

Administración

La planeación, eje de crecimiento y consolidación institucional

Carlos Eduardo Puerta Monroy
Director administrativo.
direccionadministrativa@fucla.edu.co
Daniela Palacio Mejía
Analista de Planeación.
planeacion@fucla.edu.co

Quibdó – Chocó
Enero de 2014

Resumen

La gestión del proceso de planeación de la Fundación Universitaria Claretiana –FUCLA– obedece a la intención de su propuesta educativa, consignada en el Proyecto Educativo Institucional, de prestar el servicio público de la educación con la pertinencia y con la calidad que demanda la región y la cultura del contexto donde la Institución hace presencia.

En ese orden de ideas la planeación universitaria se ciñe rigurosamente al desarrollo de las directrices institucionales manifiestas en sus postulados de misión y de visión, a través de la definición de sus elementos nucleares y el posterior alineamiento para definir los objetivos, las políticas y las estrategias; estas últimas concebidas a manera de proyectos.

La ejecución tiene como instrumento de gestión el proyecto estructurado sobre fases que finalmente desencadena en actividades. Las fases se conciben como la estructura básica para las metas; las cuales a su vez se constituyen en el insumo para el seguimiento, la medición y la evaluación, mediante indicadores.

Por su parte el control en la ejecución se lleva a cabo mediante el Plan Anual Estratégico –PAE–, instrumento diseñado para plasmar y dar evidencia de los resultados de las actividades estratégicas, de manera cronológica y acorde con lo formulado en los proyectos.

Palabras claves

Misión, visión, objetivos, políticas, estratégicas y proyectos.

Introducción

La FUCLA como Institución de Educación Superior –IES– define para el desarrollo de su dinámica académica y administrativa, un proyecto educativo, donde se concreta el resultado del ejercicio de reflexión que realiza su comunidad académica alrededor de lo que pretende que sea la Institución y lo que aspira llegar a ser en un futuro.

El Proyecto Educativo Universitario –PEU– como carta de navegación por excelencia del direccionamiento estratégico, encuentra su esquema de operación en el diseño, la formulación y la ejecución de proyectos para la realización de sus actividades del mediano y largo plazo y en el levantamiento y mejoramiento de procesos, para el desarrollo de sus actividades del corto plazo.

Las actividades del mediano y del largo plazo representadas en proyectos, están encaminadas al logro de la visión institucional, es decir al alcance de aquellas metas que le permitan hacer realidad sus sueños de desarrollo y de crecimiento y se concretan en el plan de desarrollo.

Las actividades del corto plazo, representadas en procesos y procedimientos, desarrollan la misión y propenden por mejorar la capacidad de respuesta de la Institución a las demandas del diario acontecer dentro de las actividades normales y se concretan en un sistema de gestión por procesos.

La gestión de proyectos y la gestión por procesos facilitan a la academia y a la administración unos resultados pertinentes y acordes con las necesidades del estudiante como su razón de ser; de otro lado, dota a la Institución y a su talento humano de instrumentos que permitan mejorar la capacidad de respuesta de manera ágil y oportuna. De esta manera se va a disponer de un sistema de gestión coherente y efectivo para respaldar la forma en que la FUCLA asume el compromiso de la formación, de la investigación y de la interrelación con la región donde hace presencia.

Bajo el enfoque de estos dos referentes se emprende la gestión de las actividades académico administrativas que van consolidando toda una cultura, que le facilita al talento humano el desempeño de sus funciones acorde con el direccionamiento estratégico representado en la visión y en la misión institucional.

Así las cosas, el proceso de planeación asume todas las actividades relacionadas con el logro de los objetivos del mediano y largo plazo, representadas en los proyectos y las actividades vinculadas con el logro de los objetivos de corto plazo, representadas en los procesos. En ambos eventos, se procede con la formulación, la coordinación de su ejecución y el seguimiento y evaluación para la entrega de los resultados esperados.

Los objetos de trabajo para el desarrollo del proceso de planeación lo constituyen entonces la gestión del plan de desarrollo, la gestión por procesos y la gestión de la calidad institucional, bajo los referentes del PEU, de los resultados del ejercicio de autoevaluación y de las condiciones, lineamientos y requisitos de los estándares de calidad académica y organizacional, emanados de las autoridades en la materia como el Ministerio de Educación Nacional –MEN–, el Consejo Nacional de Acreditación –CNA– y la International Standard Organization –ISO–, entre otras.

1. Ejecución de la estrategia de manera gráfica

Todo el conjunto de las actividades que desarrolla la FUCLA en cumplimiento de su misión para el logro de su Visión, deben estar contenidas en el plan de desarrollo o en los procedimientos de los procesos que conforman el sistema de gestión de la calidad. Las actividades que así no lo fueren, deben ser objeto del análisis para su inclusión en la estrategia institucional.

El siguiente gráfico ilustra la forma como se concibe la ejecución de la estrategia de la FUCLA; dicho de otra manera el gráfico enseña cómo se lleva a cabo el proceso de planeación dentro de la Institución.

Ejecución de la visión



Ejecución de la misión



Ejecución de la política de calidad



De esta manera para llevar a feliz término la ejecución de las actividades encomendadas al proceso de planeación, se reestructuró la dependencia a manera de staff, con dependencia directa de la rectoría y la asignación de unas funciones orientadas a la planeación institucional propiamente dicha, representadas en el plan de desarrollo y el sistema de gestión de la calidad, a la coordinación, la evaluación y el seguimiento a su ejecución.

2. Gestión del plan de desarrollo

El plan de desarrollo es el conjunto de objetivos, políticas y estrategias que define la FUCLA para hacer realidad el sueño plasmado en su visión; cuyos resultados la van consolidando como una Institución en un proceso continuo de crecimiento y de desarrollo. Así concebido, en el año 2012 se hace una apuesta por su actualización bajo un nuevo enfoque metodológico que le permita tener una mayor claridad en cuanto a los instrumentos para su formulación y ejecución plasmados en proyectos. La esencia del plan como tal, se conservó en un 90%, su actualización, como se dijo, obedeció más a forma

Luego de un trabajo con académicos y administrativos se llevó a cabo un ejercicio alrededor de esos sueños que entregó como resultado lo relacionado en el siguiente cuadro:

SECTOR ESTRATÉGICO	LÍNEA ESTRATÉGICA	PROYECTO
Docencia	Gestión Académica	Ampliación y consolidación de oferta académica
		Acreditación de alta calidad de los programas académicos
	Gestión curricular	Fortalecer la dependencia de Innovación y Desarrollo de Medios y Mediaciones para ser líderes en Educación a distancia
		Renovación curricular
		Conformación y cualificación cuerpo docente
		Fortalecimiento de los CAT
		Fortalecimiento del Desarrollo de Competencias Comunicativas en Lengua Extranjera
Fortalecimiento del sistema de Biblioteca		
Investigación	Investigación	Consolidación de la formación investigativa
		Fortalecimiento del desarrollo de la investigación - INEPA
		Implementación de la editorial institucional
Extensión	Extensión	Consolidación de la proyección social
		Fortalecimiento de la educación continuada
		Estructuración de la prestación de los servicios de asesoría y de consultoría
		Consolidación de la extensión cultural de FUCLA.
Internacionalización	Internacionalización	Consolidación de internacionalización de la FUCLA
Bienestar Universitario	Bienestar Universitario	Implementación del sistema de bienestar universitario
Administración - Apoyo	Secretaría General	Encuadramiento de la normatividad interna.
		Estructuración de la gestión documental
		Fortalecimiento del registro y control académico
	Mercado	Elaboración del plan de mercadeo
	Comunicación	Elaboración del plan de comunicación
	Recursos Físicos y Financieros	Estructuración e Implementación del Modelo Administrativo y Financiero
		Adecuación de la institución a las necesidades de infraestructura.
TIC	Modernización de los sistemas de información Institucionales	
Gestión Humana	Desarrollo del modelo TIC	
Gestión y Calidad	Calidad Institucional	Implementación del sistema de gestión del talento humano
		Implementación de un sistema para la calidad institucional
	Desarrollo Regional	Implementación del sistema de costos y presupuestos
		Fomento Universitario

Tabla 1. Proyectos del plan de desarrollo

El proyecto se convierte entonces en el instrumento por excelencia para poder plasmar las iniciativas que son estructuradas por fases, para ser desarrolladas por actividades en períodos de tiempo previamente definidos, con una asignación de recursos determinada a manera de presupuesto de inversión

La ejecución de las actividades se lleva a cabo bajo la responsabilidad de un líder y con la asistencia y acompañamiento de la Analista de planeación, quien acorde con los instrumentos definidos para el efecto, orienta y marca el camino para que el desarrollo de las actividades estén dirigidas al logro de los objetivos y de las metas.

Corresponde a dicha funcionaria la evaluación y el seguimiento a los resultados, que a manera de evidencias objetivas, son analizados para su medición y posterior computación de la ejecución del plan de desarrollo. De la misma forma se elaboran los informes de ejecución que se presentan a la alta dirección donde se toman las decisiones correspondientes que permiten la retroalimentación del plan.

Lo que se pretende con el plan de desarrollo es poder llevar a buen fin el PEU. En este sentido, la FUCLA en el ejercicio que realiza con académicos y administrativos, parte de los postulados de la Visión, de la Misión, y de la política de calidad definida para el desarrollo de la gestión. Los elementos claves contenidos en dichos postulados son tomados como los elementos nucleares, que le dan fundamento a la formulación de los objetivos que respaldan la propuesta educativa, habida consideración de su contexto interno y de su contexto externo.

La claridad en la Visión y Misión, en la política y en los objetivos, se fundamenta en la definición de los elementos nucleares; es decir en la concepción que la cultura de la comunidad académica de la FUCLA tiene de cada una de las directrices que expresan sus principios fundamentales. Fruto del consenso de académicos y administrativos se obtuvo del Plan de Desarrollo 2014-2017 el siguiente resultado: (Plan de Desarrollo 2014.2017, 2013, p 17-22).

a Misión

La Fundación Universitaria Claretiana –FUCLA es una IES de frontera, inspirada en el proyecto humanización, fundamentada en la tradición cristiana y animada por el carisma claretiano, desarrolla la formación integral mediante la docencia, la investigación y la extensión, para que la comunidad educativa sea partícipe de los cambios que requiere la sociedad, con justicia social, desarrollo humano y paz, dentro del contexto regional, nacional e internacional.

Fundamento:

La Fundación Universitaria Claretiana -FUCLA, IES de frontera, inspirada en el proyecto de humanización, fundamentada en la tradición cristiana y animada por el carisma claretiano.

¿Qué es frontera para la FUCLA?: Es la concepción de la FUCLA del término frontera en el sentido geográfico, cultural, social, económico, religioso, de saberes y de tecnología.

Qué haremos:

La formación integral: Adquisición de las competencias de un saber determinado dentro del respeto de la dignidad humana, sensibles y responsables ante la situación social y el medio ambiente.

Adquisición de las competencias: Competentes en la práctica científica y humanística: Estudiantes y egresados formados con conocimientos para ser, saber, hacer, y saber hacer en el contexto.

Respetuoso de la dignidad humana: Éticos en su conducta: Personas formadas con principio y valores. La equidad de género: Personas

conscientes de la igualdad entre hombres y mujeres. Reconocedores de las diferencias: Personas formadas para debatir y discutir en aras de enriquecer el objeto de estudio.

Sensibles y responsables ante la situación social: Personas formadas como ciudadanos de bien con responsabilidad ante la sociedad que los alberga.

Respetuosos por el medio ambiente: Promotores del equilibrio ecológico: Promover desde la academia el respeto por el medio ambiente al desarrollar las actividades que le sean propias a la comunidad educativa y a la sociedad en general.

Cómo la haremos:

Mediante la docencia, la investigación y la extensión como las funciones sustantivas para el desarrollo y la práctica académica.

Docencia: Es la función sustantiva por excelencia. La FUCLA la concibe como el proceso dirigido a la formación integral de profesionales idóneos para aportar con responsabilidad social al crecimiento y desarrollo de las regiones donde actúa y del país.

Investigación: Es el proceso en la FUCLA orientado a la búsqueda y aplicación de nuevos conocimientos que contribuyan a la innovación en la solución de los problemas de su entorno y de la nación.

Extensión: Es el proceso mediante el cual la FUCLA se relaciona con la comunidad de su entorno, en aras a mejorar su calidad de vida, mediante el vínculo académico y cultural, y la prestación de servicios.

Para qué lo hacemos:

Para que la comunidad educativa y sus integrantes sean actores de cambio con justicia social, desarrollo humano, y paz dentro del contexto regional, nacional e internacional.

Comunidad educativa: Es el grupo de personas conformado por los estudiantes, los profesores, los empleados y los egresados de la FUCLA, que intervienen en el desarrollo, el crecimiento y el mejoramiento de la Institución.

Cambio con justicia social: Es el conjunto de soluciones a los problemas de la comunidad donde actúa la FUCLA, de manera equitativa y dentro del mayor respeto por la diferencia.

Desarrollo humano: Son las actitudes que asumen de manera sistemática las personas que conforman la comunidad universitaria de la FUCLA y de su entorno, para alcanzar cada día una mejor calidad de vida.

Paz: Es el estado ideal para el desarrollo libre del ser, dentro de un marco de convivencia y de amor por sus semejantes.

Contexto regional: Es el conjunto de personas con una cultura y patrones de vida propios que conforman una comunidad, delimitada geográficamente dentro del territorio nacional.

Contexto nacional: Es el conjunto de personas con una cultura y patrones de vida propios que conforman una comunidad, delimitada geográficamente dentro del mundo.

Contexto internacional: Es el conjunto de personas con una cultura y patrones de vida propios que conforman la comunidad internacional.

b Visión

La Fundación Universitaria Claretiana – FUCLA – será identificada como una Institución de Educación Superior de frontera, comprometida con la

formación integral de personas, que aporten a la paz y a la construcción de región en los diversos contextos socioculturales. (Fundación Universitaria Claretiana, 2012)

Qué queremos:

Ser identificados como una Institución de Educación Superior de frontera, comprometida con una formación integral de personas.

Cómo lo haremos:

Mediante la docencia, la investigación y la extensión.

Para qué lo haremos:

Para que los involucrados aporten a la paz y a la construcción de región en los diversos contextos socioculturales.

Construcción de región: Es el conjunto de soluciones aportadas sistemáticamente por la FUCLA para el desarrollo y crecimiento de las regiones donde hace presencia.

Contextos socioculturales. Es la integración del contexto regional, nacional e internacional.

Política de calidad

Propender por la calidad en los procesos para la formación integral de hombres y mujeres, respetuosos de la dignidad humana, del medio ambiente y sensibles y responsables ante la situación social; que con su actuación aporten al cambio de las regiones, con justicia social, desarrollo humano y paz.

Para el alcance de sus logros la FUCLA, a través de su talento humano, realiza una gestión con criterios de eficiencia administrativa, bajo el enfoque de procesos y en un clima de Bienestar Universitario.

Qué haremos:

Propender por la calidad en los procesos de formación integral.

Cómo:

Mediante una gestión por procesos, el desarrollo humano de las personas en un ambiente de Bienestar Universitario y un manejo adecuado de los recursos.

Gestión por procesos: Es un sistema de gestión con una marcada dirección a la satisfacción de las necesidades del cliente.

Bienestar Universitario: Es el proceso que contribuye a la formación integral y a la permanencia con calidad de los estudiantes y al desarrollo humano y mejoramiento de la calidad de vida de profesores, empleados y egresados

Manejo adecuado de los recursos: Es el conjunto de actividades que se desarrollan dentro de los procesos académico administrativo, con miras a racionalizar el gasto.

Para qué:

Para facilitar el desarrollo de los procesos de docencia, de investigación, de extensión y proyección social.

Acto seguido a la definición los elementos nucleares se alinean de manera coherente, de tal forma que le permita al equipo de trabajo interpretar lo que se pretende expresar estratégicamente. Esta interpretación se le denomina Directriz Estratégica.

Acorde con el conocimiento del contexto universitario, de sus fortalezas y de sus debilidades, del contexto externo de la FUCLA y de los resultados de los procesos de auto evaluación, se definen los objetivos estratégicos, a manera de propuesta educativa.

Los objetivos estratégicos constituyen la propuesta educativa, es lo que la Institución define para su futuro, en aras de su crecimiento y desarrollo. Y es sobre lo cual se va a llevar a cabo en su plan de desarrollo.

A partir de esas definiciones se plantean nuevas directrices u orientaciones para la operación que se denominan Políticas, las cuales facilitan el planteamiento de los objetivos operativos, que no son nada diferente a la planeación de la ejecución de la propuesta educativa.

Pues bien, los objetivos operativos así concebidos dan pie a la definición de estrategias o conjunto de actividades en forma de proyectos para lograr su ejecución.

La manera de llevar a cabo los proyectos se hace mediante la definición de las fases, que a su vez contienen el conjunto de actividades como la parte más operativa de la ejecución de la estrategia.

Para la definición del objetivo final y de las metas, el proyecto define previamente su objetivo general y sus objetivos específicos; de tal manera que exista correspondencia entre lo que se pretende y lo que se ejecuta.

Ahora bien, si se trata de un ejercicio de planeación efectivo, resulta de gran trascendencia disponer de los instrumentos necesarios que permitan su evaluación y seguimiento en forma efectiva, de tal manera, que faciliten el control de su ejecución. Para llevar a cabo dicho control se ha definido un instrumento que permite consignar para cada anualidad, las actividades ordenadas cronológicamente, los recursos, los responsables, las metas, los indicadores y los productos.

El instrumento en mención se configura en un Plan Anual Estratégico -PAE- diligenciado en la medida que avanza la ejecución del plan de desarrollo y que sirve de fundamento para presentar los correspondientes informes, que mensualmente se le presentan al Rector.

3. Gestión de procesos

El estudiante es la razón de ser de la FUCLA; es estos a quien se dirige el resultado, todo el esfuerzo de la dinámica académico administrativa, para brindarles una formación acorde con las necesidades del entorno que lo alberga, de manera general y a sus propias necesidades, de manera particular.

Desde este punto de vista la responsabilidad social de la Institución es de gran trascendencia dentro del contexto del sector educativo en Colombia y de manera específica en las regiones donde hace su presencia, como reza su misión.

Es precisamente esa misión, el fundamento para dar respuesta a los desafíos que se ponen en contexto a la hora de asumir dicha responsabilidad social. Su estructuración en procesos para ser realizada, le permite de manera clara y coherente llegarle al estudiante como receptor primario del resultado del proceso de enseñanza aprendizaje y a la familia y a la sociedad, como receptores del impacto del proceso formativo.

Este proceso se diseña sobre la base de las necesidades del estudiante, para definir sus objetivos, y su alcance. Al igual que los proyectos, el proceso tiene sus propias actividades agrupadas ya no en fases, sino en procedimientos y que son desarrolladas de manera repetitiva y sobre estándares de desempeño previamente adoptados para su formalización.

El proceso formativo es el proceso por excelencia dentro del diario hacer de la labor universitaria, pero existen obviamente otros procesos que en conjunto llevan a cabo una serie de actividades necesarias para orientar, apoyar o evaluar los procesos misionales de formación, de investigación y de extensión y proyección social.

Dentro de los procesos que orientan la gestión de la FUCLA se encuentran el de gestión estratégica, que tiene que ver con todo lo relacionado con el direccionamiento estratégico y su realización en la gestión del plan de desarrollo y el proceso de Gestión del Mejoramiento, relacionado con el desarrollo de las actividades involucradas en el desarrollo y mejoramiento del sistema de gestión de la calidad.

Los procesos de apoyo constituyen todo aquel conjunto de actividades que son desarrolladas para dar soporte a la labor académica. Se encuentran dentro de este grupo entre otras, las actividades relacionadas con el suministro de los recursos de apoyo académico, de talento humano, de infraestructura, de mantenimiento, de compras y financieros.

Los procesos misionales, estratégicos, de apoyo y de evaluación a la gestión conforman lo que algunos teóricos denominan cadena de valor y otros, mapa de procesos.

Desde el año 2012 se avanza en el diseño de su sistema de gestión por procesos como preámbulo a la gestión de la calidad desde dichos procesos. En este sentido se ha diseñado la cadena de valor o mapa de procesos de la FUCLA, como se ilustra en el siguiente gráfico:



Gráfico 2. Cadena de Valor

Cada uno de los procesos tiene su propia caracterización donde se plasma toda su planificación:

Los objetivos con base en las necesidades del receptor del servicio o del resultado del proceso.

El alcance que define los límites del proceso, es decir donde inicia y donde termina.

Las actividades mayores del proceso bajo el marco del Planear, Hacer, Verificar y Ajustar –PHVA-.

Los documentos externos e internos: Que son todas las normas y procedimientos que gobiernan el proceso.

Los recursos: Grupo de personas, elementos, infraestructura, entre otros, necesarios para el desarrollo del proceso.

Los indicadores: Instrumento de medida para evaluar el logro de las metas del proceso.

Finalmente, los procedimientos que igualmente hacen parte del proceso, agrupan el conjunto de actividades que le dan operatividad: Tienen su propio objetivo, su propio alcance, las actividades como tal, los responsables y lo más importante, los registros que dan la evidencia de que si se cumple.

Gestión de la calidad

Con base en estas premisas se asume el compromiso con la calidad Institucional de la FUCLA, representada en la calidad académica bajo los lineamientos de acreditación emanados del Consejo Nacional de Acreditación –CNA– y en la calidad en su gestión bajo los requisitos de la norma ISO 9001:2008.

La calidad de una institución se reconoce cuando define su misión y planifica todo el quehacer de acuerdo con sus postulados, define objetivos y metas y evalúa mediante indicadores sus logros. Así mismo, diseña y labora mecanismos de mejoramiento que permitan subsanar los desvíos o los sesgos hallados en el proceso de ejecución.

El proceso de calidad es llevado a cabo dentro de la dinámica organizacional de la Institución, independiente del contexto en que se encuentre, esto es, en su sede central o en las regiones donde hace presencia.

Bien es sabido que la calidad debe ser una característica propia de la identidad de la FUCLA, en aras de asumir con eficacia la responsabilidad social que le

compete como una organización prestadora de un servicio público como la educación.

La FUCLA pretende que su calidad académica y administrativa obedezca a los postulados de sus principios y fines, y no al afán por acceder a reconocimientos, que aunque son de gran trascendencia, no constituyen para ella un objetivo en sí mismo.

Habida cuenta que su diseño estratégico, su ejecución, evaluación y seguimiento encuentra la coherencia necesaria para cumplir con los objetivos superiores de la Institución, resulta menester de su proceso de planeación, disponer de todo el engranaje administrativo para la rendición de cuentas ante la sociedad, sobre la prestación de los servicios educativos.

Nada mejor que para dicha rendición, someter su gestión al cumplimiento de los lineamientos que definen las autoridades educativas para el reconocimiento de la calidad académica, representadas en el otorgamiento y renovación de los registros calificados de sus programas y en la acreditación de alta calidad de los mismos.

Para su desarrollo se acude a las acciones, las actividades, los procesos, las funciones, etc. dentro de un marco de gestión con enfoque sistémico, para propender por esa calidad. Entonces se habla de un Sistema de Gestión de la Calidad.

En aras de consolidar el proceso planificador en la FUCLA se encomendó a la dependencia de planeación, entre otros de sus objetivos, integrar de la mano de la rectoría, el proceso de la autoevaluación, de la gestión del plan de desarrollo y del Sistema de Gestión de la Calidad, estructurados en una triada para la ejecución del direccionamiento estratégico, representado en el PEI.

La triada como instrumento dinamizador de la estrategia entra a jugar entonces un papel relevante en la búsqueda de la calidad, porque permite la planeación, la coordinación y el control de los objetivos misionales a través de los procesos del Sistema de Gestión de la Calidad, como también la formulación, la coordinación y el control de los proyectos del plan de desarrollo.

Ese papel tiene su razón de ser en la ejecución y los resultados del proceso de autoevaluación.

Así las cosas, si los objetivos son ejecutados, evaluados y controlados de tal manera que permitan la medición y la retroalimentación del direccionamiento estratégico, se puede hablar sin temor a dudas que se está al frente de un proceso de calidad. Es lo primero que se debe tener en cuenta: estar convencidos y seguros que la calidad se despliega en la dinámica de la Institución.

Ahora bien, el registro calificado, la acreditación y la certificación del sistema de calidad, como procesos avaladores de la calidad institucional, no van a encontrar mayores reparos o dificultades para que la Institución se adecúe a ellos, porque son precisamente sus directrices las que orientan a las instituciones para que tengan calidad en sus procesos y estructuras.

De todas maneras son las instituciones autorizadas para ello, llámense CNA, MEN o ICONTEC u otra, las que regulan la calidad y las que hacen el reconocimiento público de que una Institución tiene calidad en sus programas, en su institución o en su gestión.

En este sentido se pretende con los proyectos plasmados en el plan de desarrollo, tener un mismo criterio y una misma directriz para desarrollar los procesos de calidad, con la finalidad de no crear confusiones y lo más importante, llevarla a cabo pensando en su misión institucional y no con la intención de conseguir un registro o un certificado mediante el lleno de unos requisitos o unos formatos que a nada conducen.

Se busca de paso no caer en las malas interpretaciones que en ocasiones se presenta dentro del contexto de la educación respecto al tema de la calidad, concretamente lo que es la acreditación y lo que es la certificación; en lo que es la acreditación y lo que son las normas ISO; en lo que es CNA y lo que representa ICONTEC, por ejemplo.

Simplemente lo que se quiere es tener calidad institucional dentro del marco de las regulaciones de las instituciones autorizadas, debidamente alineadas a los propósitos institucionales.

4. La estrategia de la calidad en la FUCLA

La oportunidad

A partir de la expedición de la Carta política de 1991, que rige nuestro sistema democrático, particularmente en lo relacionado con la calidad de la educación superior, establecido en el artículo 67 y de lo establecido en la ley 30 de 1992 y sus decretos reglamentarios, igualmente relacionados con dicho tema, las instituciones de educación superior no han escatimado esfuerzos en llevar a la práctica el mandamiento que dicta esa normatividad.

Todas sus estructuras se han puesto al servicio de esa causa de la mejor manera que lo han estimado; sin embargo, los resultados globales de la calidad en la educación superior no han sido los mejores, de acuerdo a lo expresado por los expertos en la materia y con lo que a la luz de las necesidades del país se puede observar: La desigualdad crece todos los días, los profesionales que egresan no encuentran donde laborar, la injusticia, la corrupción, en fin, la problemática nacional no parece encontrar paliativo, sino que por el contrario se expande cada vez más.

La educación se dice cada día que pasa, es la llamada a disminuir las brechas que separan los diferentes grupos o estratos que conforman la sociedad. Mientras exista injusticia, desigualdad, discriminación, intolerancia, etc., no será posible alcanzar a vivir entre hermanos; mediante la educación, entre otras soluciones, es posible promover el acercamiento de todos los colombianos a las oportunidades que brinda el estado y la sociedad.

Pero para que la educación entre a jugar ese rol es indispensable que esa educación tenga calidad, es decir que responda a unas necesidades y que llene unos requisitos. Si eso no es así, la educación lastimosamente no es parte de la solución; por el contrario, entra a hacer un actor más del problema.

Aunque la calidad en principio se ha hecho obligatoria mediante el registro calificado para la creación de nuevos programas, en muchas ocasiones se hace simplemente para ofertar un programa; más no para suplir una necesidad de la población o del contexto donde se actúa y eso no es calidad.

De otro lado, la alta calidad representada en la acreditación de programas o acreditación institucional, que se ha hecho voluntaria, se constituye en una meta de difícil logro por lo costoso de su proceso, entonces se presenta una especie de élite donde están las IES que pueden estar ahí, pero eso no significa que sean las de más alta calidad. En ocasiones los medios por sí solos no hacen la calidad. La calidad sea obligatoria o voluntaria, debe tener como fundamento un aspecto cultural, de lo contrario no pasará de ser un medio más.

Antecedentes:

La Fundación Universitaria Claretiana en su calidad de Institución de Educación Superior, asume una responsabilidad social como una organización prestadora del servicio público de la educación y en este sentido, cumple y ha cumplido con todas las obligaciones que dicho rol le depara, entre otras, asumir el compromiso de gestionar el registro calificado de manera diligente y autónoma.

El contexto de actuación de la FUCLA es el testimonio por excelencia de la gestión de su quehacer, se constituye además, en un referente de la articulación que debe existir entre las necesidades de su entorno y la oferta educativa. Esto de por sí ya es una muestra de calidad.

En otras palabras, el registro calificado para la FUCLA además de una obligación legal, es un proceso propio de su cultura, es la articulación natural de lo que requiere su entorno y la oferta educativa que puede brindar la Institución.

En este sentido no es aventurado afirmar que la FUCLA nace con calidad porque desde su fundación se pensó no en una IES más; sino en una solución de país que es el llamado a la educación dentro del tejido social de una comunidad, particularmente hablando de la región chochoana y de las regiones donde la educación no está a la mano del común de las gentes.

Justificación:

Teniendo en cuenta la entereza con que FUCLA asume el compromiso con la región, la responsabilidad en la prestación de un servicio público, como es la educación y toda esa cultura innata de calidad al desarrollar su misión de acuerdo con las necesidades del entorno, se hace necesario la creación de un instrumento articulador de toda la gestión institucional, bajo parámetros de calidad.

Con todo y lo anterior, teniendo presente que lo misional de la FUCLA es lo académico y su calidad está representada en el registro calificado, la acreditación de programas y la acreditación institucional, y que es el Ministerio de Educación Nacional el mentor de esa calidad, corresponde a la Institución por su parte, definir dentro de su estructura el acogimiento a los lineamientos que dicta el MEN para ser una IES de calidad.

Ahora bien, esa calidad se debe gestionar de manera coherente, es decir que se debe planificar, evaluar y mejorar; no debe ser una calidad como se dijo en principio, para el lleno de requisitos o para adquirir títulos o pergaminos. Para que así sea la FUCLA debe definir su propio sistema de gestión de la calidad, que de paso pretende sea certificado mediante un estándar internacional como es la norma ISO 9001:2008.

Se tendría entonces la calidad académica representada en el registro calificado y la acreditación de programas; la calidad institucional representada

en la acreditación institucional y la calidad en la gestión representada en la certificación bajo los requisitos de la norma ISO 9001:2008. Estos tres aspectos en principio deben a su vez, estar bajo una misma orientación, con sus propios criterios y políticas.

Esta última apreciación es lo que se pretende con la implementación y la consolidación de la dependencia de planeación, quien tendrá el reto de diseñar un sistema de calidad integral que agrupe todo lo que la Institución considere de calidad.

Metodología de la planeación para la calidad

Con miras a lograr crear un modelo que integre la autoevaluación, el plan de desarrollo y el Sistema de Gestión de la Calidad - SGC, con miras a la ejecución del direccionamiento estratégico de la institución, se ha definido dentro del plan de desarrollo un proyecto llamado "Calidad institucional", el cual pertenece al sector estratégico de "Gestión y calidad", su objetivo es facilitar el desarrollo efectivo de la gestión universitaria, de acuerdo a sus principios fundamentales, mediante la definición del conjunto de instrumentos que permitan la articulación de la gestión académica y administrativa bajo estándares de alta calidad académica y administrativa.

Una vez aprobada la creación de la dependencia de planeación, se dio inicio a la construcción de la ruta que podríamos definir el "Plan para la planeación institucional".

El primer paso era analizar la realidad de la institución, tarea que se realizó con mesas de trabajo y culminó con una reunión de la parte directiva, una vez terminada esta etapa pudimos concluir que estaban todos los insumos necesarios para crear el modelo que utilizaríamos como mapa para llegar a nuestro destino, la calidad institucional.

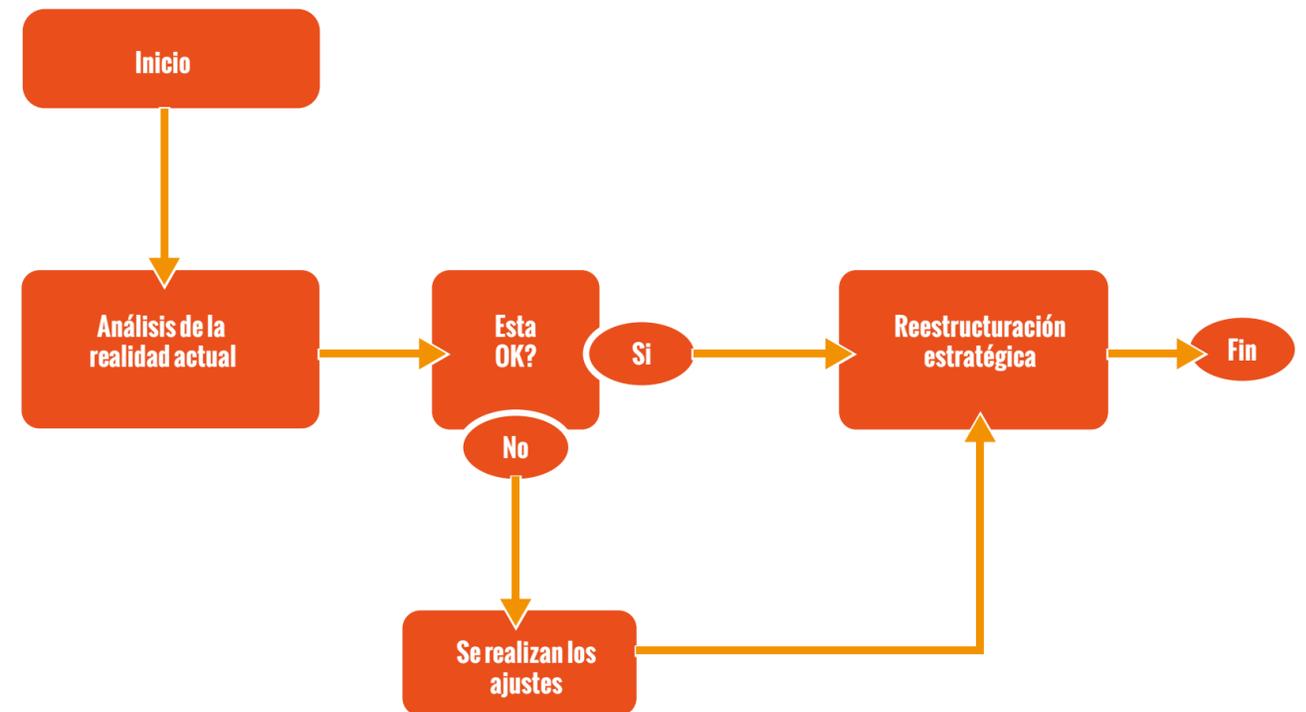


Gráfico 3. Flujograma para el diagnóstico inicial

El segundo paso, era realizar una reestructuración de la estrategia, no es sus bases fundamentales sino en la metodología, en la forma.

Se plantea entonces una metodología propia que será la carta de navegación de la planeación de la FUCLA, representada en el siguiente gráfico:

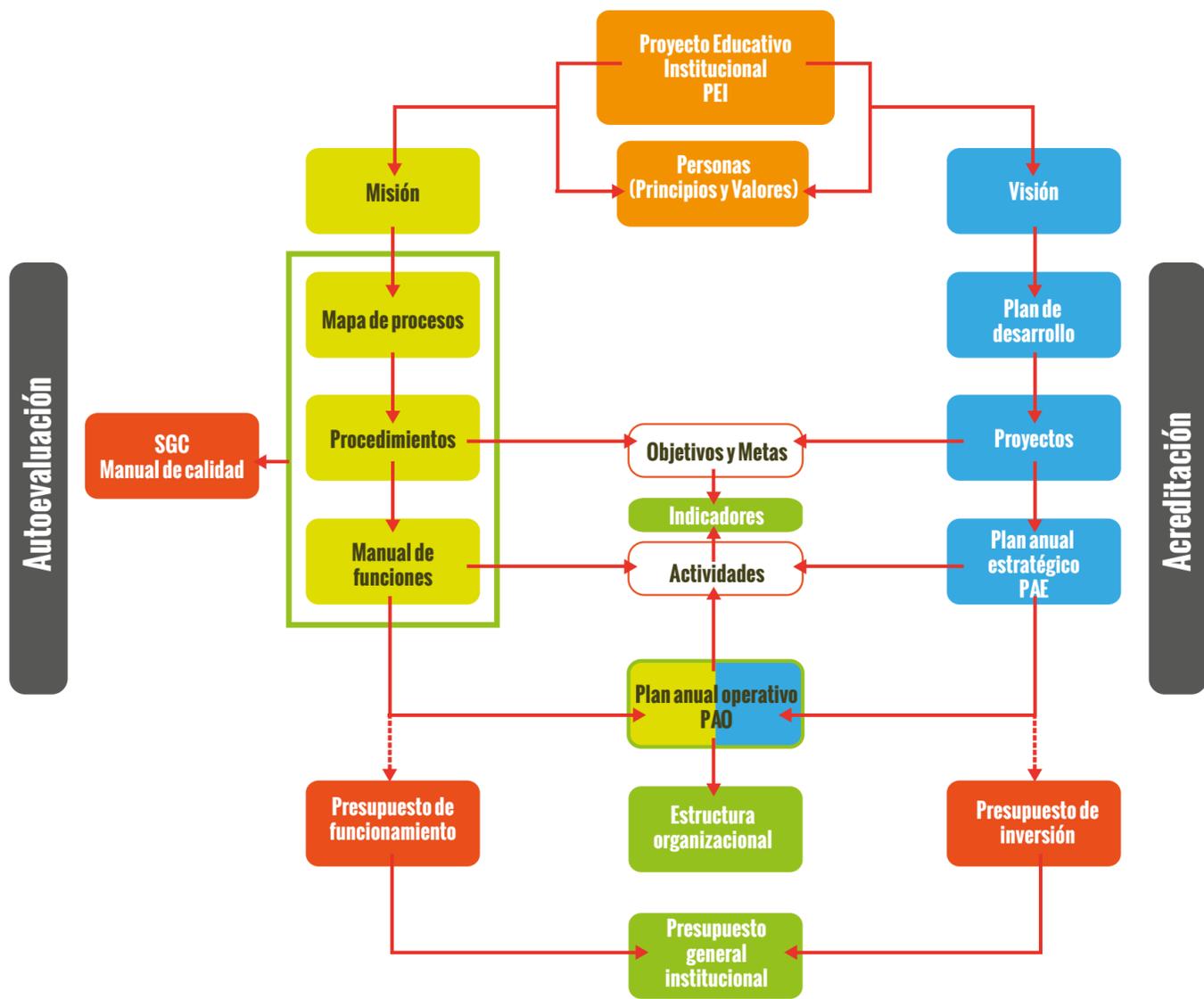


Gráfico 4. Modelo de planeación de la FUCLA.

Referentes

Plan de Desarrollo 2014.2017, 2013, p. 17-22

José Rodrigo Castaño Muñoz
 Coordinador Comunicación y Mercadeo Institucional
 comunicacionymercadeo@fucla.edu.co

Resumen

La Fundación Universitaria Claretiana –FUCLA– consciente de las exigencias del entorno educativo, pone en funcionamiento en el año 2013 la Dirección Comunicación y Mercadeo, proporcionándole un enfoque estratégico que abarca desde el conocimiento de las necesidades de las personas y las regiones donde se tiene presencia hasta la satisfacción del estudiante. El artículo profundiza en la concepción y visión que tiene la Institución de esta especialidad y describe algunos avances durante su primer año de funcionamiento.

Palabras claves

Comunicación, Mercadeo, estudiantes, interesados, promoción, satisfacción, servicio.

Introducción

El presente artículo presenta una mirada de la Comunicación y el Mercadeo desde la Fundación Universitaria Claretiana, cómo se conciben y cómo se visionan, además de presentar algunas de las actividades realizadas durante el año 2013. Comenzando al interior de la Institución, analizando las fortalezas y debilidades que se tienen, pasando por la investigación para conocer el entorno y posteriormente comunicar al exterior a través de una estrategia de comunicación y promoción adecuada para el público al que nos dirigimos.

Si bien la Comunicación propende por el posicionamiento, por la gestión de la marca para transmitir los objetivos estratégicos de la Institución, el Mercadeo, por otra parte, busca acercar el producto y/o servicio al público objetivo; para fines de este artículo, y al estar integradas en la Institución, se trabajarán conjuntamente.

Antecedentes

Durante los siete años de historia de la Institución se han desarrollado acciones de Comunicación y Mercadeo; al no existir una dependencia responsable, el trabajo se realizó de forma aislada, lo que no permitió se definiera una estrategia de largo plazo para ofertar los productos y servicios y así alcanzar el posicionamiento deseado en los públicos de interés. Ahora, para subsanar esta situación, en el año 2013 se pone en funcionamiento la Dirección Comunicación y Mercadeo Institucional.

Del interior al exterior

Del interior...

Cambiando paradigmas

Edgar Enrique Zapata Guerrero en su texto "Mercadeo educativo, estrategias para promover instituciones y programas, hace una radiografía de la situación a las que se enfrentan las instituciones educativas en el mercado y la concepción del mercadeo educativo:

Durante muchos años, las instituciones educativas habían venido creciendo, gracias a la inercia propia de un mercado poco competitivo. La situación que deben encarar las mismas en la actualidad, tanto en Colombia como en el resto del mundo, es muy diferente. La fuerte e intensa competencia que deben

enfrentar, las obliga a responder a una demanda exigente, con propuestas innovadoras, ajustadas a las necesidades del mercado al que dirigen sus ofertas educativas.

El mercado moderno del servicio educativo se ve invadido por un sinnúmero de oferentes que gracias a la globalización mundial de la economía, intensifican la competencia, lo anterior hace que cada día sea más difícil posicionarse en el mercado de la educación. Las instituciones educativas que en la actualidad que no miren más allá de sus puertas están arriesgando su futuro crecimiento y en últimas su existencia.

El marketing o mercadotecnia educativa se ha venido aplicando tímida y gradualmente en nuestro medio, principalmente en el grupo de instituciones educativas privadas, del nivel básico y universitario. En el sector educativo estatal, la aplicación de la mercadotecnia educativa ha encontrado una fuerte resistencia, algunos directivos educativos del sector oficial, han señalado en seminarios del tema que he conducido, que es un atrevimiento el sólo pensar en "vender educación".

Debido a la nueva situación que se vive en el ámbito del mercado educativo en general, y particularmente en lo relativo al mercadeo educativo a nivel universitario, se ha manifestado últimamente un vivo interés por su aplicación (Zapata 2012: 8).

La institución, consciente de la situación a la que se enfrenta, rompe con estos conceptos y crea la Dirección Comunicación y Mercadeo, asumiendo el marketing como un insumo para su desarrollo y para el logro de los objetivos misionales.

Otra concepción generalizada que se tiene del mercadeo, no solo en instituciones educativas sino en el sector empresarial en general, es su enfoque, el cual se considera se centra en la publicidad y las ventas, por lo que la responsabilidad del director del área reposa en vender lo que la organización internamente, sin estudio ni conocimiento del entorno produce a partir de sus conocimientos sobre el producto, al respecto el autor comenta:

Lo que se considera generalmente como mercadeo en el mundo educativo es vender las ideas que se han generado en su propio seno a los estudiantes potenciales, lo cual es incorrecto y como se comentó anteriormente, genera serias dificultades en el mercadeo educativo (Zapata 2012: 15).

Con la visión estratégica que se tiene de la disciplina en la Institución, se considera que sus obligaciones van más allá de la publicidad y la venta, comprende alinear los objetivos de mercadeo con los objetivos estratégicos de la Institución, el estudio de factores internos y externos, la formulación de objetivos, la investigación de mercados, la elaboración de la mezcla de mercadeo, la definición de la estrategia, hasta la implementación de la misma mediante el plan operativo, lo cual requiere del conocimiento de toda la cadena entre la oferta y la demanda; claro está, todo lo anterior se debe ver reflejado en el incremento en número de estudiantes a través de la satisfacción de los mismos.

Con esta visión, la Institución genera un enlace entre la oferta y la demanda, contrario a lo que Zapata expresa que tradicionalmente sucede:

Tradicionalmente las instituciones educativas se encuentran divorciadas de la demanda, hacen ofertas generalmente sin estudios acerca de las necesidades de los estudiantes y de la sociedad en general. Las propuestas educativas se basan fundamentalmente en las consideraciones de la oferta: instituciones educativas, sin conocimiento de las expectativas de la demanda: estudiantes, sector empresarial, sector gubernamental y sociedad en general, el aludido divorcio se constituye en un caldo de cultivo, a partir del cual se generan desaciertos en la oferta educativa. En términos explícitos, las instituciones universitarias ofrecen programas

que no interesan a sus demandantes potenciales; no se dirigen directamente a los estudiantes que tienen el perfil de ingreso ideal; ofrecen una información que no motiva la inscripción de los posibles candidatos; el valor de la matrícula y la forma de pago no hacen accesibles sus programas; la publicidad de sus programas se hace por medio de canales no efectivos; en fin, cometen múltiples errores. Algunas de las consecuencias de los errores referidos, se hacen palpables en términos de: baja demanda de algunos programas, baja calidad de estudiantes admitidos, imagen institucional negativa, deficiente posicionamiento contra competidores, dificultad en la consecución de recursos financieros, etc. (Zapata 2012: 14).

La decisión de lanzar un producto educativo al mercado requiere de una investigación de mercado previa, que además de la pertinencia del programa para la región, actividad que se desarrolla actualmente con gran asertividad, nos permita caracterizar al potencial estudiante, conocer su vocación, el grado de conocimiento sobre el producto ofertado, cuáles son sus necesidades y expectativas, sus capacidades etc. Todo esto nos permitirá conocer con mayor precisión nuestros estudiantes e interesados, para entablar relaciones de largo plazo.

Construyendo identidad

Como se mencionó al comienzo de este artículo, el Mercadeo y la Comunicación tienen diferentes objetivos. El papel estratégico de la Comunicación es el posicionamiento y la reputación Institucional cuya base es la construcción de la identidad Institucional.

Según los antecedentes expuestos, durante los siete años de historia Institucional, se han desarrollado acciones comunicacionales, pero estas se han hecho de forma aislada por cada dependencia, según las necesidades del momento, lo que limita que se defina una estrategia de largo plazo para posicionar los productos educativos y la Institución; por lo tanto, era necesario unificar, estratégicamente, las comunicaciones, con el fin de construir y reflejar una identidad, la identidad FUCLA, y así llegar de forma planificada y estructurada a los diferentes grupos de interés, para que éstos se formen una imagen acertada de la Institución.

Pero ¿qué es lo que se debe comunicar de forma estratégica para que los públicos se formen una imagen acertada de la Institución? .Se debe comunicar cómo se comporta la Institución, cómo actúa, qué hace y qué quiere ser, todo esto representado en el alineamiento estratégico: misión, visión, principios y valores Institucionales. En estos elementos se refleja la Institución:

Misión

La Fundación Universitaria Claretiana -FUCLA-, inspirada en el proyecto humanizador del Evangelio, fundamentada en la tradición cristiana y animada por el carisma claretiano, trabaja por la formación integral de hombres y mujeres promotores del equilibrio ecológico, competentes en la práctica científica y humanística, éticos en su conducta, respetuosos de la dignidad humana y la equidad de género, sensibles y responsables ante la situación social y reconocedores de la diferencia, para que sean gestores de cambio con justicia social, desarrollo humano, y paz.

Visión

La Fundación Universitaria Claretiana -FUCLA- en diez (10) años será identificada como una Institución de Educación Superior de frontera, que aporta a la construcción de región en los contextos socioculturales donde hace presencia y asume la investigación como eje transversal de la formación integral.

(FUCLA. Plan de desarrollo institucional. 2011-2015. P.14- 16).

Principios

- La Fundación Universitaria Claretiana busca servir a la comunidad humana, en especial a la colombiana, aportando a la construcción de una sociedad en busca de una justicia mayor inspirada por los valores que proclama el Evangelio.

- Su fin específico es la Formación Integral de las personas y la creación, desarrollo, conservación y transmisión de la ciencia y de la cultura de manera que se trascienda lo puramente informativo y técnico.

- Se esfuerza así, desde su situación concreta, por contribuir a la elaboración y difusión de los saberes en la que el conjunto del conocimiento metódico quede integrado con los más altos valores humanos.

- La Fundación Universitaria Claretiana busca ser factor positivo de desarrollo, orientación, crítica y transformación constructiva de la sociedad.

Valores

- Respeto a la dignidad y diversidad del ser humano.
- Libertad de pensamiento en la búsqueda de la verdad.
- Justicia, fundamento de la paz.
- Participación, base de la democracia.
- Equidad de género.
- Diálogo intercultural.
- Solidaridad.

(FUCLA. Plan de Desarrollo Institucional. 2011–2015 P. 16 – 18).

En nuestra Misión y Visión es común la referencia a la formación integral, pero ¿qué es la formación integral?, para vivirlo en el día a día, adoptarlo como principio y poder proyectarlo primero se debe tener claro que es la “formación integral” para la Fundación Universitaria Claretiana, al igual que cada uno de los elementos nucleares que componen nuestra misión y visión, los cuales definimos de la siguiente manera:

“La formación integral de hombres y mujeres”: Adquisición de las competencias de un saber determinado dentro de un esquema de respeto por las personas, la institucionalidad y el medio ambiente.

“Promotores del equilibrio ecológico”: Promover desde la academia el respeto por el medio ambiente al desarrollar las actividades que le sean propia, al docente, al personal no docente, a los estudiantes, al egresado y a la comunidad en general.

“Competentes en la práctica científica y humanística”: Egresados formados con conocimientos, para saber, hacer, y saber hacer.

“Éticos en su conducta”: Personas formadas con principios y valores.

“Respetuosos de la dignidad humana”: Personas que valoran al ser humano como tal.

“La equidad de género”: Egresados conscientes de la igualdad que debe guardar el hombre con la mujer y viceversa.

“Reconocedores de la diferencia”: Personas formadas para debatir y discutir en aras de enriquecer el objeto de estudio.

(FUCLA. Plan de desarrollo institucional. 2011 – 2015 P. 18 – 19).

Todo lo anterior con el fin de formar personas que sean gestores de cambio con justicia social, desarrollo humano y paz.

Con nuestra visión, pretendemos ser identificados como una Institución de Educación Superior de Frontera (geográfica, cultural, social, económica, saberes y tecnología), comprometida con una formación integral de personas,

para que los involucrados aporten a la paz y a la construcción de región en los diversos contextos socioculturales, mediante la docencia, la investigación y la extensión.

Aprovechando las oportunidades

Una vez puesta en marcha la Dirección Comunicación y Mercadeo en enero de 2013, se comienza por analizar las fortalezas y las oportunidades de mejora al interior de la Institución.

El primer análisis arroja una oportunidad de mejora que impacta directamente el posicionamiento y la satisfacción: el servicio al estudiante y los interesados, con dos hallazgos fundamentales:

- a Se debe mejorar en el tiempo de respuesta a los requerimientos de los estudiantes.
- b Se debe incrementar la capacidad en la atención al público interesado (preinscritos o quienes solicitan información).

Para trabajar sobre el primer hallazgo primero se debían identificar los medios que los estudiantes utilizan para enviar sus requerimientos a las personas responsables. Se encontró, en concordancia con nuestro modelo de educación a distancia, que un número significativo de ellos se comunican con la Institución a través del correo electrónico.

Analizando la información recopilada, se encontraron diferentes dificultades que requerían del trabajo mancomunado de las áreas de la Institución para brindar solución.

Una vez realizado este proceso, que permitió recopilar la información necesaria, se debía proceder a reunirse con los estudiantes. Era importante que percibieran que hacen parte de una Institución que los escucha y que asume sus observaciones como una oportunidad para mejorar y seguir creciendo.

La Dirección llevó a cabo reuniones con los estudiantes en la ciudad de Medellín, con el objetivo de escucharlos y brindarles acompañamiento a sus requerimientos.

Esta actividad encontró cierta resistencia en algunas áreas de la Institución, para algunos no era claro el papel de la Dirección Comunicación y Mercadeo al reunirse con los estudiantes; además, el hecho de que una dependencia ajena a los procesos académicos se reuniera con los estudiantes y brindara acompañamiento para que se diera respuesta oportuna a sus requerimientos, era una propuesta nueva que requería ser asimilada como lo requiere cualquier otro proceso.

Como segundo hallazgo, nos encontramos con quienes se preinscriben en alguno de los programas y quienes muestran interés en obtener información, los cuales representan, además de una oportunidad de crecimiento, una oportunidad de posicionamiento Institucional, por lo tanto, desde un trabajo articulado con la Vicerrectoría Académica, se procedió a ajustar el procedimiento para la atención, de tal forma que el equipo directivo pudiera hacer seguimiento en tiempo real al servicio brindado. Hasta aquí, es importante aclarar que el servicio que brinda la Institución a sus estudiantes e interesados, más que un procedimiento es una cultura, por lo tanto requiere de la concientización y capacitación de cada uno de los funcionarios.

Para este año, la Dirección implementará un sistema de CRM y de esta forma “administrar” de forma eficiente las “relaciones” con los estudiantes.

Igualmente se plantea la encuesta de satisfacción, actividad independiente de los procesos académicos (autoevaluación), con el propósito de generar información cuantitativa y cualitativa suficiente que permita incrementar la satisfacción en los estudiantes e interesados sobre el servicio brindado.

Generando información

Cualquier proceso comunicacional o de mercadeo, requiere determinar el

público objetivo y la forma de llegar a éste, en el 2013 se adelantó en diferentes tipos de investigaciones de mercado que nos permitirán conocer el público y sus necesidades y la consecución de bases de datos para llegar a este.

Investigación de mercados

Según Zapata, tradicionalmente las instituciones educativas se encuentran divorciadas de la demanda, hacen ofertas generalmente sin estudios acerca de las necesidades de los estudiantes y de la sociedad en general. Las propuestas educativas se basan fundamentalmente en las consideraciones de la oferta: instituciones educativas, sin conocimiento de las expectativas de la demanda: estudiantes, sector empresarial, sector gubernamental y sociedad en general, el aludido divorcio se constituye en un caldo de cultivo, a partir del cual se generan desaciertos en la oferta educativa”.

En términos explícitos, las instituciones universitarias ofrecen programas que no interesan a sus demandantes potenciales; no se dirigen directamente a los estudiantes que tienen el perfil de ingreso ideal; ofrecen una información que no motiva la inscripción de los posibles candidatos; el valor de la matrícula y la forma de pago no hacen accesibles sus programas; la publicidad de sus programas se hace por medio de canales no efectivos, en fin, cometen múltiples errores. Algunas de las consecuencias de los errores referidos, se hacen palpables en términos de: baja demanda de algunos programas, baja calidad de estudiantes admitidos, imagen institucional negativa, deficiente posicionamiento frente a competidores...

En el 2013, se adelantaron estudios con fuentes secundarias como: Observatorios laborales, Ministerio de Educación Nacional -MEN-, Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas -DANE- Planes de Desarrollo, informes gubernamentales, informes sectoriales, etc.

Los estudios con fuentes secundarias están avanzados en un 50%, los resultados permitirán obtener información para cada uno de los departamentos donde tiene presencia la Fundación Universitaria Claretiana: población, nivel educativo, oferta educativa, evolución de la demanda, sector productivo, indicadores laborales, composición empresarial, Instituciones de Educación Superior y programas ofertados, número de egresados, evolución de la educación, matrícula por nivel de formación, perspectivas, vocación de las regiones, etc.

Esta información se constituye en la base para la toma de decisiones, permite generar oferta de acuerdo a la demanda. Además de conocer los posibles programas de interés, indica la forma en que se deben comunicar para despertar el interés y la preferencia que se tiene hacia la Institución, etc.

Para el 2014 se realizarán investigaciones sobre fuentes primarias.

... Al exterior

Promoción

Para propósitos de este artículo se hará diferencia en el trabajo promocional realizado en Quibdó (Chocó) y el trabajo llevado a cabo en Medellín (Antioquia), Bogotá (Cundinamarca), Cali (Valle del Cauca), Neiva (Huila) y Pereira (Risaralda).

En la ciudad de Quibdó se llevó a cabo una estrategia de promoción masiva, debido a: mayor oferta académica con nuevos programas, más recurso humano para la gestión Institucional, “facilidad” para el acceso a los medios e Instituciones de Educación, alto impacto con menores recursos; trabajo colaborativo con otras instituciones de educación superior.

Durante el segundo semestre, con el fin de promocionar los programas de la Institución, se produjeron cuñas, comerciales e impresos y se contrató pauta en

los siguientes medios por un período superior a los cuatro meses:

Radio: CNC, Cocomacia, Ejército Nacional.

Televisión: CNC.

Prensa: Chocó 7 días.

Se contrataron personas para la distribución de volantes en zonas estratégicas del municipio y en eventos especiales.

Se hizo gestión en las Instituciones de Educación del municipio, se presentó la Institución y sus programas a los alumnos de grado 11.

El trabajo articulado entre Mercadeo, Comunicación, Bienestar y Coordinaciones de programas, permitió tener un amplio cubrimiento promocional en Quibdó.

En Medellín, Bogotá y Cali, se hizo un trabajo de mercadeo personalizado. A diferencia de Quibdó, en estas ciudades la presencia de la FUCLA es más reciente por lo tanto, antes de llegar masivamente, a través de un plan promocional, se implementaron actividades de e-mail marketing y telemercadeo, con el propósito de dar a conocer, además de la oferta educativa, los propósitos de la Institución.

Para el año en curso se implementará el plan promocional (impresos, radio, televisión, prensa, etc.) en todas las ciudades según las necesidades particulares de cada una.

Ferias estudiantiles

En Quibdó se llevó a cabo la primera Feria Universitaria, organizada en alianza con diferentes Instituciones de Educación Superior y con el apoyo de la Secretaría de Educación Municipal.

En Medellín se participó en la feria "Expo Técnicas, Tecnológicas y Universitarias 2013".

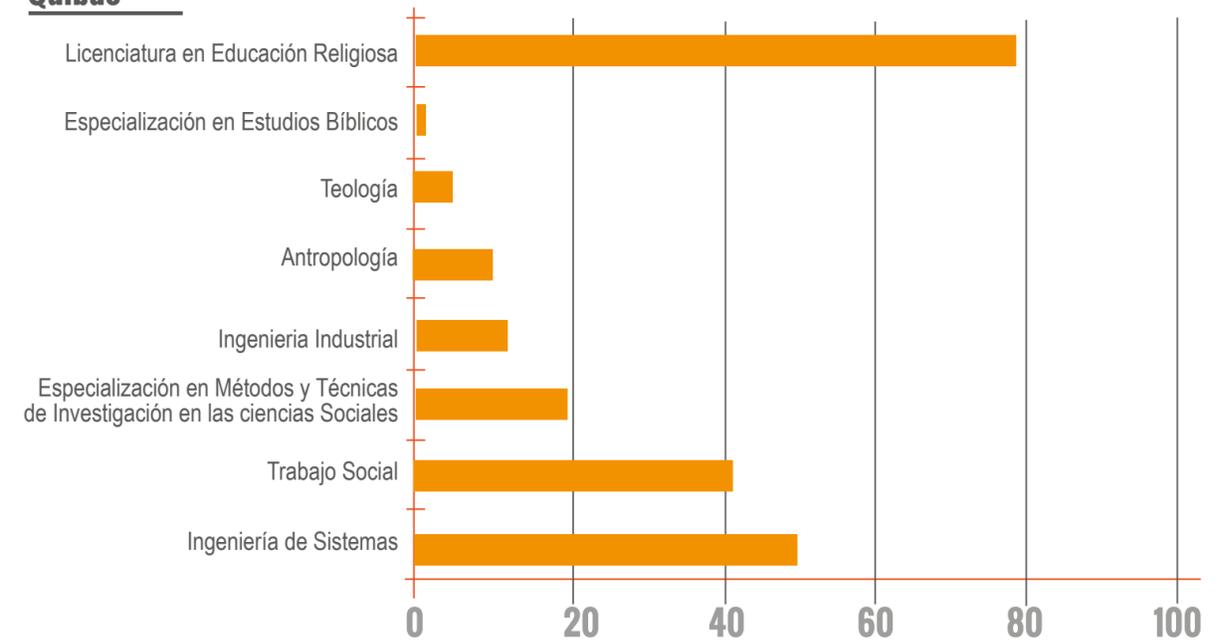


Resultados estrategia promocional

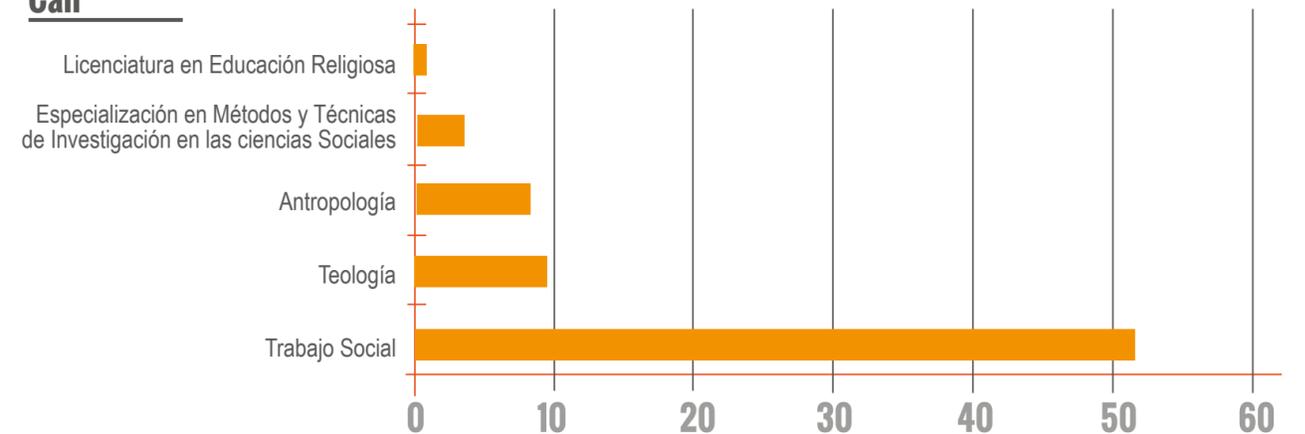
Un indicador de la estrategia promocional -Mercadeo- es el número de interesados en los diferentes programas, los cuales se ven reflejados en la cantidad de personas preinscritas y las consultas realizadas por diferentes medios.

Para efectos de este artículo se hace referencia a las listas de preinscritos proporcionada por Registro Académico.

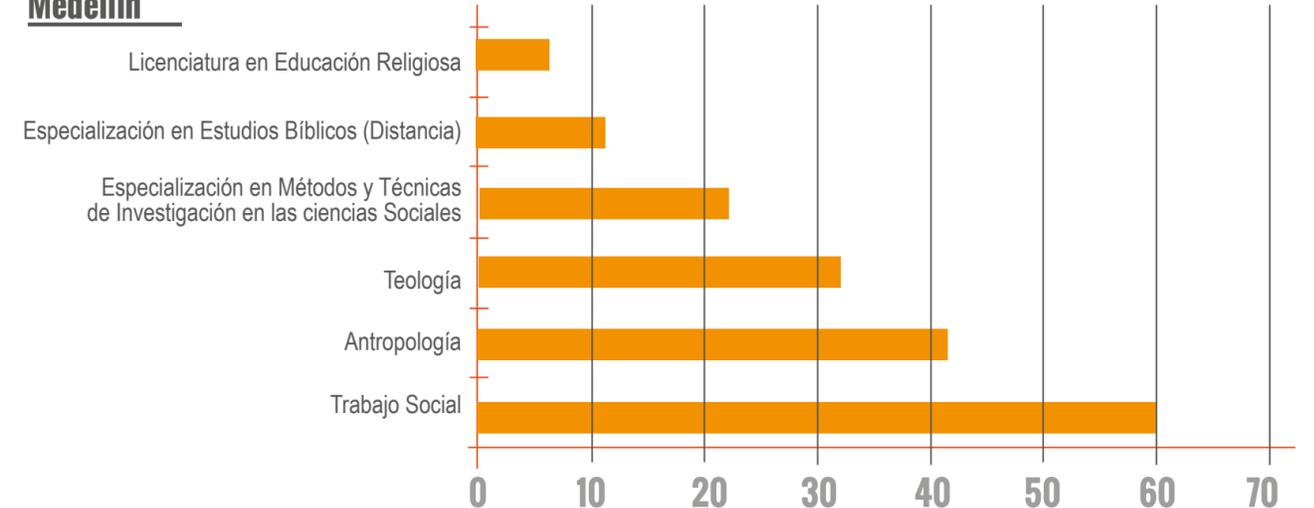
Quibdó



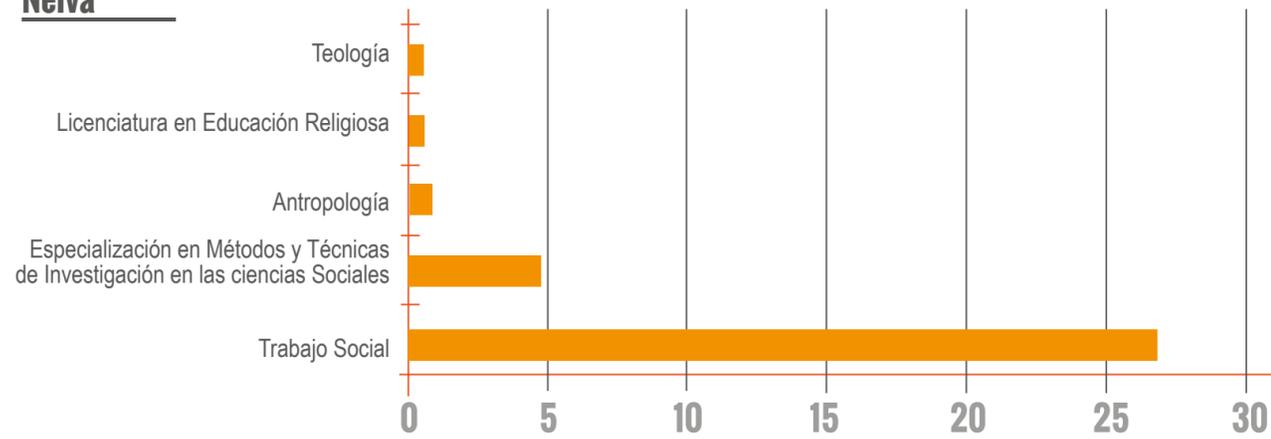
Cali



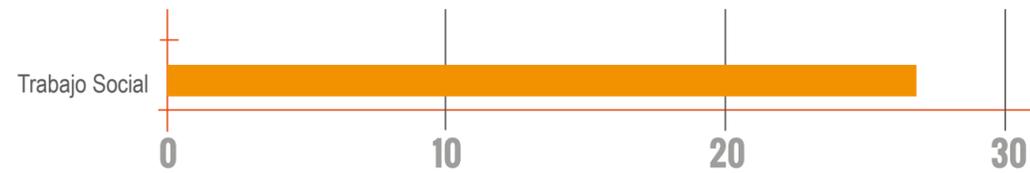
Medellín



Neiva



Pereira



Especialización en Estudios Bíblicos*



*Al ser un programa bajo la modalidad virtual no se asigna a ninguna ciudad en particular.

Al total de personas preinscritas en todos los programas, se debe sumar la cantidad de alumnos matriculados, los cuales no hacen parte del informe de preinscritos proporcionado por Registro Académico.

El trabajo conjunto con la Vicerrectoría Académica, quien toma un papel activo en la conformación de grupos, permitirá hacer más eficiente el proceso y aprovechar todas las oportunidades mejorando el servicio al interesado.

Para el 2014, la Dirección Comunicación y Mercadeo propone implementar un sistema de CRM y de esta forma “administrar” de forma eficiente las “relaciones” con los estudiantes. El sistema consta de tres módulos principales: “marketing” donde se gestionan las personas interesadas en ingresar a la Institución, “ventas”: donde se gestionan las personas que inician proceso de matrícula, y por último el módulo de soporte, donde se registran y crean casos con las solicitudes de los estudiantes.

Este sistema permitirá hacer un seguimiento riguroso a todo el proceso con el objetivo de garantizar la calidad del mismo.

Mercadeo administrará el sistema, asignará las responsabilidades a las personas involucradas y al finalizar el proceso, verificará la calidad del servicio prestado, independiente de que una persona abandone o finalice matriculada.

Posteriormente se implementarán módulos para la integración del CRM con otros servicios como el sistema de PBX Administrada con que cuenta la Institución.

Telemercadeo

Para el último trimestre de 2013, ante las necesidades detectadas, se creó el

cargo de telemercadeo en la Dirección, contratando una persona con formación técnica para este fin.

Se realizaron más de 3.000 llamadas a las diferentes bases de datos que se tienen en la dependencia; actividad que además de buscar la consecución de interesados en los diferentes programas, también pretende generar reconocimiento de la Institución.

Para el año 2014 se asignan nuevas funciones y alcances a este cargo, por lo cual se considera apropiado cambiar el nombre del mismo por Promoción Institucional.

Con el presente artículo dimos una mirada general a lo que es la Comunicación y el Mercadeo para la Institución, como se conciben y como se visionan, además de presentar algunas de las actividades realizadas durante el año 2013, comenzando al interior de la Institución, analizando las fortalezas y debilidades que se tienen para después salir al exterior con un mensaje y un servicio adecuado.

Referencias

Zapata Guerrero, Edgar Enrique (2012). Mercadeo Educativo, Estrategias para promover instituciones y programas: 8–16.

FUCLA. Plan de desarrollo institucional. (2011 – 2015): 14 – 16.