

## **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación tiene como estudio “**Estudio de posicionamiento para el Centro de Educación Continua de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE en el Distrito Metropolitano de Quito y cantón Rumiñahui**”. El CEC-ESPE es de las pocas unidades dentro de la universidad, que se auto gestiona a través de capacitaciones, compitiendo así con varias entidades de similar giro de negocio en el país. Se determinó la situación actual del centro para establecer el posicionamiento del mismo a través de encuestas a personas que pertenezcan a la Población Económicamente Activa y aportar con una propuesta que permita dar directrices a los miembros del Centro de Educación Continua, para mejorar su imagen corporativa y sus estrategias de comercialización que le permitan competir en el mercado e incrementar su volumen de ventas.

Palabras clave:

- **POSICIONAMIENTO**
- **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**
- **COMPETENCIA**
- **CENTRO DE CAPACITACIÓN**
- **ESTRATEGIA**

## **ABSTRACT**

This research project has as study "Positioning study for the Center for Continuing Education of the University of the Armed Forces - ESPE in the Metropolitan District of Quito and Rumiñahui canton." The CEC-ESPE is one of the few units within the university, which manages itself through training, thus competing with several entities with similar business activities in the country. The current situation of the center was determined to establish its positioning through surveys of people belonging to the Economically Active Population and provide a proposal that allows guidelines to be given to the members of the Center for Continuing Education, to improve its corporate image and its marketing strategies that allow it to compete in the market and increase its sales volume.

Keywords:

- **POSITIONING**
- **MARKET RESEARCH**
- **COMPETITION**
- **COMPETENCE CENTER**
- **STRATEGY**