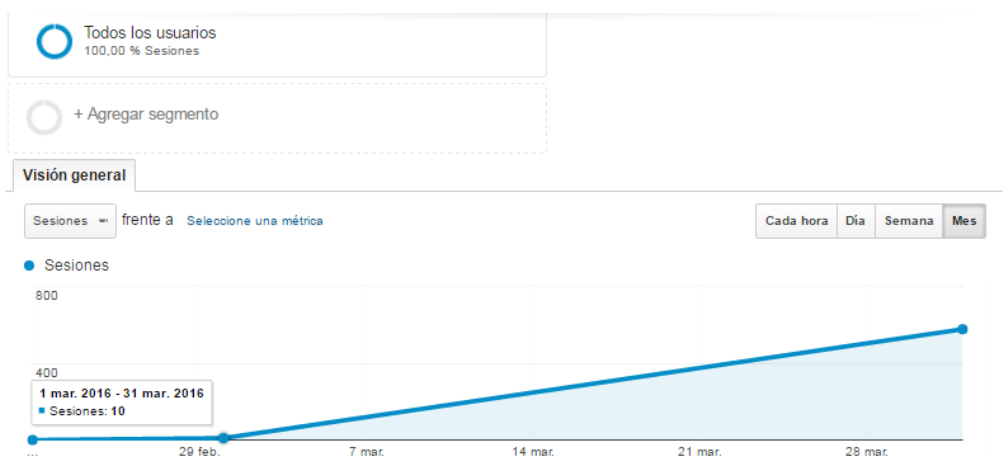


Figura 4.6

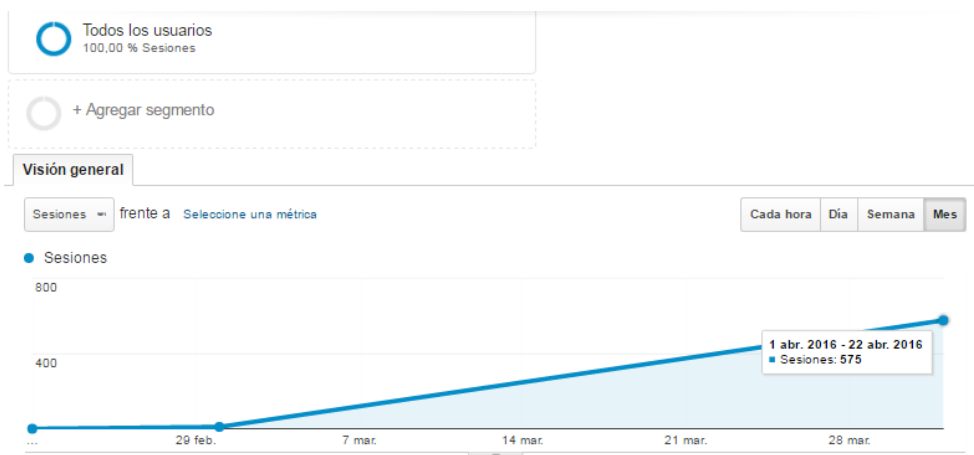


Figura 4.7

El porcentaje de los visitantes que ya han estado el sitio web es de 29.1% y los nuevos visitantes representan 70.9%, se deduce que existe una conexión constante entre usuarios nuevos y actuales (Figura 4.8) en el sitio web www.colegiokawabata.com.

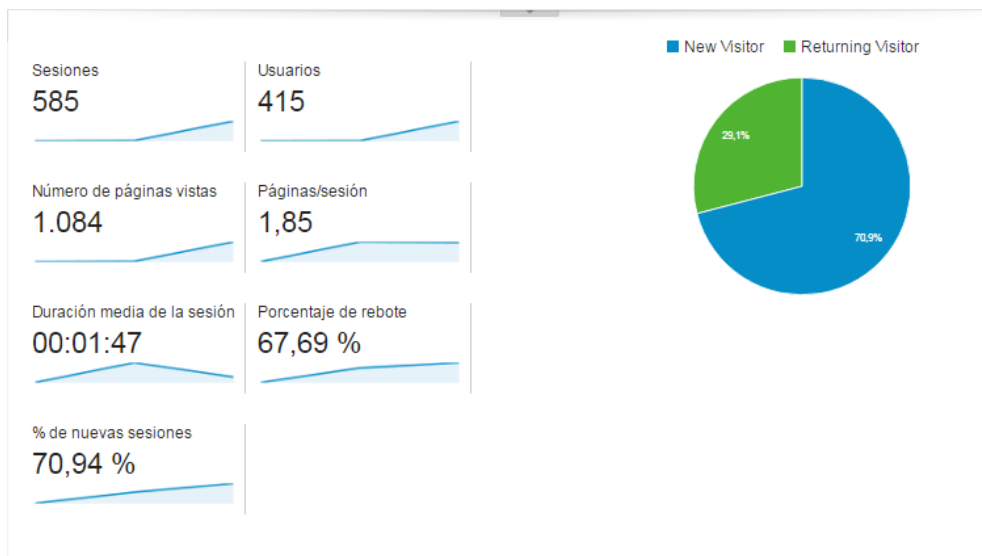


Figura 4.8

Los resultados en el grupo se presentan a continuación, en donde los padres de familia vieron algo nuevo y no simplemente texto, por ejemplo en la Figura 6.0 se dio a conocer el video más reciente que el Colegio realizó como medio publicitario. Debido a la falta de material fotográfico se potencializaron estos recursos y se obtuvieron resultados favorables.



Figura 6.0

Una de las publicaciones con mayor éxito fue del día 14 de Mayo en donde se resalta el nivel academico de los alumnos de sexto grado de primaria, haciendoles una felicitación por haber obtenido primeros lugares en el concurso Olimpiada Nacional del Conocimiento (Figura 6.2). Este acontecimiento fue publicado en el sitio web para complementar la campaña digital y darle seguimiento a la excelencia acaademica del Colegio.



Figura 6.2

Durante la campaña el contenido publicado informativo no tuvo el mismo éxito como las publicaciones en donde se les informa sobre algo más concreto, como avisos pendientes por parte del personal docente. En la Figura 6.3 podemos ver que únicamente 7 likes se interesaron por el contenido nuevo de la empresa.



Figura 6.3

La publicación de la Figura 6.3 tuvo mayor interacción porque se informó sobre los ganadores del concurso “Don Quijote nos invita a leer” en donde dos alumnos de primero y tercero de preescolar ganaron los primeros lugar. En esta publicación se reprodujeron los *likes* y los comentarios por parte de los padres de familia.



Figura 6.4

Y por último, las publicaciones referentes a las campañas que se presentan en la Figura 6.5 y 6.6 representan los valores más representativos de la campaña dentro del grupo privado. A pesar de que los *likes* no se potencializaron se les transmitió al público objetivo la nueva imagen del Colegio Kawabata.



Figura 6.5



Figura 6.6

Conclusión

El Colegio Kawabata es una empresa que por mucho tiempo ha visto la publicidad como un gasto innecesario. Han invertido en publicidad que les ha sido poco efectiva como en volantes para las diferentes ferias escolares que se realizan en la ciudad, después del evento de la Feria Escolar, por lo regular suelen acudir uno o dos padres de familia que llevan la referencia de la Feria. El periódico es de los medios publicitarios que han sido parte de esta empresa pero, sin dar resultados exitosos.

El Colegio siempre ha tenido su sitio web pero se ha carecido de una buena estructura como ya se menciona en los capítulos anteriores, anteriormente se les había propuesto a la empresa reestructurar su imagen corporativa pero, viendo la publicidad como un gasto habían rechazado la propuesta. Conforme fue avanzando la etapa de ciclo de vida los dueños decidieron renovar su imagen, por lo que su respuesta sobre homologar toda su identidad fue positiva.

El principal factor para que el Colegio se pueda posicionar como uno de los mejores en la ciudad y atraer a nuevos clientes con un nivel socioeconómico más alto es homologar su nueva imagen y hacer que los padres de familia actuales puedan identificarlos fácilmente y tenerla presente.

Durante la campaña se estuvieron dando a conocer todo lo que conformaba parte de éste proyecto y se realizó un diseño estructurado y homologado en todos los avisos como circular, calendario, menú, etcétera. A partir de la homologación de su imagen el pensamiento sobre la publicidad de los

dueños empezó a cambiar de manera favorable, en donde ahora comprenden la importancia que manejar una identidad corporativa que vaya en conjunto a sus objetivos como empresa e invertir objetivamente en publicidad.

Respecto a los padres de familia a pesar de que están constante uso con la red social Facebook suelen ser muy selectivos con el contenido que es de su agrado, sin embargo están pendientes de lo que acontece en el grupo privado así como en la fan page del Colegio. Es necesario dejar pasar cierto tiempo, es decir realizar una publicación diaria para informarles sobre algo en particular para que saturarlos de avisos, eventos, etcétera. Durante las publicaciones sobre inscripciones se tuvo una demanda significativa, por lo que eso se llegó a la conclusión anterior.

Es realmente satisfactorio ver la respuesta del cliente, que poco a poco se puede ir educando al cliente sobre los beneficios que la publicidad puede llegar a tener. Este proyecto se concluye con satisfacción al ver la respuesta positiva de los padres de familia pero, sobre todo de los dueños del Colegio Kawabata.

Anexos

- Anexo 1





“Aprende lo valioso de la universidad aquí ahora”

COLEGIO KAWABATA

TEL: 016 687 1701

direccion@highlightskawabata.com

INICIO

QUIÉNES SOMOS

FAMILIA KAWABATA

GALERÍA

CONTACTO



Educación de primera clase

ESTANCIA INFANTIL



La estancia del Colegio está diseñada para brindar apoyo a las madres y padres de familia que trabajan y se ven en la necesidad de delegar el cuidado de sus hijos, brindándoles a los niños y niñas un ambiente cálido y seguro en el cual permanecer durante el día.

Se cuenta con 3 salones donde se atienden a los alumnos dependiendo de su edad ya que reconocemos que las necesidades son distintas dependiendo del grado en que se encuentran.

Las personas encargadas de esta estancia realizan durante el día actividades distintas con los alumnos donde se incluyen actividades diversas dentro de los salones, en el exterior y deportivas.

Desde las 7 de la mañana recibimos niños, quienes permanecen al cargo de las maestras. Después de que salen de clases y hasta las 6:45pm estarán al cuidado de las responsables de estancia.

Además se cuenta con el apoyo de un nutriólogo quien proporciona a los alumnos comidas nutritivas que se incluyen en el precio de la estancia.

1 EDUCACIÓN PREESCOLAR

2 EDUCACIÓN PRIMARIA

3 EDUCACIÓN SECUNDARIA

4 English

5 SUBCENTRO DE ESTANCIA

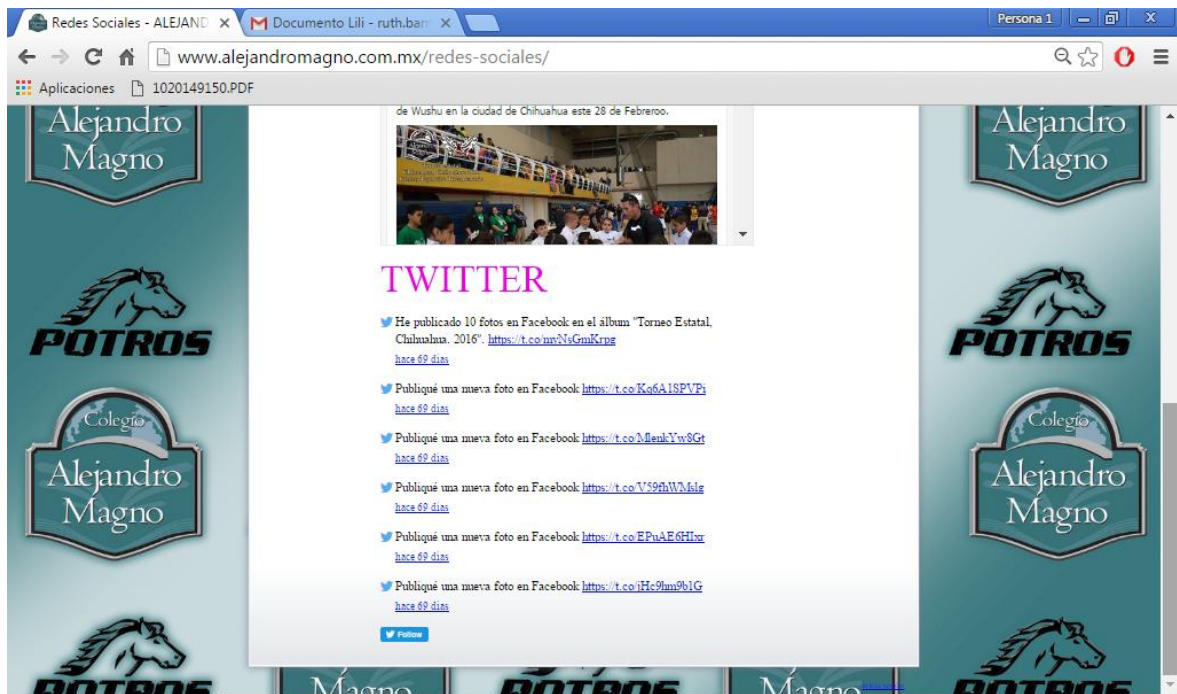
6 TALLERES



Anexo 2

Sitio web Colegio Alejandro Magno





Facebook oficial Colegio Alejandro Magno

Colegio Alejandro Magno

PREESCOLAR, PRIMARIA, SECUNDARIA Y PREPARATORIA

SOMOS LO MEJOR PARA TU HIJO

CAMPUS SENDERO

Colegio Alejandro Magno (656) 407 3843 v (656) 637 7086

Biografía Información Notas Opiniones Más

Busca publicaciones en esta página

Estado Foto/Video

A 1957 personas les gusta esto
Mary Rey y 3 amigos más

567 personas estuvieron aquí

Cerrado ahora · Abre mañana a las 7:00-16:00 · \$5

Obtener información adicional

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

4.4 de 5 estrellas · 41 opiniones
Ver opiniones

INFORMACIÓN

Escribe algo en esta página...

Colegio Alejandro Magno agregó 165 fotos nuevas del febrero al álbum Torneo Estatal, Chihuahua. 2016 — con Nadia Paola Castillo y 4 personas más.

Nuestros competidores tuvieron el honor de estar en el torneo estatal de Wushu en la ciudad de Chihuahua este 28 de Febrero.

Me gusta Comentar Compartir

Mary Rey y 47 personas más

Orden cronológico

2 veces compartido

Ver un comentario más

Ibarra Angeles Felicidades campeones gracias profesor Agustín Alaniz por su tiempo y dedicación a nuestros hijos, gracias al colegio Alejandro Magno por su apoyo.

Me gusta · Responder · 1 de marzo a las 19:50

Adriana Cuestas Gracias Profe por dedicarle tiempo a estos niños! Y todos somos campeones!

Me gusta · Responder · 1 de marzo a las 19:56

Escribe un comentario

http://www.alejandromagno.com.mx/

Impressum

FOTOS

VIDEOS

NOTAS

Misión y Visión.

17 de febrero · Ciudad Juárez

¡¡¡ATENCIÓN!!!
El día de mañana volveremos a clases normales en nuestros 2 campus y en los 4 niveles educativos.
Gracias.

Colegio Alejandro Magno en Colegio Alejandro Magno

Colegio Alejandro Magno Escuela primaria · Ciudad Juárez · 567 personas registraron una visita aquí

Me gusta Comentar Compartir

Crear página

Reciente

2015

2014

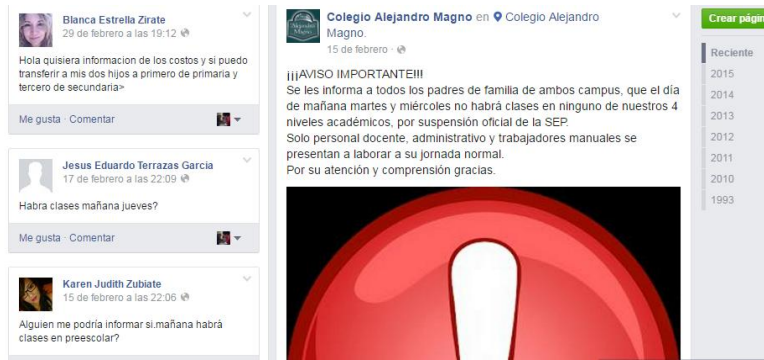
2013

2012

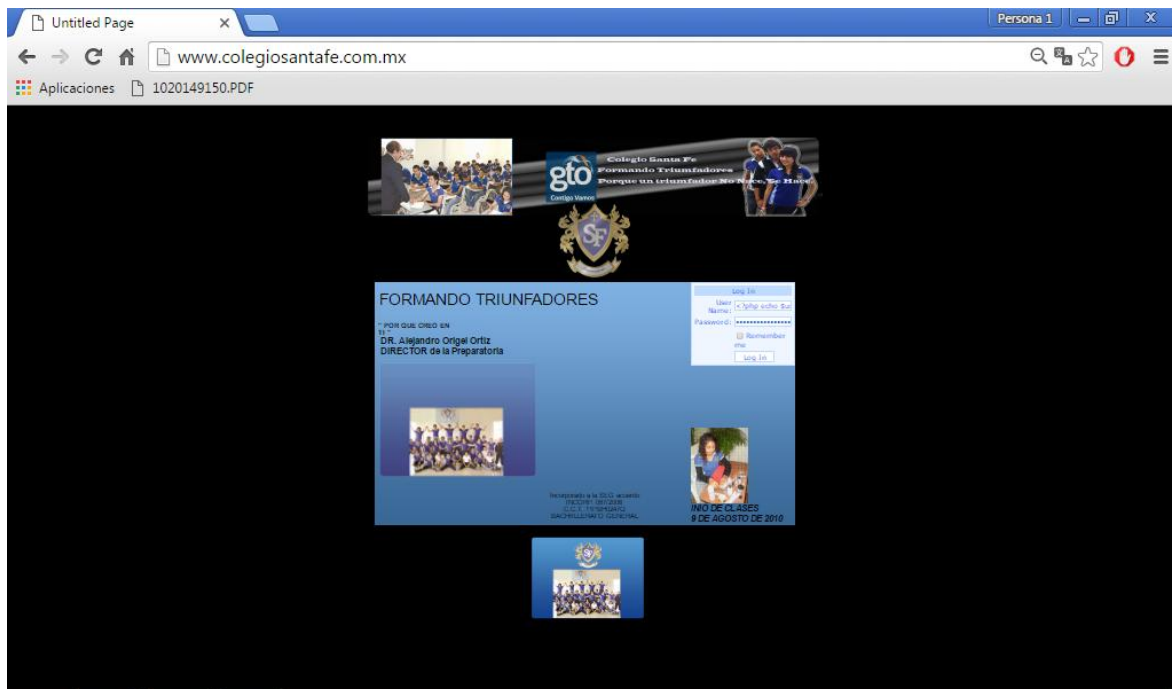
2011

2010

1993



Sitio web Colegio Santa Fe



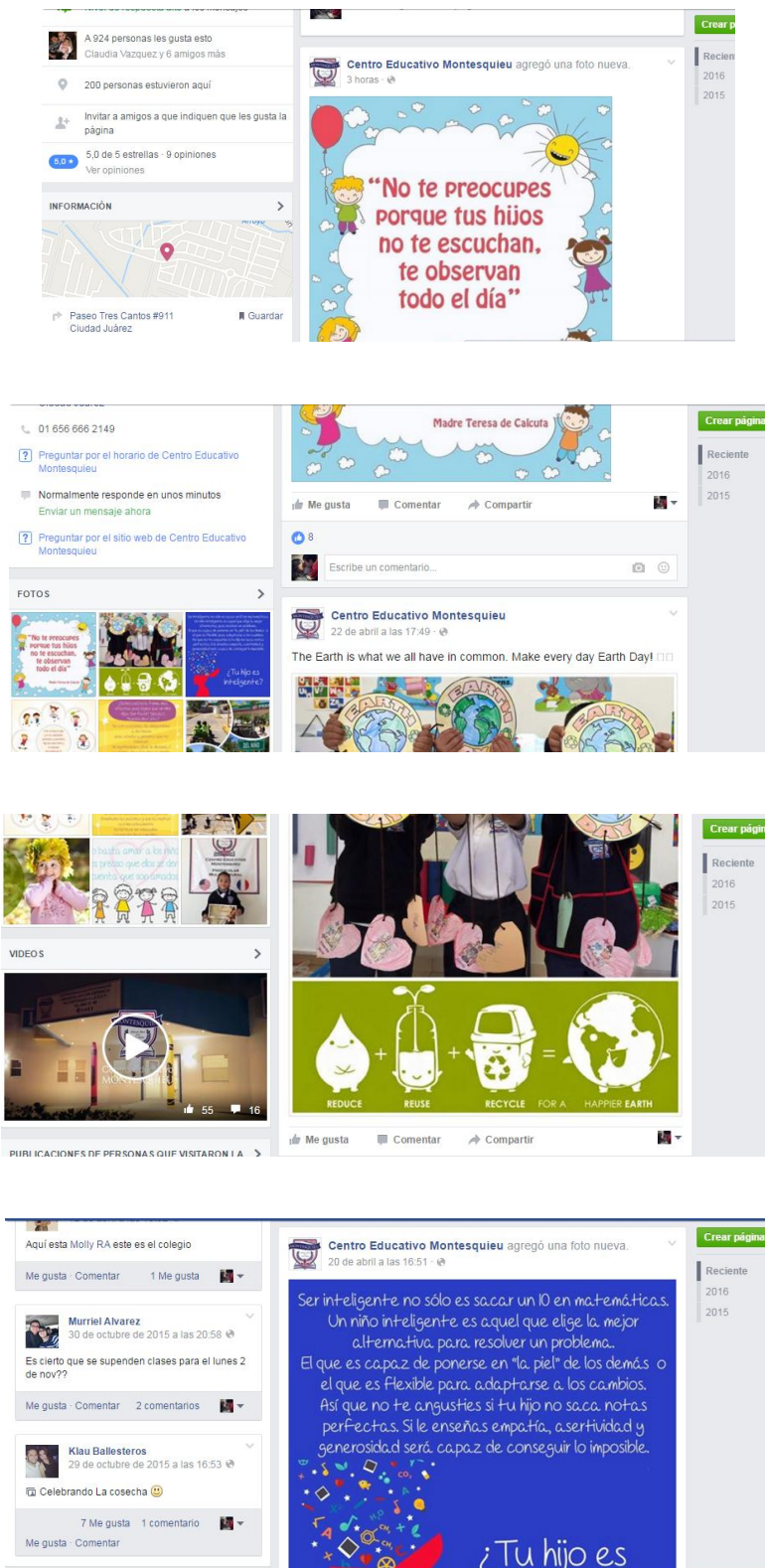
Facebook oficial Colegio Santa Fé





Facebook oficial Centro Educativo Montesquieu

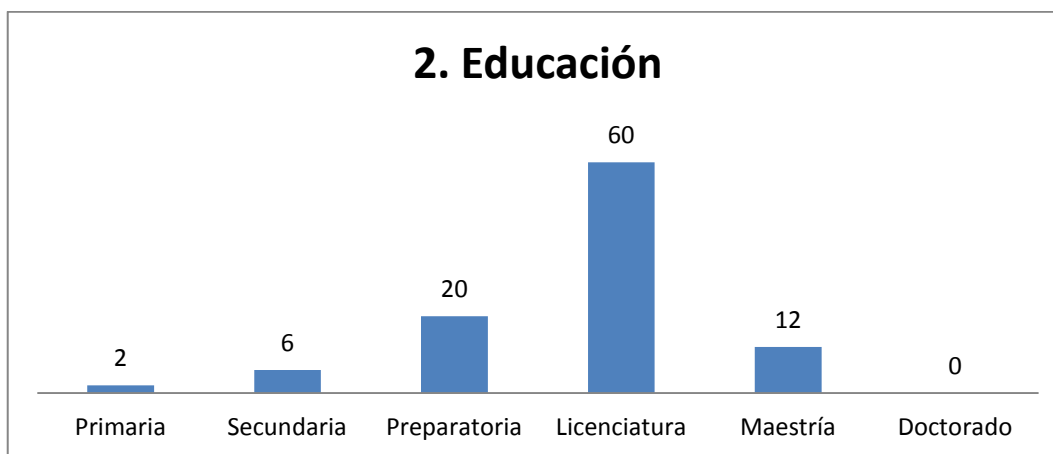
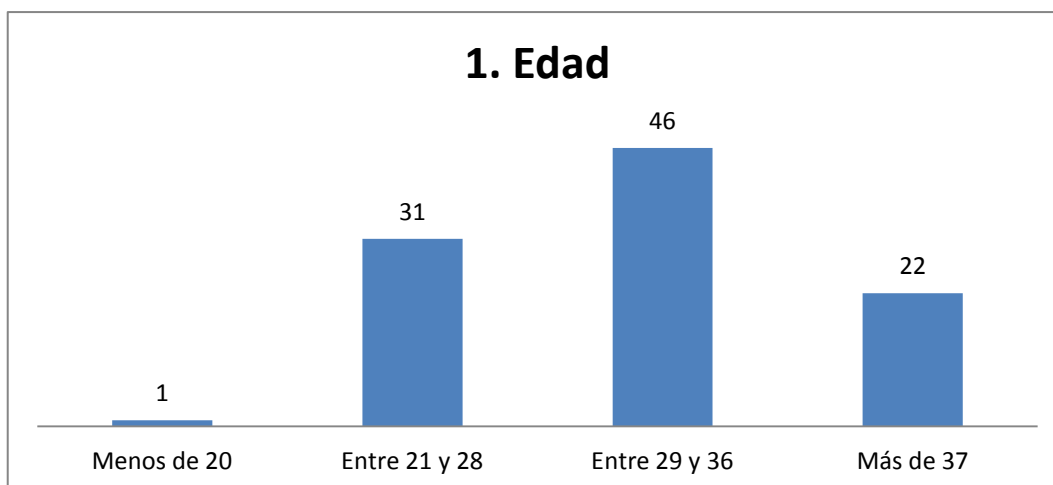






- **Anexo 3**

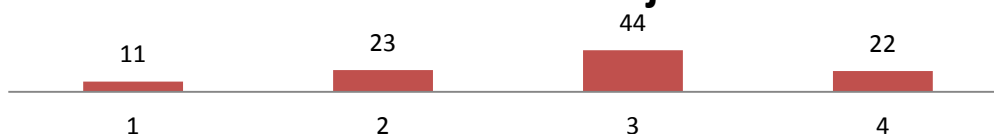
Encuestas realizadas a 100 padres de familia



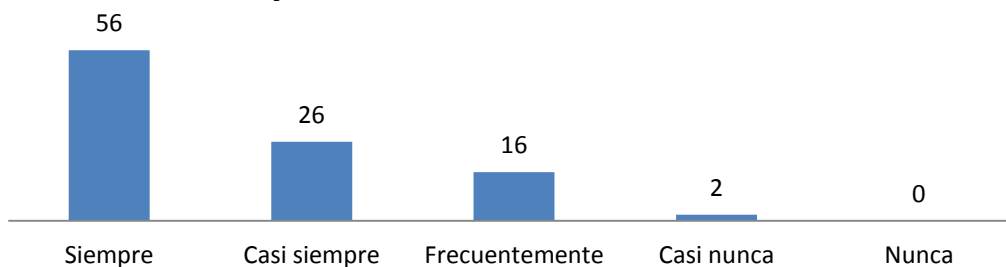
3. Tipo de vivienda



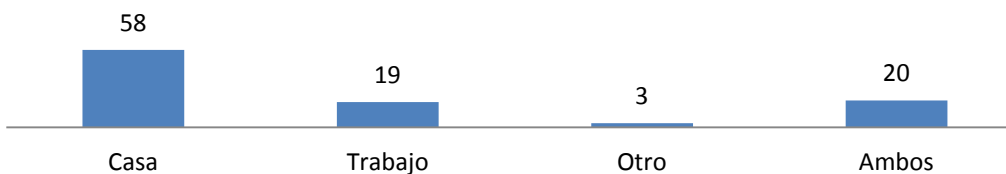
4. Cantidad de hijos



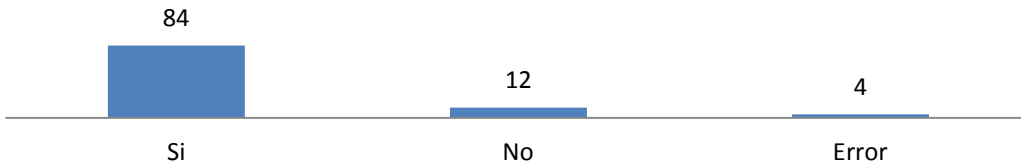
5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet?



6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet?



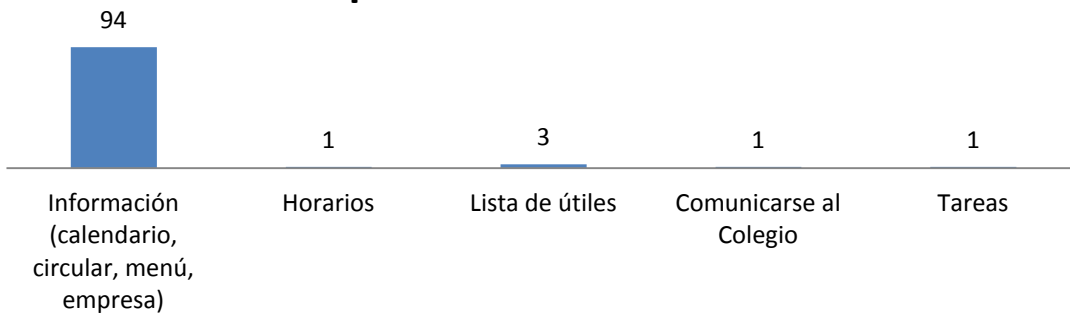
7. ¿Cuenta con alguna red social?



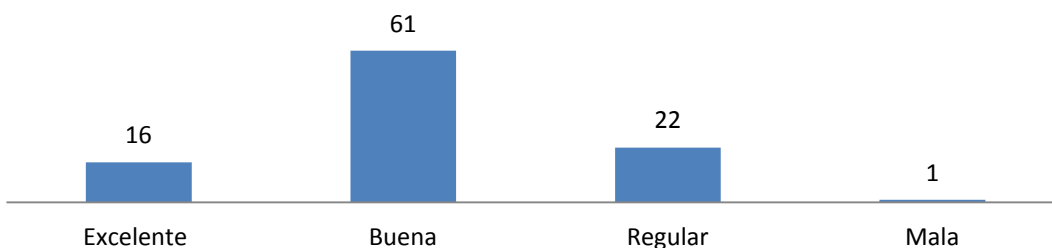
8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabata?



9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web?



10. ¿Qué le ha parecido la imagen del CK?



Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anoté una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>No es nec.</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Publ. en general</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anoté una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>Preguntar en el CB</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? ☐ 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>B</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anoté una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Lista de materiales</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anoté una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☐ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Circular / Avisos</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2 ☒ 1 ☒ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre ☒ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No ☐ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Contenido</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria ☒ Licenciatura___ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3 ☒ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No ☐ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si___ No ☒ ¿Por qué? <u>no importa</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? ___ 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2 ☒ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre ☒ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No ☐ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si___ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>cal circulares</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1 ☒ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre___ Frecuentemente ☒ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No ☐ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si___ No ☒ ¿Por qué? <u>prefiere llamar</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? ___ 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Infinitas</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>info del mes</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☒ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Precios</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>regular</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☒ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>sí tiempo</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☒ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☐ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>info</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Exclamante</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1 ☒ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? <u>cel.</u> 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? _____ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? _____ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>com y maestros</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☒ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? _____ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? _____ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☐ ¿Por qué? _____ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Tareas</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☒ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☐ 1 ☒ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? _____ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? _____ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? _____ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>info de la ex.</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? _____ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb, Tw</u> No ☐ ¿Por qué? _____ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☐ ¿Por qué? _____ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Info</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>El ck se bota</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Boletín</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Regular</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Boletín</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>todo el día trabaja</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Info</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☐ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Lo</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Inform.</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>Que no se sabe</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>Falta de tiempo</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Regular</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☐ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>sin tiempo</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>no tiene tiempo</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Regular</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Artículos, circular, etc.</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Info</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Listas de útiles</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>Le hace la esposa</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☐ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>whatsapp</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>menú</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Forarios</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? No ☒ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Utilices, avisos, menú, etc</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☒ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☒ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>info-material</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>No han contestado a sus dudas preguntas y necesidades</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb, ms</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Circular</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ.

Anote una palomita en la respuesta seleccionada

1. Edad
Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐
2. Educación
Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐
3. Tipo de vivienda
Propia ☒ Rentada ☐
4. Cantidad de hijos
Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐
5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet?
Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐
6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet?
Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál?
7. ¿Cuenta con alguna red social?
Si ☒ ¿Cuál? Fb No ☐ ¿Por qué?
8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta?
Si ☒ No ☐ ¿Por qué?
9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web?
Info de la UACJ.
10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web?
Bueno

Es una encuesta para una investigación sobre el mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ.

Anote una palomita en la respuesta seleccionada

1. Edad
Menos de 20 ____ Entre 21 y 28 ____ Entre 29 y 36 ✓ Más de 37 ____
2. Educación
Primaria ____ Secundaria ____
Preparatoria ✓ Licenciatura ____ Maestría ____ Doctorado ____
3. Tipo de vivienda
Propia ✓ Rentada ____
4. Cantidad de hijos
Más de 3 ____ 3 ____ 2 ____ 1 ✓
5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet?
Siempre ✓ Casi siempre ____ Frecuentemente ____ Casi nunca ____ Nunca ____
6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet?
Casa ____ Trabajo ✓ Otro ____ ¿Cuál?
7. ¿Cuenta con alguna red social?
Sí ✓ ¿Cuál? ____ No ✓ Por qué? shurmpo
8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta?
Sí ✓ No ____ ¿Por qué?
9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web?
Avisos - toronv
10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web?
P

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36___ Más de 37 <u>✓</u> 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura <u>✓</u> Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia <u>✓</u> Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2 <u>✓</u> 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre <u>✓</u> Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál? <u>celular (datos)</u> 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si <u>✓</u> ¿Cuál? <u>Fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si <u>✓</u> No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Circular B</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36___ Más de 37 <u>✓</u> 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria <u>✓</u> Licenciatura___ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia___ Rentada <u>✓</u> 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1 <u>✓</u> 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre___ Frecuentemente <u>✓</u> Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa <u>✓</u> Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? <u>tiempo</u> Si___ ¿Cuál?___ No <u>✓</u> ¿Por qué? <u>Perdida de</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si <u>✓</u> No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>caracter sus actividades</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36___ Más de 37 <u>✓</u> 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura <u>✓</u> Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia <u>✓</u> Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2 <u>✓</u> 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre <u>✓</u> Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo <u>✓</u> Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si <u>✓</u> ¿Cuál? <u>Fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si <u>✓</u> No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>calendario</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ * Entre 29 y 36 <u>✓</u> Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura <u>✓</u> Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia___ Rentada <u>✓</u> 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre <u>✓</u> Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa <u>✓</u> Trabajo <u>✓</u> Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si <u>✓</u> ¿Cuál? <u>Fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si <u>✓</u> No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Circular</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura___ Maestría ☒ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2 ☒ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Info de la escuela</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria ☒ Licenciatura___ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1 ☒ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre___ Frecuentemente ☒ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si___ ¿Cuál?___ No ☒ ¿Por qué? <u>NO</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Menú y calendario</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37___ 2. Educación Primaria ☒ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura___ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia___ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3 ☒ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>circulor</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36___ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☒ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si___ No ☒ ¿Por qué? <u>se enteró en la clase</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>_____</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>no tiene tiempo</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>No alcanza</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Info</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Calendario</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Info sobre clases</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☐ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Exámenes</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Cuentas</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>regular</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☒ <u>siempre</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? ☐ 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☒ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☒ <u>su esposa</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? ☐ 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>información, menu, eventos</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>al principio de casos hijos</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>ver telefono</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? <u>Datos</u> 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>menu</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☒ calcular 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? ☐ 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>información</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☒ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☒ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>calcular</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>lista de oficios</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ.
Anote una palomita en la respuesta seleccionada

- Edad
 Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐
- Educación
 Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐
- Tipo de vivienda
 Propia ☐ Rentada ☒
- Cantidad de hijos
 Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐
- ¿Con qué frecuencia accede a Internet?
 Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐
- ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet?
 Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐
- ¿Cuenta con alguna red social?
 Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐
- ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta?
 Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☒ no he ido a ver.
- Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web?
☐
- ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web?
☒ Buena

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ.
Anote una palomita en la respuesta seleccionada

- Edad
 Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐
- Educación
 Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐
- Tipo de vivienda
 Propia ☒ Rentada ☐
- Cantidad de hijos
 Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐
- ¿Con qué frecuencia accede a Internet?
 Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐
- ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet?
 Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐
- ¿Cuenta con alguna red social?
 Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐
- ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta?
 Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐
- Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web?
☒ información
- ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web?
☒ Buena

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ.
Anote una palomita en la respuesta seleccionada

- Edad
 Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐
- Educación
 Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐
- Tipo de vivienda
 Propia ☐ Rentada ☒
- Cantidad de hijos
 Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐
- ¿Con qué frecuencia accede a Internet?
 Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐
- ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet?
 Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐
- ¿Cuenta con alguna red social?
 Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐
- ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta?
 Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐
- Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web?
☒ menú
- ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web?
☒ buena

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ.
Anote una palomita en la respuesta seleccionada

- Edad
 Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐
- Educación
 Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐
- Tipo de vivienda
 Propia ☒ Rentada ☐
- Cantidad de hijos
 Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐
- ¿Con qué frecuencia accede a Internet?
 Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐
- ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet?
 Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐
- ¿Cuenta con alguna red social?
 Si ☒ ¿Cuál? ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐
- ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta?
 Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐
- Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web?
☒ info
- ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web?
☒ Excelente

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo ☒ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>correo</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>utilis</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre ☒ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>exámenes</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre ☒ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo ☒ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué? <u>pide la info en la esc.</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>i</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre ☒ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo ☒ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Estilos</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria ☒ Licenciatura___ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2 ☒ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si___ No ☒ ¿Por qué? <u>había arecep</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? ___ 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36___ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2 ☒ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si___ No ☒ ¿Por qué? <u>recipien la dice</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? ___ 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36___ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia___ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2 ☒ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>calendar</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36___ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2 ☒ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre___ Frecuentemente ☒ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si___ No___ ¿Por qué? <u>no tiene tiempo</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? ___ 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☐ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>informa</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☐ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>no es nec.</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb-wa</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>Lo chueca en fb</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☒ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Ubicación al iniciar el clic</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Info del curso</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Menu</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>trabajo</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>su respuesta lo hace</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☐ ¿Cuál? ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>tiempo</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>no me le avisaron</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>no</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria ☒ Preparatoria___ Licenciatura___ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>menu</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre ☒ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>info</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria ☒ Licenciatura___ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo___ Otro ☒ ¿Cuál? <u>Escuela</u> 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb-Inst</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>menu, calendario</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>excelente</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura___ Maestría ☒ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>info</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia___ Rentada ☒ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si___ No ☒ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>no sabía</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Regular</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36 ☒ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3___ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>menu</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36___ Más de 37___ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria___ Licenciatura ☒ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☒ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre___ Casi siempre ☒ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa___ Trabajo ☒ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si___ ¿Cuál?___ No ☒ ¿Por qué? <u>correo</u> 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>chequear menu</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20___ Entre 21 y 28___ Entre 29 y 36___ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria___ Secundaria___ Preparatoria ☒ Licenciatura___ Maestría___ Doctorado___ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada___ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☒ 3___ 2___ 1___ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre___ Frecuentemente___ Casi nunca___ Nunca___ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo___ Otro___ ¿Cuál?___ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>FB</u> No___ ¿Por qué?___ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No___ ¿Por qué?___ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>información</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☒ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Info del curso</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☒ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb-In</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>ver información</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☒ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☒ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>comunicados</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☒ 3 ☐ 2 ☐ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? ☐ 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? ☐ 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? ☐ 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>info</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☒ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Eventos</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelente</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Info sobre el colegio</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☐ Maestría ☒ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☒ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☒ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Comunicada</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Excelentes</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☐ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☒ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☐ Licenciatura ☒ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Circular mensual</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>Eventos, horarios, avisos</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>habla x tel.</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>
Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☒ Casi siempre ☐ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☒ No ☐ ¿Por qué? 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? <u>información</u> 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>	Es una encuesta para una investigación de mercado realizada para la licenciatura en Publicidad de la UACJ. Anote una palomita en la respuesta seleccionada 1. Edad Menos de 20 ☐ Entre 21 y 28 ☒ Entre 29 y 36 ☐ Más de 37 ☐ 2. Educación Primaria ☐ Secundaria ☐ Preparatoria ☒ Licenciatura ☐ Maestría ☐ Doctorado ☐ 3. Tipo de vivienda Propia ☒ Rentada ☐ 4. Cantidad de hijos Más de 3 ☐ 3 ☐ 2 ☒ 1 ☐ 5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet? Siempre ☐ Casi siempre ☒ Frecuentemente ☐ Casi nunca ☐ Nunca ☐ 6. ¿En qué lugar suele acceder con mayor frecuencia a Internet? Casa ☒ Trabajo ☐ Otro ☐ ¿Cuál? 7. ¿Cuenta con alguna red social? Si ☒ ¿Cuál? <u>Fb, tw</u> No ☐ ¿Por qué? 8. ¿Ha ingresado al sitio web del Colegio Kawabta? Si ☐ No ☒ ¿Por qué? <u>ignoraba</u> 9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Qué es lo que ha buscado en el sitio web? 10. ¿Qué le ha parecido la imagen del sitio web? <u>Buena</u>

Bibliografía

Alet, J. (2011). *Marketing directo e interactivo*. Madrid: ESIC: Editorial

AMAI (Asociación de Agencias Mexicanas de Investigación). Recuperado el 6 de Octubre del 2015. <http://nse.amai.org/>

AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet). Recuperado el 29 de Septiembre del 2015.

https://amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNauta_MEXICANO_2015.pdf

Aranda, A., y Zabalza, I. (2010). *Ecodiseño y Análisis de Ciclo de Vida*. España: Prensa Universitaria Zaragoza

Booth. C. W., Colomb. G. G., y Williams, M. J. (2001). *Cómo convertirse en un hábil investigador*. Barcelona, Esp: Gedisa

Clow, K. E., y Baack, D. (2010). *Publicidad: Promoción y Comunicación Integral en Marketing* (4^a ed). México: Pearson Educación

Clow, K. E., y Baack, D. (2012). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications*. New Jersey: Pearson.

Craig, S. R. (2008). *Cómo hacer marketing sin recursos*. Argentina: Granica Ed.

Fischer, L., y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (4^a. ed). México, D.F.: McGraw Hill.

García-Ulecia, M. (2011). *Las claves de la publicidad* (7^a ed.). México: ESIC

Goñi, V, A. *Desarrollo de la creatividad*. Recuperado el 4 de Marzo del 2016.
https://books.google.com.mx/books?id=ppYeysf2PCoC&pg=PA27&dq=wallas+proceso+creativo&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q=wallas%20proceso%20creativo&f=false

Guzmán, J. E., (2003). *Desarrollo de campaña publicitaria*. Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Nuevo León, Nuevo León, México.

Kasriel—Alexander, D. (2015, Diciembre 18). *Millenials: Marketing to a Global Generation*. Recuperado el 8 de Febrero de 2016,
<http://blog.euromonitor.com/2015/12/qamillennials-marketing-to-a-global-generation.html>

Kariel-Alexander, D. (2015, Febrero 5). Las 10 tendencias de consumo para el año 2015. Recuperado el 16 de Septiembre de 2015.
<http://blog.euromonitor.com/2015/02/qa-top-10-consumer-trends-for-2015.html>

Kotler, P. y Armstrong, G., (2008). *Fundamentos de marketing* (8^a ed). México: Pearson Educación.

Lamb, C. W., Hair, J. F. y McDaniel, D., (2006). *Marketing* (8va ed). México: Thomson Learning

Liberos, E., Nuñez, A., Bareño, R., Garcia, R., Gutiérrez, J. y Pino, G. (2013). *El libro del marketing interactivo y la publicidad digital*. España: ESIC Editorial.

Malhotra, N., (2004). *Investigación de mercado*. México: Pearson Educación.

Matathia, Ira y Salzman, Marian: *Tendencias: las claves del futuro próximo*. (1^a ed). Barcelona, Esp.: 2001

Notimex. (2013, Junio 16). *México tiene la mayor tasa de líderes Millenials: estudio*. Recuperado el 24 de Febrero de 2016

<http://www.altonivel.com.mx/36415-mexico-tiene-la-mayor-tasa-de-lideres-millennials-estudio.html>

Rusell, J., Thomas, J., Ronald, L. W. y Whitehill, K. (2005). *Publicidad* (16^a ed). México: Pearson

Sastré, C. (2009). *Diccionario de Dirección de Empresas y Marketing*. Madrid, Esp: Ecobook.

Kanuk, L. L. (2005) *Comportamiento del consumidor* (8^a ed.). México: Pearson

Sierra, P. I. y Carrascal, T. N. (2008). *La gestión de ambientes de aprendizaje y el desarrollo de competencia*. México

SITAL (Sistema de Información de Tendencias Educativas de América Latina).

Recuperado el 12 de Septiembre del 2015. <http://www.siteal.iipe-oei.org/etiqueta/13/educacion-y-mercado-laboral>

Wells, W. D., Moriarty, S., y Burnett, J. (2007). *Publicidad: Principios y Práctica* (7^a ed). Estado de México: Pearson.