

**ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIONES
ENTRE MARZO Y JUNIO DE 2018 PARA ÁREA DE EGRESADOS DE LA
UNIVERSIDAD DEL CAUCA**



**Universidad
del Cauca**

DANIELA VALENCIA CANO

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN CAUCA
2018**

**ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIONES
ENTRE MARZO Y JUNIO DE 2018 PARA ÁREA DE EGRESADOS DE LA
UNIVERSIDAD DEL CAUCA**



**Universidad
del Cauca**

**TRABAJO DE GRADO MODALIDAD PRÁCTICA PROFESIONAL PARA OPTAR
AL TÍTULO DE ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**

DANIELA VALENCIA CANO

ASESOR ACADÉMICO

MG. CARLOS DANILO MILLÁN DIAZ

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN CAUCA**

2018

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por guiar cada paso y poner en mi camino grandes cosas, a mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy y por su incondicional apoyo. Al igual que a mi pareja Esteban Zúñiga por todos sus consejos, motivación y compañía que me ayudaron en mi formación como profesional.

Expreso mis más sinceros agradecimientos al Coordinador del Área de Egresados de la Universidad del Cauca, Mg. Juan Carlos Varona Albán, por creer en mis capacidades y brindarme la oportunidad de realizar mi práctica profesional en esta dependencia, al equipo de apoyo quienes me colaboraron en el desarrollo de mi trabajo.

Al asesor académico Mg. Carlos Danilo Millán por guiar mi proceso y compartir sus conocimientos para el logro de esta meta.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I:	11
CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO	11
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	11
1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	11
1.3. JUSTIFICACIÓN	12
1.4. OBJETIVOS	13
1.4.1. Objetivo General	13
1.4.2. Objetivos Específicos	14
CAPÍTULO II:	14
CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA	14
2.1 MARCO TEÓRICO	15
2.1.1. Plan Estratégico	15
2.1.2. La comunicación organizacional	16
2.1.2.1. La comunicación interna	16
2.1.2.2. Comunicación Externa	17
2.1.3. Estrategia comunicacional	17
2.1.4. Marketing y comunicación	17
2.1.5. Medios de Comunicación	18
2.1.6. Publicidad	18
2.1.7. Plan estratégico de comunicación	19
2.1.7.1. Etapas del plan estratégico de comunicación	20
2.2. MARCO CONTEXTUAL	22
2.3. MARCO LEGAL	24
CAPÍTULO III:	25
CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA	25
3.1 CONTRIBUCIÓN DEL TRABAJO	26
3.2 RESULTADOS ESPERADOS	26
3.3 METODOLOGÍA	26
CAPÍTULO IV:	28
DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRÁCTICA PROFESIONAL	28

4.1. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO	29
4.1.1. Diagnóstico de Comunicación Interna	30
4.1.2. Diagnóstico de Comunicación Externa	31
4.2. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO PARA EL PLAN DE COMUNICACIONES DEL ÁREA DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA	32
4.3. DISEÑO DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	33
4.4. ESTABLECIMIENTO DE CANALES DE COMUNICACIÓN EFICACES ENTRE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA Y SUS EGRESADOS	33
4.4.1. MEDIOS DIGITALES INTERACTIVOS	34
4.4.2. MEDIOS IMPRESOS	35
4.4.3. RELACIONES PÚBLICAS	35
4.4.4. TELEVISIÓN	35
4.4.5. RADIO	35
4.5. DEFINICIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN ENTRE LOS MESES DE MAYO A JUNIO DE 2018 DEL PLAN DE COMUNICACIONES	36
4.5.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	13
4.6. PRESUPUESTO	15
4.7. IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES DESCRITAS EN EL PLAN DE COMUNICACIONES DEL ÁREA DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA DURANTE LOS MESES MAYO A JUNIO DE 2018	17
4.7.1. Actividad N° 1: Cambio de Imagen Corporativa del área	17
4.7.2. Actividad N° 2: Rediseño del Portal de Ofertas Laborales	18
4.7.3. Actividad N° 3: Crear un nuevo sitio web institucional para el área de egresados 19	
4.7.4. Actividad N° 4: Elaboración de Material Impreso	24
4.7.5. Actividad N° 5: Manejo de redes sociales	26
4.7.6. Actividad N° 6: Promocionar el Portal de Ofertas Laborales que tiene el Área de Egresados de la Universidad del Cauca	31
4.7.7. Actividad N° 7: Realizar Convocatoria Primera Edición Revista Digital “Egresados Unicauca”	32
CONCLUSIONES	37
RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
ANEXOS	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz DOFA	30
Tabla 2. Plan de Acción Plan de Comunicaciones	12
Tabla 3. Cronograma de Actividades Plan de Comunicaciones.....	14
Tabla 4. Presupuesto Talento Humano.....	15
Tabla 5. Presupuesto Materiales	15
Tabla 6. Presupuesto Página Web	15
Tabla 7. Presupuesto Total	15

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama Vicerrectoría Académica Universidad del Cauca	23
Figura 2. Nueva imagen del área de egresados	18
Figura 3. Antiguo logo área de egresados	18
Figura 4. Rediseño Portal de Ofertas Laborales	19
Figura 5. Antigua imagen Portal de Ofertas Laborales	19
Figura 6. Información área de egresados Página Web Institucional	20
Figura 7. Nuevo formato Página Web Área de Egresados Universidad del Cauca.....	21
Figura 8. Página web- sección inicio.....	21
Figura 9. Página Web - sección noticias.....	22
Figura 10. Página web- sección comentarios egresados.....	23
Figura 11. Página web - sección contacto	23
Figura 12. Separador	24
Figura 13. Volante reunión graduandos	25
Figura 14. Página Facebook	26
Figura 15. Publicaciones Facebook	27
Figura 16. Publicación Beneficio Facebook.....	27
Figura 17. Publicación Vacante.....	28
Figura 18. Publicaciones Instagram	29
Figura 19. Perfil de Instagram	29
Figura 20. Publicaciones Twitter.....	30
Figura 21. Cuenta de Twitter	30
Figura 22. Registro Portal Ofertas Laborales Egresados.....	31
Figura 23. Convocatoria Revista Redes Sociales	33
Figura 24. Portada Revista "Egresados Unicauca"	34
Figura 25. Sección de revista - Egresados Destacados.....	35
Figura 26. Artículo Asecauca	35
Figura 27. Convocatoria Participación Revista Digital	36

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Solicitud Re Diseño Portal de Ofertas Laborales	40
Anexo 2. Solicitud de Creación de Dominio Página Web Egresados	41
Anexo 3. Respuesta a solicitud creación de Dominio	42
Anexo 4. Invitación Registro Portal de Ofertas Laborales	43
Anexo 5. Solicitud Apoyo Revista Digital (Ejemplo).....	44

INTRODUCCIÓN

El área de egresados de la Universidad del Cauca es la encargada de promover mecanismos de comunicación que permiten hacer el seguimiento y estudio de las actividades que desarrollan los egresados, para evaluar la pertinencia y calidad de la formación propuesta por la institución, así mismo desde la Universidad del Cauca apoyar y generar vínculos afectivos y de integración de los egresados con la misma.

La comunicación se ha convertido en un eje articulador de cualquier organización, la imagen y la publicidad son temas que buscan generar recordación y posicionamiento.

Considerando el uso de estas herramientas y con el propósito de contribuir al posicionamiento del área de egresados de la Universidad del Cauca, se presenta en el siguiente documento que proporcionará la información sobre el plan de comunicaciones ejecutado para hacerla visible a su público objetivo.

En primer lugar, se mencionan los objetivos del plan de comunicación, los cuales están soportados en el diseño de estrategias y de esta manera poder focalizar el target, seguidamente se definen los planes de acción que servirán de instrumento para el logro de los objetivos, donde se relacionan cronograma de actividades, responsables, presupuesto y finalmente la evaluación, en la que se reflejará cómo se obtuvieron los resultados del plan (Scott, 2011).

Así que, después de tener en cuenta que la comunicación es base fundamental para el crecimiento y el alcance de los objetivos de cualquier institución o empresa, y partiendo de que el área de egresados de la Universidad del Cauca no cuenta con un plan de comunicaciones estipulado, se elaboró esta propuesta de trabajo de grado del programa de Administración de Empresas, en la

modalidad de práctica profesional; para fortalecer los procesos de comunicación al interior y exterior del área.

Como finalidad del ejercicio de práctica en la institución se complementa el conocimiento, se afianzan saberes adquiridos, y a su vez se desarrollaron habilidades complementarias que fueron relevantes para el éxito de la actividad profesional del estudiante

CAPÍTULO I:

CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

En esta primera sección se pretende dar a conocer la esencia del trabajo a realizar dentro de la institución, se plantea la descripción y definición del problema, en donde se menciona características, hechos, acontecimientos y necesidades que influyen en la problemática a identificar. Además, la justificación, que evidencia la importancia de realizar este ejercicio; y por último se plantean los objetivos a desarrollar, que incluye el propósito por el que se llevó a cabo.

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Para el área de egresados de la Universidad del Cauca; ubicada en la ciudad de Popayán, en el departamento del Cauca, consciente de la gran importancia de fortalecer los procesos del área de mercadeo, surge la necesidad de diseñar e implementar un plan de comunicaciones basado en medios interactivos, que conlleven al posicionamiento y permanencia de la difusión de información oportuna de todos los eventos y procesos que se construyen constantemente en el área, garantizando así la interacción permanente con los egresados, de tal manera que se afiance su vinculación a las diferentes actividades fortaleciendo su identidad y sentido de pertenencia como Unicaucanos.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Justificando los acuerdos de la política de egresados de la Universidad del Cauca,(Acuerdo Superior 054 de 2017), donde se mencionan pilares fundamentales para la comunicación y desarrollo de estrategias de fortalecimiento de egresados se hace énfasis, en donde el área debe adoptar mecanismos que le permitan tener contacto de forma continua y segura, así poder desarrollar los proyectos, actividades académicas, investigativas y de interacción social que ejecuta la Universidad y la oficina de egresados. Por tal razón, se busca realizar un plan de comunicaciones

que este enfocado en transmitir y promover el propósito de la política cumpliendo con el objetivo principal del trabajo que es visibilizar y potencializar el área ante su público objetivo.

1.3. JUSTIFICACIÓN

Las instituciones al estar inmersas en un entorno cambiante y competitivo son importantes que sean visibles utilizando herramientas de marketing que permitan una comunicación y un posicionamiento en el mercado.

Bajo estas condiciones de dinamismo y competitividad del entorno, “El marketing se está convirtiendo en una batalla basada más en la información que en el poder de las ventas” (Kotler). Por esta razón, el marketing es fundamental para dar a conocer lo que se quiere a un público objetivo establecido, identificando sus necesidades y satisfaciéndolas de la mejor manera posible.

Las diversas estrategias, técnicas y elementos de marketing que se expresan en el documento, son vitales para la comunicación teniendo como eje articulador una de las más eficaces herramientas que la componen: las redes sociales, y la publicidad como arte que persuade y convence a un grupo objetivo para generar motivación por la marca, llevándolo a la acción; permitiendo con ello posicionamiento, construcción de identidad e imagen de marca. La comunicación, la publicidad y el marketing por si solos no generarían el éxito inmediato, pero sin duda hacen parte fundamental en el crecimiento de cualquier empresa y negocio, siempre y cuando estén acompañados de una buena estrategia.

Así mismo, este trabajo es importante porque se puede aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera profesional, es decir, la práctica permite ampliar el conocimiento teórico, realizar análisis, diagnósticos y tomar decisiones en situaciones reales.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

OBJETIVO GENERAL (UNO)

Elaborar un plan de comunicaciones, entre marzo y abril de 2018 para el área de egresados de la Universidad del Cauca que permita identificar las estrategias necesarias para lograr un posicionamiento del área y la política de egresados a través de medios interactivos.

OBJETIVO GENERAL (DOS)

Implementar un plan de comunicaciones para el posicionamiento de área de egresados de la Universidad del Cauca, entre mayo y junio de 2018

1.4.2. Objetivos Específicos

Objetivos específicos (UNO)

- Realizar un diagnóstico que permita conocer la posición interna y externa que tiene el área de Egresados de la Universidad del Cauca.
- Definir el mercado objetivo para el plan de comunicaciones.
- Establecer canales de comunicación eficaces entre la Universidad del Cauca y sus egresados.

Objetivos específicos (DOS)

- Elaborar el plan de acción para el periodo mayo y junio de 2018.
- Implementar durante el periodo de mayo y junio de 2018, tres de las actividades propuestas en el plan de acción.

CAPÍTULO II:

CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

En el presente capítulo se explica lo referente al marco teórico donde se muestran los diferentes conceptos y teorías que servirán de base para el desarrollo del trabajo. El marco referencial y legal que ayudará a poner en contexto algunos términos y/o definiciones que se utilizaron para el desarrollo del trabajo de la práctica profesional.

2.1 MARCO TEÓRICO

Es imprescindible tener presente que, desde ya hace algunos buenos años, el éxito de las empresas, instituciones o corporaciones en general ya no depende única y exclusivamente de la calidad del producto o servicio en sí mismo, sino que se hace imprescindible y trascendental la presencia de nuevas herramientas estratégicas que potencien la efectividad de los objetivos finales que se plantee cada organización y es aquí donde la comunicación juega un papel fundamental para la organización.

2.1.1. Plan Estratégico

La planeación estratégica para Sallenave (1995), es: El proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. De hecho, el concepto de estrategia y de planeación están ligados indisolublemente, pues tanto el uno como el otro designan una secuencia de acciones ordenadas en el tiempo, de tal forma que se puedan alcanzar uno o varios objetivos” (p. 42).

De acuerdo con Goodstein, Nolan y. Pfeiffer (1998), La planeación estratégica también permite que los líderes de la empresa liberen la energía de la organización detrás de una visión compartida y cuenten con la convicción de que pueden llevar a cabo la visión. En busca de maximizar el desempeño para un negocio, empresa u organización se establece una estrategia, (p. 9).

Según Arranz (1995), la planeación estratégica es la ruta para alcanzar la visión de conjunto que la alta dirección tiene de los resultados esperados a largo, mediano y corto plazo, de su personal,

su organización y de la comunidad en que se desarrolla. La planeación estratégica se propone analizar el presente, elegir el futuro, evaluar programas y controlar las acciones de los planes. La planeación estratégica requiere de una forma particular de pensar para poder imaginar escenarios futuros y producir ideas, habilidad de planeación, capacidad de decisión para llevarla a cabo.

Para Martínez P. y Milla Gutiérrez (2005) “la decisión de elaborar un plan estratégico es uno de los aspectos que demuestra el deseo de la organización de planificar, crecer y evolucionar constantemente”. (p.8).

2.1.2. La comunicación organizacional

La comunicación debe ser entendida Según Fernández Collado (1991) como “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de una organización, o entre la organización y su medio”(p.31) Es decir, la comunicación organizacional está compuesta por una serie de herramientas o piezas encaminadas a buscar un fin.

“La comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación, ya que esta busca influir en las opiniones y actitudes de los diferentes públicos ya sean internos o externos de cada organización, todo ello con el fin de cumplir con sus objetivos (Fernández Collado, 1997).

Así mismo, “estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación” (Zepeda F. 1999).

2.1.2.1. La comunicación interna

La comunicación interna permite cumplir las metas y objetivos que traza la organización a través de mensajes que fluyan de manera eficiente, además de contribuir en las buenas relaciones laborales y en un agradable clima laboral

2.1.2.2. Comunicación Externa

La comunicación externa es la trasmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas a la organización y a su contexto.

2.1.3. Estrategia comunicacional

Una estrategia de comunicación es una herramienta diseñada para articular acciones comunicativas de orden interno, que contribuyan a consolidar procesos institucionales; y de alcance externo, orientadas a informar sobre el alcance y el avance de los planes, programas, estrategias y proyectos (Soto, 2015).

El concepto de comunicación estratégica ha evolucionado a medida que las organizaciones han tenido nuevas exigencias y ha surgido la necesidad de implementar nuevos planes de comunicación estratégica, ampliando para sus diversos públicos la visión de la empresa. A partir de esto es posible que las organizaciones puedan articular y mejorar procesos que se llevan a cabo dentro de su estructura, partiendo de hechos concretos y sencillos para convertirlos en grandes estrategias comunicativas que dan giros significativos dentro y fuera de la organización, generando una conducta global, valores y razón de ser de las organizaciones.

2.1.4. Marketing y comunicación

La publicidad es un elemento que juega un papel fundamental y ayuda a que la estrategia sea un poco más efectiva, mercadeo “una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de

un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar (o mantener mediante la recordación) un producto o marca en la mente de un consumidor. “Esto se lleva a cabo a través de campañas publicitarias que se difunden en los medios de comunicación siguiendo un plan de comunicación preestablecido” (Eguizábal, 1998).

2.1.5. Medios de Comunicación

Los medios de comunicación pueden ser definidos como una serie de mecanismos que facilitan la propagación masiva de información facilitando “la construcción de consensos sociales, la construcción y reproducción del discurso público y ciertos niveles de interacción principalmente de los nuevos medios independientes, alternativos y comunitarios” (Raboy y Solervincens, 2005,4)

Dentro de los medios de comunicación encontramos:

- Medios convencionales o medios *Above the line* (ATL), estos medios son los tradicionales y su objetivo consiste en realizar publicidad impactante para comunicar información sobre productos o servicios, enfocándolos en medios de comunicación costosos y masivos, como la televisión, radio, cine, vallas, diarios y revistas (Serrate,2008)
- Los medios *Below the line* (BTL), según Pérez (2002) están conformados por todos aquellos que mantienen un contacto directo con el público creando experiencias de marca con el consumidor por medio de: material promocional (POP), eventos, foros, mailing, relaciones públicas, ferias, internet, entre muchos.

2.1.6. Publicidad

Las tendencias y conceptos asociados al Marketing y la Publicidad evolucionan continuamente y como es lógico, en un sector que se caracteriza por su perfil innovador y donde las inversiones

son cada día más importantes, surgen y nacen nuevas tendencias y conceptos como propuesta alternativa a las ya existentes con el objetivo de aportar nuevas fórmulas para operar y actuar en un sector altamente competitivo.

Thompson (2006) define la publicidad en internet como “una forma de comunicación impersonal que se realiza a través de la red y en el que un patrocinador identificado transmite un mensaje con el que pretende informar, persuadir o recordar a su público objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve. Todo esto, con la finalidad de atraer visitantes hacia su sitio web, posibles compradores, usuarios, seguidores etc.”

La revolución tecnológica ha consolidado a internet como un medio ideal y un soporte para comunicar, transmitir valores y adquirir mayor notoriedad. Sumado a ello el mundo digital y la creatividad han hecho posible que la publicidad de hoy en día pueda ser mucho más dinámica y atractiva para los usuarios y consumidores que ahora invierten mucho más tiempo inter-conectados a la gran red de redes.

2.1.7. Plan estratégico de comunicación

La comunicación es una herramienta del marketing, por ende, el plan estratégico de comunicación debe hacerse bajo los lineamientos de esta disciplina.

Después de haber determinado qué es un plan estratégico y la comunicación en la organización, se logra la definición de plan estratégico de comunicación (PEC).

Aljure Saab, A. (2016) lo establece como:

“proceso enfocado al análisis de la situación, al establecimiento de los objetivos de comunicación, a la especificación de los procesos, canales, tácticas, y acciones operativas

necesarias y de los recursos seleccionados para cumplir con dichos objetivos, y a la definición de los mecanismos e indicadores para medir y controlar la gestión y el impacto de la gestión de comunicación”.

El PEC, es un documento generado por el resultado del proceso de planeación estratégica de comunicación, el cual se puede plantear desde una duración de un mes, hasta 5 años.

2.1.7.1. Etapas del plan estratégico de comunicación.

El plan estratégico de comunicación contiene las siguientes etapas, las cuales pueden variar dependiendo de los requerimientos de la organización.

1. Análisis del entorno interno y externo

Se fundamenta en la búsqueda y exactitud de toda la información necesaria para identificar el estado actual y plantear un plan de comunicación con enfoque estratégico.

2. Diagnóstico del entorno

El diagnóstico del entorno se hace a través de la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Debilidades) es una herramienta de vital importancia para elaborar objetivos y estrategias de comunicación. El fin de elaborar un diagnóstico es sintetizar en un cuadro la situación de la empresa, por ende, se identifican sus ventajas y desventajas frente a su competencia y un análisis interno de la empresa.

3. Definición del público Objetivo

Identificar el público o los públicos objetivos hacia quienes va dirigido el plan de comunicación.

La empresa selecciona la parte del mercado que quiere captar su atención de acuerdo a las características del público objetivo, mediante esto se establecen los objetivos de comunicación que mejor se adaptan a las necesidades y requerimientos de estos.

4. Establecimiento de objetivos de comunicación

El objetivo de comunicación para Assifi y French (1991), "es el banco que especifica la audiencia deseada, el tipo de cambio esperado, cuando y donde la actividad de comunicación tomará lugar y finalmente, qué criterio se usará para medir el grado de éxito"

5. Diseño de estrategias

Según Estrella, A. y Segovia, C. (2016), "El diseño de las estrategias de comunicación deben delinear la lógica con la que la organización desea alcanzar los objetivos anteriormente propuestos, considerando las características del público objetivo, el posicionamiento de la organización y el gasto de comunicación".

6. Planes de acción

Las estrategias deben ser acciones concretas para que puedan ser efectivas, es de vital importancia definir un responsable que supervise y ejecute los planes de acción en los plazos establecidos. Se deben definir los recursos materiales, humanos, financieros requeridos para evaluar los costes, además jerarquizar la atención y dedicación para los planes en función de la importancia (Kotler, 1989).

7. Implementación

La implementación del plan es el proceso que pone en marcha las acciones que se han establecido anteriormente, por ende, convierte las estrategias en acciones para alcanzar los objetivos definidos.

2.2. MARCO CONTEXTUAL

La Universidad del Cauca, como institución pública comprometida con la excelencia académica y la acreditación institucional, asume al conjunto de sus egresados como parte activa de la comunidad universitaria que favorece tanto el desarrollo de la sociedad colombiana como el cumplimiento y fortalecimiento de la Misión y Visión Institucionales, promoviendo que sean partícipes en actividades administrativas, académicas, investigativas, culturales, de bienestar e interacción social; coadyuvando al mejoramiento y desarrollo de las unidades académicas y de la Universidad en general

El área de egresados de la Universidad del Cauca está adscrita a la Vicerrectoría Académica por medio del Acuerdo N° 003 de 2012, sobre modificación del acuerdo 105 del 18 de diciembre de 1993.

Datos generales del área de egresados de la Universidad del Cauca:

- Talento humano:** El área de egresados de la Universidad del Cauca está conformando actualmente por cinco personas distribuidas de la siguiente manera: El coordinador, una secretaria administrativa, una contratista y semestralmente se contrata un monitor y un pasante que realizan labores de apoyo administrativo.
- **Ubicación:** El área de egresados de la Universidad del Cauca se encuentra ubicada en el primer piso del Claustro Santo Domingo específicamente en la Calle 5ª N° 4-70 Centro Histórico.

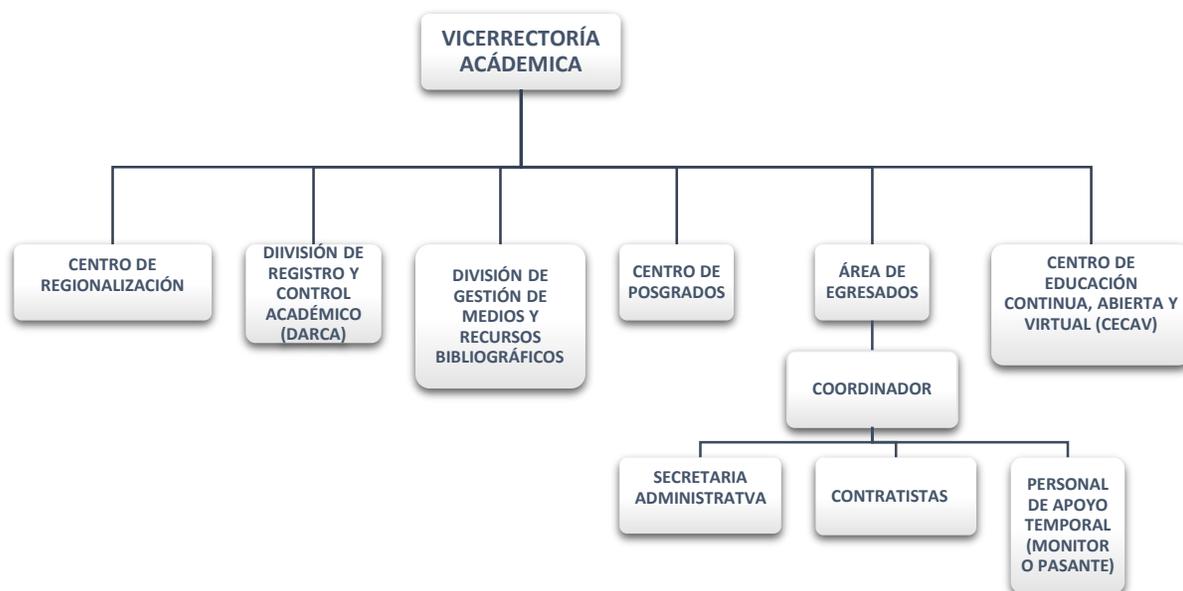


Figura 1. Organigrama Vicerrectoría Académica Universidad del Cauca

Actualmente, el área de egresados desarrolla las siguientes actividades:

- Apoyo a la inserción laboral a través del portal de Ofertas Laborales
<http://oportunidadeslaborales.portal.unicauca.edu.co/>
- Capacitaciones semestrales en inserción laboral. (Elaboración de hoja de vida, como presentarse a una entrevista, test performance y salud financiera)
- Carnetización
- Actualización de base de datos
- Apoyo a las actividades de los egresados
- Apoyo en la organización de encuentros de egresados de los programas de pregrado y posgrado
- Apoyo a los procesos de mejoramiento continuo y acreditación de los programas de pregrado y posgrado

- Apoyo a la Asociación de Exalumnos –Asecauca Capítulo Bogotá
- Observatorio de egresados (Proyecto de investigación)
- Difusión de actividades académicas, investigativas y culturales de los egresados y de la universidad hacia los egresados.
- Seguimiento a egresados

2.3. MARCO LEGAL

La normatividad vigente que está relacionada con la actividad educativa que desarrolla el área de egresados de la Universidad del Cauca es la siguiente:

La Constitución Política de Colombia:

- Artículo 67: Corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia de la educación con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos; garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo.

La Ley 30 de 1992 “Por la cual se organiza el servicio público de la educación superior”, realiza la primera contribución acerca de los mecanismos de interacción o vinculación de las Instituciones de Educación Superior con sus egresados, en primera instancia para universidades públicas.

DECRETO 2566 DE SEPTIEMBRE 10 DE 2003

Por el cual se establecen las condiciones mínimas de calidad y demás requisitos para el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos de Educación Superior.

Artículo 14: Políticas y Estrategias de Seguimiento a Egresados. Que las Instituciones deberán demostrar la existencia de políticas y estrategias de seguimiento a Egresados que:

- Permitan valorar el impacto social del programa y el desempeño laboral de sus Egresados, para su revisión y reestructuración, cuando sea necesario.
- Faciliten el aprovechamiento de los desarrollos académicos en el área de conocimiento por parte de los Egresados.
- Estimulen el intercambio de experiencias profesionales e investigativas.

DECRETO 1001 DE ABRIL 3 DE 2006

Artículo 13, Literal 12: Políticas y Estrategias de Seguimiento a Egresados.

La existencia de políticas y estrategias de seguimiento a Egresados que:

- Permitan valorar el impacto social del programa.
- Faciliten el aprovechamiento de los desarrollos académicos en el área del conocimiento por parte de los Egresados.
- Estimulen el intercambio de experiencias profesionales e investigativas.

CAPÍTULO III: CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA

El presente capítulo consiste en explicar la contribución del trabajo realizado en el área de egresados de la Universidad del Cauca, los resultados obtenidos, la metodología utilizada, el respectivo cronograma de actividades y su presupuesto.

3.1 CONTRIBUCIÓN DEL TRABAJO

El área de egresados de la Universidad del Cauca, es una dependencia que ha mantenido sus procesos comunicacionales de un modo informal, con el desarrollo de este trabajo se logró con una serie de estrategias a que el área fortalezca sus mecanismos de comunicación llevando consigo al posicionamiento, a la vez acercándola a procesos mucho más formales del manejo de la comunicación al interior y exterior del área y de la Universidad del Cauca.

3.2 RESULTADOS ESPERADOS

Con el plan de comunicaciones se aportaron acciones que fortalecieron los procesos de comunicación del área de Egresados de la Universidad del Cauca permitiendo el manejo adecuado de las redes sociales e implementación de la página web. Estos puntos se consideran importantes debido a que el área necesita ser reconocida por la labor que realiza.

Para el practicante fue una oportunidad de acercarse a un mundo más profesional, en donde se encuentra la manera de poner en práctica saberes y habilidades que poco a poco demostraran que se está listo para enfrentar un ámbito laboral.

3.3 METODOLOGÍA

Con la finalidad de adquirir mayor conocimiento para realizar el proceso de elaboración e implementación de un plan de comunicaciones en el área de egresados de la Universidad del Cauca,

se utilizaron mecanismos de recolección de información como entrevistas de tipo informal a personal del área de egresados, seguidamente se realizaron las siguientes seis fases:

1. Diagnóstico del entorno
2. Definición del público de objetivo
3. Diseño de estrategias
4. Plan de acción
5. Implementación
6. Control

Primera Fase: Diagnóstico del entorno, se desarrolla la matriz DOFA (Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) que permite comprender la situación actual de la organización por medio de la descripción detallada de cada de los puntos que se desglosan de la matriz, obteniendo así un diagnóstico claro de los aspectos internos y externos que benefician o turban a el área.

Segunda Fase: Es importante tener claridad acerca de quién es el público objetivo porque es el momento de estipular los objetivos de comunicación que tengan conexión entre los intereses, gustos y necesidades de los clientes, con los productos y servicios que se ofrecen.

Tercera Fase: Diseño de estrategias, que permitan lograr los objetivos de comunicación que se van a llevar a cabo para implementar el plan de comunicación

Cuarta Fase: Diseño de planes de acción, para poner en práctica cada una de las estrategias planteadas, es importante programarse en modo, tiempo y recursos (humanos y financieros) para lograr cada uno de los objetivos. Es lo que se llama planes de acción con una organización previa y visión de acción oportuna.

Quinta Fase: Teniendo en cuenta las actividades del plan de acción se desarrollaron cada una de ellas en el tiempo estipulado en la práctica profesional.

Sexta Fase: El control se realizó evaluando cada las actividades propuestas en el plan de acción, de esta manera se determinó qué acciones fueron acertadas, así como su impacto, para corregir o mejorar estrategias en un futuro.

CAPÍTULO IV:

DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

Este capítulo propende dar a conocer los resultados obtenidos durante el desarrollo de práctica profesional, basándose en los objetivos propuestos para el plan de comunicaciones del área de egresados de la Universidad del Cauca

Según los objetivos planteados al inicio de este documento se realizaron diferentes actividades para el cumplimiento de los mismos, a continuación, se observan las actividades desarrolladas para lograr la consecución de cada uno.

4.1. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO

Matriz DOFA.

Es una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posee el área de egresados de la Universidad del Cauca, útil para examinar sus Debilidades internas, Oportunidades externas, Fortalezas internas y Amenazas externas que dará paso a la creación de estrategias FO, FA , DO, DA. En la Tabla se puede observar las estrategias que surgen en la realización de la matriz DOFA.

<p>Área de Egresados Universidad del Cauca</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Egresados graduados. - Empresas Potenciales - Desarrollo de nuevos proyectos que vinculen los egresados a la Institución. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desconocimiento de los servicios que presta la Oficina de Egresados - Desconocimiento del Portal de Ofertas Laborales
--	---	---

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de talento humano. - Escases de recursos tecnológicos. - Ausencia de marca: Área de Egresados - No se tiene asignado presupuesto para el Área. - Falta de articulación con los diferentes programas de pregrado y posgrado. - Base de datos de egresados incompleta - Falta de importancia prestada al Área por parte de la administración de la Universidad. 	<p>Estrategias DO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Articulación estratégica para brindar a los egresados diferentes capacitaciones relacionadas con la inserción laboral. - Campaña de mercadeo para la actualización de datos - Relacionamiento con organizaciones públicas y privadas a nivel local, regional, nacional e internacional 	<p>Estrategias DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realización de una estrategia publicitaria para la difusión de los servicios que presta el área de egresados - Participación en actividades con estudiantes de último semestre, docentes y egresados
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prestigio e imagen de la Universidad del Cauca. - Proactividad del coordinador del Área de Egresados en la gestión - Visibilidad de un espacio en la página web de la Universidad. - Existencia de una oficina dotada donde se pueden recibir egresados. - Buenas relaciones existentes con las otras Oficinas de Egresados a nivel nacional 	<p>Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puesta en marcha de una estrategia que involucre el público objetivo para el desarrollo de mercado de la Bolsa de Empleo. - Implementación nuevos medios de comunicación donde se visualice información completa del Área - Realizar convenios y alianzas con diferentes establecimientos, empresas e instituciones para obtener beneficios. 	<p>Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fidelización de nuestro segmento de mercado, brindándoles un excelente servicio. - Ampliar los servicios con los que cuenta el área de egresados y el Portal de Ofertas Laborales

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 1. Matriz DOFA

4.1.1. Diagnóstico de Comunicación Interna

Uno de los objetivos que toda organización persigue es que sus trabajadores estén motivados e identificados con los objetivos organizacionales. Los trabajadores a su vez necesitan estar informados para sentirse parte activa de la organización y que la participación reciba el adecuado reconocimiento. De este modo, la comunicación al incrementar la posibilidad de participación

favorece las iniciativas y moviliza la creatividad el cual se convierte en un factor de integración, motivación y desarrollo personal.

El Área de Egresados de la Universidad del Cauca actualmente utiliza los siguientes medios de comunicación internamente:

- Reuniones formales e informales
- Boletines o Informes
- Carteleras
- E-mail

Además de ser un área con poco personal los medios con lo que trabaja actualmente son efectivos y propician la buena comunicación generando feedback entre los funcionarios. El plan de comunicación para el área de egresados permitió la aceptación e interiorización de los nuevos valores y pautas de gestión que acompañaron el desarrollo de los objetivos propuestos.

4.1.2. Diagnóstico de Comunicación Externa

La comunicación externa se utiliza para proporcionar información persuasiva a los representantes del entorno acerca de las actividades, productos o servicios que el área o dependencia está ofertando.

El área de egresados de la Universidad del Cauca, se encuentra en el proceso de fortalecer los lazos con sus egresados al igual que con la comunidad universitaria.

El correo electrónico institucional es el medio de comunicación más utilizado por la dependencia, debido a que es un medio efectivo, de fácil manejo y se puede enviar comunicación masiva de acuerdo a la gran base de datos que maneja.

Con el sector empresarial se realiza comunicación vía correo y telefónicamente, en donde se comunica el proceso de registro al portal de ofertas laborales y así mismo la retroalimentación en cuanto a las vacantes postuladas y la contratación de los egresados de la Institución.

Se evidencia la falta de posicionamiento y recordación por parte de los egresados, ya que algunos no conocen la existencia de la oficina y los servicios que presta; por tal motivo se deben definir estratégicamente los medios por los cuales se difundirá la información al público objetivo, que sea claro y que genere reconocimiento, impacto y recordación de marca. Se recomienda manejar los siguientes medios de comunicación: medios impresos, medios digitales e interactivos, radio y televisión.

4.2. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO PARA EL PLAN DE COMUNICACIONES DEL ÁREA DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA

Es importante definir el mercado objetivo, teniendo en cuenta de manera particular las características coherentes con el plan de comunicación.

El área de Egresados de la Universidad del Cauca adscrita a la Vicerrectoría Académica, define su público objetivo como hombres y mujeres que han cursado programas tecnológicos, de pregrado y posgrado en la Universidad del Cauca que por lo general se encuentran entre los 22 y 60 años de edad.

Estudiantes de último semestre de los programas de pregrado, es un mercado potencial para fidelizar y sensibilizar donde se da a conocer los beneficios y servicios que tendrán como futuros egresados Unicaucanos.

Empresas públicas y privadas, con las que se realiza intermediación laboral mediante el Portal de trabajo con que actualmente cuenta el área de egresados, las cuales ofrecen oportunidades laborales a los egresados de la institución a nivel local, regional y nacional.

4.3. DISEÑO DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Una vez conocida la situación actual del área, se determinó a dónde se quiere llevar, qué se pretende conseguir de su público o entorno. Para ello es necesario fijar los objetivos de comunicación que se mencionan continuación junto con las estrategias para cada uno.

- **Objetivo de comunicación 1:** Lograr posicionamiento de marca e imagen

Estrategia: Diseñar una nueva identidad corporativa

- **Objetivo de comunicación 2:** Difundir los procesos, actividades y eventos que realiza el área.

Estrategias: Diseñar campaña de publicidad para socialización de los eventos.

Dar a conocer los medios de comunicación con lo que cuenta el área.

- **Objetivo de comunicación 3:** Mantener a los diferentes grupos de interés actualizados con información relevante.

Estrategia: Manejo de redes sociales, mailling y pagina web institucional.

4.4. ESTABLECIMIENTO DE CANALES DE COMUNICACIÓN EFICACES ENTRE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA Y SUS EGRESADOS

De acuerdo con lo mencionado en el capítulo anterior, se deben seleccionar canales de comunicación, eficientes para transmitir la información, servicios, beneficios, eventos y demás actividades que realiza el área de egresados de la Universidad del Cauca. Con los canales utilizados las partes interesadas (estudiantes, egresados, sector empresarial y comunidad universitaria) se podrán mantener informados de lo que acontece en su Ama Mater y por ende en lo Oficina de Egresados.

A continuación, se muestran los canales de comunicación seleccionados para el desarrollo del plan:

4.4.1. MEDIOS DIGITALES INTERACTIVOS

- **Página web:** Una página especialmente para los egresados que englobe todos los aspectos y temas de interés: noticias, reconocimientos, eventos, servicios e información sobre grados.
- **Redes sociales:** Utilizar 3 plataformas como: Facebook, Twitter e Instagram las cuales son las más usadas por los egresados Unicaucanos, incursionar en la nueva red social profesional LinkedIn. Las redes sociales son los medios más económicos para difundir cualquier tipo de información, nos encontramos en una sociedad interconectada y estas son visitadas continuamente por millones de usuarios.
- **Correo electrónico:** Medio importante y eficaz en el sistema de tecnologías de información y comunicación. El área implementa este sistema de forma permanente por su alto alcance y efectividad.
- **Revista Digital:** “Egresados Unicauca”, publicación bimensual, donde se resaltará el aporte de los egresados del Alma Mater en el ámbito cultural, científico, investigativo, político, económico y social.

4.4.2. MEDIOS IMPRESOS

- **Volantes:** Utilizados para comunicar información sobre próximas reuniones de graduandos, portal de ofertas laborales y diferentes eventos a realizar.
- **Plegables:** Información específica sobre el área de egresados de la Universidad del Cauca (Servicios, Contacto, Beneficios, Convocatorias)
- **Separadores:** Datos básicos de contacto sobre el área de egresados de la Universidad del Cauca y Portal de Ofertas Laborales.

4.4.3. RELACIONES PÚBLICAS

Empleada principalmente con el sector empresarial, pues es aquí donde el área entabla diferentes contactos con empleadores y posibilidades de conseguir alianzas de vinculación para los egresados Unicaucanos en el campo laboral. En el establecimiento de estas relaciones se destaca la calidad con la que cuentan los egresados de una Institución Acreditada de Alta Calidad.

4.4.4. TELEVISIÓN

Notas televisivas de eventos, proyectos, conferencias, capacitaciones y demás temas de interés que realiza el área de egresados de la Universidad del Cauca. Se debe coordinar con la Directora Martha Pilar Campos del Centro de Gestión de las Comunicaciones de la Institución

Las Notas televisivas son presentadas en las emisiones de Unicauca al día, aproximadamente de 3 minutos.

4.4.5. RADIO

Participar en la Emisora Unicauca Estéreo frecuencia 104.1 FM, fortaleciendo y posicionando el área de egresados dentro de la institución y las entidades externas, donde se expresen las diferentes

actividades, y apoyado con el aporte de algunos egresados que contarán sus experiencias o proyectos en un formato dinámico de entrevista con los profesionales del Centro de Gestión de las Comunicaciones.

Pautar en cuñas de aproximadamente 30 segundos con información corta y breve sobre capacitaciones, encuentros de egresados y reuniones de graduandos.

4.5.DEFINICIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN ENTRE LOS MESES DE MAYO A JUNIO DE 2018 DEL PLAN DE COMUNICACIONES.

El plan de acción es una herramienta que establece las actividades que deben ser realizadas por una o varias personas, en plazos de tiempos específicos, y con indicadores y/o metas, con el fin de alcanzar los objetivos planteados.

Objetivos	Estrategias	Actividades	Responsable	Indicador	Meta	Fecha
Lograr posicionamiento de marca e imagen	Diseñar una nueva identidad corporativa	Construcción de la propuesta de identidad del área de egresados	Equipo de trabajo área de egresados	$\frac{N^{\circ} \text{ de reuniones ejecutadas}}{N^{\circ} \text{ de reuniones programadas}} \times 100$	Se cumplió al 100%	Marzo de 2018
		Reunión para aprobación de la propuesta	Equipo de trabajo área de egresados	$\frac{N^{\circ} \text{ de reuniones ejecutadas}}{N^{\circ} \text{ de reuniones programadas}} \times 100$	Se cumplió al 100%	11 abril 2018
		Diseño de nuevo logo del área	Diseñadora Gráfica	Evidencia correo electrónico	Se cumplió al 100%	16 abril de 2018
		Inclusión del nuevo logo en todo el material de comunicación	Equipo de trabajo área de egresados	Evidencia en material virtual y papelería	Se Cumplió al 100%	17 abril de 2018
		Rediseño del Portal de Ofertas Laborales de acuerdo a la nueva imagen	Diseñadora Gráfica y equipo de sistemas de la Plataforma	$\frac{N^{\circ} \text{ de solicitudes realizadas}}{N^{\circ} \text{ de solicitudes aprobadas}} \times 100$	Se cumplió al 100%	10 mayo de 2018
		Crear un nuevo sitio web institucional para el área de egresados	División de Tics Unicauca	$\frac{N^{\circ} \text{ de solicitudes realizadas}}{N^{\circ} \text{ de solicitudes aprobadas}} \times 100$	Se cumplió al 100%	Mayo y junio de 2018
Difundir los procesos, actividades y eventos que realiza el área	Diseñar campaña de publicidad para socialización de los eventos	Diseño de la campaña (Concepto gráfico y copys)	Practicante Profesional- Diseñadora Gráfica	$\frac{N^{\circ} \text{ de solicitudes realizadas}}{N^{\circ} \text{ de solicitudes aprobadas}} \times 100$	Se cumplió al 100%	Marzo y abril de 2018
		Implementar medios interactivos digitales para realizar la	Practicante Profesional	Evidencia en Redes sociales	Se cumplió al 100%	Mayo y junio de 2018

	Dar a conocer los medios de comunicación con lo que cuenta el área	promoción de la campaña				
		Utilización de material impreso para entregar en capacitaciones, reuniones de graduandos y punto de atención	Diseñadora Gráfica- Taller Editorial	$\frac{N^{\circ} \text{ de material a imprimir}}{N^{\circ} \text{ de material impreso}} \times 100$	Se cumplió al 100%	De marzo a junio de 2018
Mantener a los diferentes grupos de interés actualizados con información relevante	Manejo de redes sociales, mailing y pagina web institucional	Alimentar con contenidos las redes sociales del área (Facebook, Instagram y Twitter)	Practicante Profesional	Evidencia: Cronograma de publicaciones para redes sociales	Se cumplió al 100%	Mayo y junio de 2018
		Realizar manual de registro al portal de Ofertas laborales para empresas y egresados	Diseñadora Gráfica	Evidencia publicada en redes sociales y correo del portal de Ofertas Laborales	Se cumplió al 100%	Junio de 2018
		Dar a conocer los beneficios que tienen los egresados de la Universidad	Practicante Profesional	Evidencia de la página web, redes sociales y correo del área	Se cumplió al 100%	Junio de 2018
		Realizar convocatoria para lanzar la primera edición de la Revista Digital	Practicante Profesional – Coordinador del Área	$\frac{N^{\circ} \text{ de respuestas a la solicitud}}{N^{\circ} \text{ de solicitudes enviadas}} \times 100$	Se cumplió al 60 %	Junio de 2018

Tabla 2. Plan de Acción Plan de Comunicaciones

4.5.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Durante el periodo comprendido entre los meses de marzo y junio de 2018, se realizó el ejercicio de práctica profesional en la realización e implementación de un plan de comunicaciones para el área de egresados de la Universidad del Cauca, cumpliendo con un cronograma de 20 semanas se culminó este trabajo

Actividades

- a. Cambiar la imagen corporativa del área de egresados.
- b. Solicitar apoyo de la División de TICS de la Universidad del Cauca, para el rediseño y estructuración de la nueva página web del Área de Egresados.
- c. Realizar un rediseño del Portal de Ofertas Laborales.
- d. Manejo de mailing corporativo.
- e. Realizar campaña publicitaria de los servicios que presta el Área de Egresados de la Universidad del Cauca.
- f. Realizar publicidad de los eventos, vacantes laborales, días especiales y encuentros de egresados
- g. Realizar cronograma de publicaciones para las redes sociales del área de Egresados de la Universidad del Cauca
- h. Manejo de social media redes sociales del área de egresados
- i. Promocionar el Portal de Ofertas Laborales que tiene el Área de Egresados de la Universidad del Cauca.
- j. Realizar convocatoria para publicar la primera edición de la Revista Digital del área de egresados.
- k. Presentación de informe final de práctica profesional.

Semanas/ Actividad	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES EN SEMANAS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
a			■	■																
b				■	■															
c				■	■	■	■													
d			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
e						■	■	■	■	■	■									
f				■	■	■	■													
g		■	■	■																
h							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
i																	■	■	■	■
j													■	■	■	■	■			
k																				■

Tabla 3. Cronograma de Actividades Plan de Comunicaciones

4.6.PRESUPUESTO

A continuación, se presenta el presupuesto que se destinó para el desarrollo de las actividades del plan de comunicaciones para el área de egresados de la Universidad del Cauca. Los valores mencionados hacen parte al cargo del presupuesto de la Vicerrectoría Académica dependencia a las cual se encuentra adscrita el área.

- Presupuesto Talento Humano

TALENTO HUMANO	TIEMPO	COSTO
1 practicante profesional	5 meses	\$5.080.000
1 monitor Diseño Gráfico	3 meses	\$1.026.000
Monitor Auxiliar División de TICS	3 meses	\$ 0

Tabla 4. Presupuesto Talento Humano

- Presupuesto Material POP

MATERIALES	COSTO
Material Impreso (Volantes y separadores)	\$430.000

Tabla 5. Presupuesto Materiales

- Presupuesto Página Web

Extensión de Dominio Página Web	\$ 0
---------------------------------	------

Tabla 6. Presupuesto Página Web

- Presupuesto Total

Presupuesto Talento Humano	\$ 6.106.000
Presupuesto Material POP	\$ 430.000
Presupuesto Página Web	\$ 0
TOTAL	\$6.536.000

Tabla 7. Presupuesto Total

Nota: El presupuesto de la página web se encuentra en \$0, ya que fue apoyado por la División de TICS de la Universidad del Cauca y desarrollada por el monitor de su dependencia Javier Agredo, estudiante del programa de Ingeniería de Sistemas.

4.7.IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES DESCRITAS EN EL PLAN DE COMUNICACIONES DEL ÁREA DE EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA DURANTE LOS MESES MAYO A JUNIO DE 2018

El cumplimiento de las actividades propuestas en el plan de comunicaciones para el área de egresados de la Universidad del Cauca fue vital para evidenciar la gestión realizada durante la práctica profesional, Además de lograr un crecimiento a nivel corporativo, se deja posicionado en gran medida sus canales de comunicación y se espera que estas acciones sean encaminadas al mejoramiento continuo de la dependencia.

Inicialmente se planteó implementar tres actividades, pero debido a la pronta ejecución de algunas actividades se incorporaron unas nuevas que contribuyeron al desarrollo de este trabajo y por ende al posicionamiento del área de egresados de la Universidad del Cauca.

4.7.1. Actividad N° 1: Cambio de Imagen Corporativa del área

Desarrollo de la Actividad:

De acuerdo a la reunión realizada el 11 de abril de 2018 con el Coordinador del Área, Juan Carlos Varona Albán junto con el equipo de trabajo se decide cambiar el logo del área. Se planteó como primera medida que se debe hacer énfasis en la marca institucional ya que es la que se debe posicionar ante la comunidad, y de ahí derivar la dependencia a la cual se pertenece.

Con el apoyo de la Diseñadora Gráfica Daniela Valencia Almendra se construye el nuevo logo del área que fue implementado en todo el material de publicidad y mercadeo.

Esta fue una actividad clave, ya que de esta manera se logró incorporar una identidad por parte de los funcionarios que trabajan en la dependencia así mismo como de los egresados de la Institución.

Es de mencionar que la nueva imagen está alineada con los procesos que maneja el Centro de Gestión de las Comunicaciones que son los que se encargan de promover la marca Institucional.



Figura 3. Antiguo logo área de egresados



Figura 2. Nueva imagen del área de egresados

4.7.2. Actividad N° 2: Rediseño del Portal de Ofertas Laborales.

Desarrollo de la Actividad:

Según el nuevo formato de imagen corporativa, se implementa el nuevo logo así mismo como el re diseño del Portal de Ofertas Laborales el cual se realiza por medio de una solicitud a los administradores del sitio web Trabajando.com. A través de correo electrónico del área se realiza la solicitud para proceder al rediseño del sitio (*Ver Anexo 1*). La persona encargada de plasmar esta meta fue la diseñadora gráfica Daniela Valencia Almendra.

Los cambios realizados fueron: Cambio de home cabecera incorporando la nueva imagen del área y adicionando las tres redes sociales con las que se cuenta, encabezados y botones de búsqueda más serios y acordes a los colores Institucionales



Figura 5. Antigua imagen Portal de Ofertas Laborales

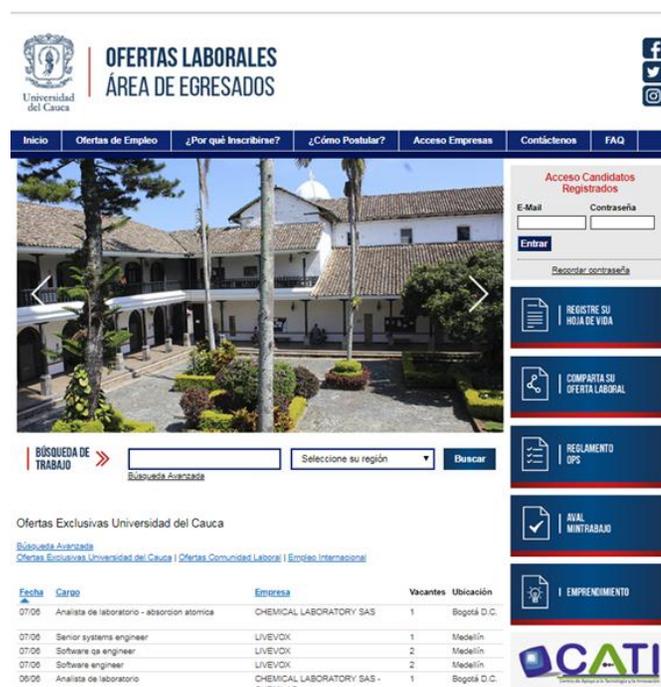


Figura 4. Rediseño Portal de Ofertas Laborales

4.7.3. Actividad N° 3: Crear un nuevo sitio web institucional para el área de egresados

Desarrollo de la Actividad:

El área de egresados de la Universidad del Cauca no contaba con un portal web donde se publicará información completa de los servicios, noticias y actividades que se realizan en pro de los graduados de la Institución.

En la página web institucional se puede evidenciar información general de contacto, horarios de atención y algunas de las actividades que realiza el área. Por tal motivo se solicitó a la División de Tecnologías de la Información el apoyo para la creación del nuevo sitio web con dominio:

www.unicauca.edu.co/areadeegresados se realizó la solicitud al Ingeniero Oscar Josué

Calderón, Jefe de la División de TICS (*Ver Anexo 2*), la cual tuvo respuesta positiva donde se asignan usuarios y claves a los administradores de la página (*Ver Anexo 3*).

El diseño y desarrollo del página web del área de egresados estuvo a cargo de funcionarios de la División de TICS apoyado por el monitor Javier Agredo, diseño y diagramación por la Diseñadora Gráfica Daniela Valencia Almendra y suministro de información se recopiló con el coordinador del área de egresados y la practicante profesional Daniela Valencia Cano. El nuevo diseño está basado en un formato dinámico, atractivo, sencillo y de fácil manejo por parte de los usuarios, contara con secciones como: noticias, calendario de eventos, servicios, actualización de datos en línea, link directo al portal de ofertas laborales, información de asociaciones, donaciones y contacto.

The screenshot shows the 'Área de Egresados' page on the Universidad del Cauca website. The page has a blue header with the university logo and a search bar. Below the header is a navigation menu with links for Inicio, Pregrado, Posgrado, Investigación, Regionalización, Diplomados y cursos, and Acerca de Unicauca. The main content area is titled 'Área de Egresados' and includes a section for 'Información general' with text about communication mechanisms, a logo for 'Universidad del Cauca Egresados', and a sidebar with navigation buttons for 'Secciones Acerca de Unicauca' (Directivos, Departamentos, Dependencias, Centros, Estructura orgánica, Facultades, Filosofía) and 'Información para:' (Estudiantes, Aspirantes, Docentes, Graduados, Funcionarios, Visitantes). There is also a 'Destacados' section with a 'Documentos Públicos' button.

Figura 6. Información área de egresados Página Web Institucional

Diseño e Implementación de la Nueva Página Web del área de egresados



Figura 8. Página web- sección inicio



Figura 7. Nuevo formato Página Web Área de Egresados Universidad del Cauca



EMPRENDIMIENTO LIDERADO POR EGRESADA DE LA FIET DE UNICAUCA GANÓ EN RECON 2018

02 de abril de 2018

La plataforma digital RECON, que identifica, acompaña y apoya iniciativas de emprendimiento e innovación relacionadas con la paz y la reconciliación, el 1 de octubre de 2017 abrió la convocatoria para conocer lo que las comunidades y personas de diferentes regiones del país hacen para transformar realidades y generar oportunidades.

Una vez terminado el plazo de postulaciones el pasado 31 de enero de 2018, se recibieron más de 1.500 iniciativas, de las cuales 881 atendían todos los requisitos. De este total, fueron seleccionados 60 que participaron en una votación pública. Y finalmente, quedaron 18 finalistas, de los cuales se escogieron los seis ganadores, uno por cada categoría del concurso.

Entre los seis mejores emprendimientos, el ganador en la categoría 'Cultura de paz y Derechos Humanos' fue 'Get Up and Go Colombia', iniciativa payonesa fundada hace dos años y medio, y de la cual hacen parte 25 integrantes, en su mayoría egresados de diferentes programas de la Universidad del Cauca, bajo el liderazgo de Luisa Fernanda Romero, ingeniera Electrónica y de telecomunicaciones, también formada en esta Alma Mater.

Durante el acto de premiación realizado en Bogotá asistieron como invitados Roberto Pombo, director de EL TIEMPO, Tommy Stromberg, embajador de Suecia en Colombia; Pablo Ruiz, director del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), entre otras personalidades.

"Este premio a nivel nacional para nosotros significa que es muy importante el trabajo que estamos haciendo, de la construcción de paz a través del turismo. Es un premio que nos permite darnos a conocer tanto con entidades nacionales como internacionales como la USAID, PNUD, la Alta Comisaría para los Derechos Humanos y otras entidades con las cuales podemos fortalecer lo que estamos haciendo acá en el Cauca", afirmó Luisa Fernanda.

Igualmente señaló que parte del premio que recibieron será destinado a la creación del Centro de Visitantes para la Paz de Popayán, proyecto que es liderado por su emprendimiento y el cual busca que ciudadanos del país y el mundo conozcan en detalle la historia del Cauca y sus lugares turísticos así como iniciativas de paz que vinculen trabajos con excombatientes.

'Get Up and Go Colombia' nació con el propósito de difundir y visibilizar lo que es el departamento del Cauca y la ciudad de Popayán en términos de turismo. Actualmente cuentan con diferentes programas para lograr este fin, y uno de ellos es el Free Walking Tour, que es una caminata gratuita con la cual le muestran a turistas de todo el mundo lo que es esta región más allá de la historia.

Las seis iniciativas de emprendimiento social ganadoras recibieron un capital semilla y a su líder se le garantizará la participación en un programa de formación en transformación de valores con el Centro del Dalai Lama para la Ética y Transformación de Valores de MIT. Igualmente los videos de cada iniciativa serán difundidos en salas de cine de todo el país.

PLATAFORMA DIGITAL RECON, CON UN EQUIPO DE EXPERTOS EN RECONOCER LA FUERZA DE EMPRENDIMIENTO EN LAS INSTITUCIONES DEL CAUCA

Noticias

Eventos

Becas

NOTICIAS



ELECCIÓN DEL REPRESENTANTE DE LOS EGRESADOS ANTE EL CONSEJO SUPERIOR DE UNICAUCA

25 de abril de 2018

Se realizará en Popayán y Santander de Quilichao la elección del Representante de los Egresados al Consejo Superior para el periodo 2018-2020...

Leer +



EMPRENDIMIENTO LIDERADO POR EGRESADA DE LA FIET DE UNICAUCA GANÓ EN RECON 2018

02 abril de 2018

Se trata de 'Get Up and Go Colombia', uno de los seis ganadores del concurso RECON 2018, el cual promueve las mejores iniciativas de emprendimiento ...

Leer +



FALLECIÓ UNO DE LOS PRIMEROS INGENIEROS ELECTRÓNICOS QUE FORMÓ LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA

20 de marzo de 2018



UNICAUCA REALIZÓ LA TERCERA REUNIÓN DE GRADUANDOS

15 de marzo de 2018

Figura 9. Página Web - sección noticias

¿QUÉ SIGNIFICA SER UN EGRESADO UNICAUCANO?



Es vivir y mantener desde lo más profundo de mí ser el sentido de pertenencia por la Universidad. Es el deseo de verla en continuo progreso al servicio de una excelente educación pública para nuestros descendientes y juventud en general.

NAYIBE FERNÁNDEZ.
Licenciatura en Ciencias Sociales, 1994



Ser egresado de la Universidad del Cauca, es motivo de emoción y de ejemplo ante la sociedad, pues somos representantes de la educación, del trato humano y cordial ante el mundo.

ANGELO DAVID PEÑA MONTILLO
Administración de Empresas, 2017

CONTACTO

ÁREA DE EGRESADOS

Dirección: Calle 5 N° 4 - 70
Centro Histórico - Santo Domingo, Popayán
Teléfono: 8209900 Ext. 1431
Correo electrónico:
egresados@unicauca.edu.co

ENLACES DE INTERÉS

- >> UNIVERSIDAD DEL CAUCA
- >> Portal de ofertas laborales
- >> Posgrados
- >> CECAV

Hacia una
Universidad
comprometida
con la paz
territorial

Figura 10. Página web- sección comentarios egresados

VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ÁREA DE EGRESADOS

INICIO QUIENES SOMOS VINCULATE SERVICIOS NOTICIAS **CONTACTENOS**



CONTACTENOS |

Nombre Completo

Ciudad

Teléfono

Email*

Asunto

Mensaje

Autorizo el uso de datos personales.

ENVIAR

Universidad del Cauca | Vigilancia Mineducación
Línea gratuita 018000 949020
Popayán, Colombia | NIT 691500319-2

Figura 11. Página web - sección contacto

4.7.4. Actividad N° 4: Elaboración de Material Impreso

Desarrollo de la actividad

Con el propósito de dar a conocer los medios de comunicación con los que cuenta el área de egresados de la Universidad del Cauca se diseñó un separador, que contiene la información básica de contacto y redes sociales con las que pueden establecer comunicación directa con el área. Estos separadores son destinados a entregar en las reuniones de graduandos, capacitaciones y el punto de atención al público. El diseño gráfico fue realizado por la señorita: Daniela Valencia Almendra



Figura 12. Separador

Enfocándose en uno de los públicos objetivos del área de egresados de la Universidad del Cauca, quien en este caso lo serán los estudiantes próximos a graduarse se diseñó un volante con información del evento de reunión de graduandos, el cual es una bienvenida como futuros egresados Unicaucanos y su último encuentro como estudiantes; en este volante se informa el proceso de entrega de boletas de ingreso a la ceremonia de grado, es entregado a cada graduando al momento de entregar los documentos de grado en la Secretaría General de la Universidad y tiene como finalidad ir apropiando por parte del estudiante la existencia de un área de egresados en su Institución.


VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ÁREA DE EGRESADOS
Universidad del Cauca

CUARTA REUNIÓN DE GRADUANDOS

Día: Jueves 14 de junio de 2018

Lugar: Auditorio Antonio José Lemos Guzmán,
Facultad de Ciencias de la Salud

Hora: 3:00 pm y 6:00 pm
(Se confirmará vía correo electrónico a cada graduando el horario de la reunión)

NOTA: Se entregará las boletas para asistir a la Ceremonia de Grado, necesariamente el graduando debe presentar su **documento de identidad**, y haber diligenciado la **encuesta** en línea.
<http://bit.ly/Graduandos2018>

» SE REQUIERE PUNTUAL ASISTENCIA «

Hacia una Universidad comprometida con la Paz Territorial.

CUARTA REUNIÓN DE GRADUANDOS

Junio 14 de 2018

RECOMENDACIONES

| Entrega de Boletas: Pregrado y Posgrado: Terminada la reunión el día 14 de junio y siguiendo las instrucciones que ese día se emitan, se procederá a la entrega de tres (3) tarjetas de invitación: Dos (2) para los acompañantes a la ceremonia de grado (niños mayores de 6 años entran con boleta) y una (1) para que el graduando ingrese al Paraninfo Francisco José de Caldas.

Para reclamar las tarjetas de invitación, necesariamente el graduando debe presentar su documento de identidad.

| Para el día del grado (15 de junio de 2018) el graduando y sus dos (2) acompañantes deben llegar con 30 minutos de anticipación a la ceremonia, su **inicio se hará puntualmente a la hora establecida**. Una vez cerrada la puerta no se permitirá el ingreso del graduando ni de acompañantes al Paraninfo.

Es de aclarar que no se permite la entrada a la ceremonia de grado a niños menores de 6 años.

La Universidad del Cauca agradece su comprensión en el cumplimiento y puntualidad, lo cual redundará en el orden, solemnidad y majestuosidad de la ceremonia.

Contamos con su participación en la cuarta reunión de graduandos.

¡Los egresados son un pilar fundamental para la excelencia institucional!



Figura 13. Volante reunión graduandos

4.7.5. Actividad N° 5: Manejo de redes sociales

Desarrollo de la actividad

El manejo de redes sociales permitió establecer un contacto directo con el público objetivo, estas son plataformas que permiten socializar e interactuar de una manera más directa e informal. El área maneja actualmente tres redes sociales Facebook, Instagram y Twitter.

Se utilizó la herramienta HootSuite la que permite programar contenidos de manera diaria hasta mensual, previamente elaborando el cronograma de publicaciones para cada red social.

En las diferentes redes se ha incorporado la nueva imagen del área, al igual que en las piezas digitales publicadas.

Fan Page de Facebook: www.facebook.com/egresadosunicauca



Figura 14. Página Facebook



Figura 15. Publicaciones Facebook

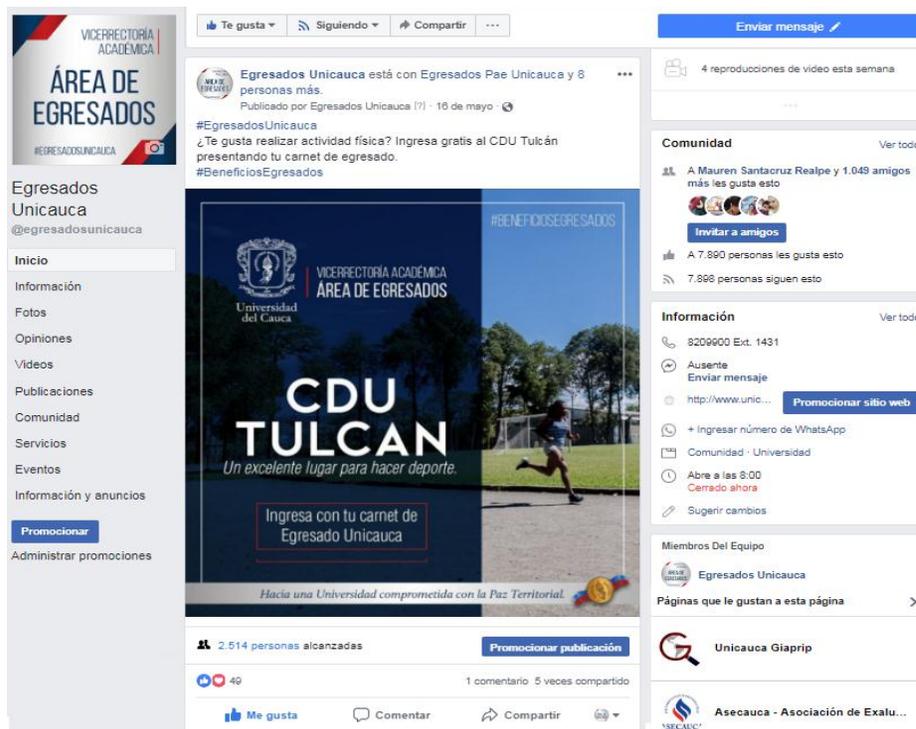


Figura 16. Publicación Beneficio Facebook



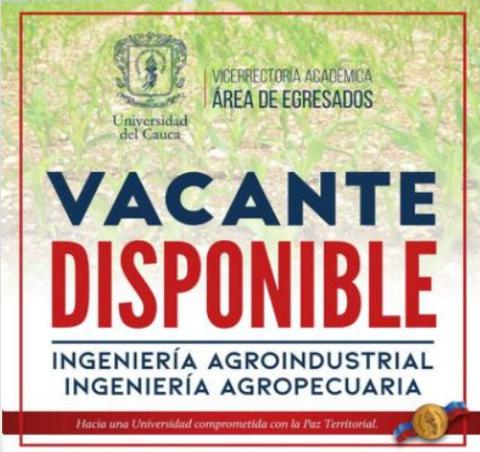
Egresados Unicauca
@egresadosunicauca

- Inicio
- Información
- Fotos
- Opiniones
- Videos
- Publicaciones
- Comunidad
- Servicios
- Eventos
- Información y anuncios
- Promocionar**
- Administrar promociones

Te gusta Siguiendo Compartir ...

Egresados Unicauca está con **William Efraín Abella Herrera** y 3 personas más.
Publicado por Egresados Unicauca [?] · 9 de mayo ·

#EgresadosUnicauca
Postulate ahora a esta gran oportunidad laboral, registra tu Hv en nuestro portal: <http://bit.ly/2K5DuRK>
Cierre de la vacante: 12 de mayo 2018



9,534 personas alcanzadas Promocionar publicación

36 24 comentarios 76 veces compartido

Cerrado ahora

Sugerir cambios

Miembros Del Equipo

 Egresados Unicauca

Páginas que le gustan a esta página

 Unicauca Giaprip

 Asecauca - Asociación de Exalu...

 CECAV - UNICAUCA

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch +

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios > · Cookies · Más · Facebook © 2018

Figura 17. Publicación Vacante

Cuenta de Instagram: @EgresadosUnicauca



Figura 19. Perfil de Instagram



Figura 18. Publicaciones Instagram



Cuenta de Twitter: @egresadoucauca



Figura 21. Cuenta de Twitter



Figura 20. Publicaciones Twitter



4.7.6. Actividad N° 6: Promocionar el Portal de Ofertas Laborales que tiene el Área de Egresados de la Universidad del Cauca.

Desarrollo de la actividad:

Teniendo en cuenta la importancia que tiene la vinculación laboral de los egresados, se realizó un manual del Proceso de registro al Portal para las empresas y egresados, en una imagen tipo infografía donde el usuario podrá entender muy fácilmente como debe realizar el ingreso a la plataforma. Estas piezas se publican tanto en las redes sociales del área y adjuntas como invitación por correo electrónico. (Ver Anexo 4)

PROCESO DE REGISTRO PORTAL DE OFERTAS LABORALES EGRESADOS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ÁREA DE EGRESADOS

A continuación encontrará el manual de registro al Portal de Ofertas Laborales de la Universidad del Cauca.
oportunidadeslaborales.portal.unicauca.edu.co/

- Ingresar a la página de la Universidad del Cauca, y ubicarse en el banner de ofertas laborales.
www.unicauca.edu.co
- Ingresar en "Registre su hoja de vida", posteriormente realiza su registro (esto se hace solo una vez).
- Continúe diligenciando el formulario con sus datos personales, formación académica, experiencia laboral y futuro trabajo.
- Finalmente, ingresando con su usuario y contraseña podrá postularse a las vacantes disponibles de acuerdo a su perfil.

Servicio de Empleo ESTE SERVICIO ES TOTALMENTE GRATUITO

- MAYOR INFORMACIÓN -
ÁREA DE EGRESADOS
Calle 5 N° 4 - 70 Centro Histórico, Santo Domingo Popayán
Teléfono: 8209900 Ext. 1431
Correo electrónico: egresados@unicauca.edu.co

Hacia una Universidad comprometida con la Paz Territorial.

Figura 22. Registro Portal Ofertas Laborales Egresados

PROCESO DE REGISTRO PORTAL DE OFERTAS LABORALES EMPRESAS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ÁREA DE EGRESADOS

A continuación encontrará el manual de inscripción al Portal de Ofertas Laborales de la Universidad del Cauca.
oportunidadeslaborales.portal.unicauca.edu.co/

- Ingresar a la página de la Universidad del Cauca, y ubicarse en el banner de ofertas laborales.
www.unicauca.edu.co
- Ubicarse en el banner de "Comparta su oferta laboral" posteriormente realiza su registro (esto se hace solo una vez) y el Área de Egresados verifica los datos y aprueba su ingreso.
- Una vez aprobado el ingreso de la empresa, puede acceder con su clave y contraseña para publicar las oportunidades laborales que tenga disponible para los egresados Unicaucanos.

Servicio de Empleo ESTE SERVICIO ES TOTALMENTE GRATUITO

- MAYOR INFORMACIÓN -
ÁREA DE EGRESADOS
Calle 5 N° 4 - 70 Centro Histórico, Santo Domingo Popayán
Teléfono: 8209900 Ext. 1431
Correo electrónico: egresados@unicauca.edu.co

Hacia una Universidad comprometida con la Paz Territorial.

Figura 23. Registro Portal Ofertas Laborales Empresas

4.7.7. Actividad N° 7: Realizar Convocatoria Primera Edición Revista Digital “Egresados Unicauca”

Desarrollo de la Actividad:

Implementando un nuevo canal de comunicación del área de egresados, se realizó la convocatoria para lanzar la primera edición de la Revista Digital “Egresados Unicauca”. La revista tiene como finalidad destacar la labor de los egresados del Alma Mater en diferentes ámbitos: cultural, científico, investigativo, político, económico y social. Las publicaciones serán bimensuales.

La revista contará con las siguientes secciones, donde el egresado podrá escoger la temática que más se ajuste a su campo profesional o de acción:

- **Egresados destacados:** Reconocimientos obtenidos en su trayectoria como profesional, por ejemplo: investigaciones, publicación de libros, artículos científicos, premios, conferencias a nivel nacional e internacional etc.
- **Cultura:** Aportes desde la literatura, poesía, arte, música y teatro
- **.Experiencias educativas:** Profesionales docentes que han innovado y se han destacado en el ámbito educativo.
- **Opinión:** Egresados expertos en temas específicos en los que se da a conocer su punto de vista.
- **Los egresados cuentan:** En una frase cuéntanos que sientes ser egresado de la Universidad del Cauca, se debe incluir nombre completo, programa del cual es egresado y año de grado.

La solicitud se envió vía correo electrónico (*Ver Anexo 5*) a las siguientes personas:

- Roberto Rodríguez – Docente de la Facultad de Derecho
- Carlos Manquillo: Egresado y Presidente de la Asociación de Exalumnos de la Universidad del Cauca – Asecauca
- Felipe García: Poeta y Escritor
- Jairo Roa: Decano de la Facultad de Ciencias Naturales Exactas y de la Educación
- Luis Guillermo Jaramillo Echeverri: Vicerrector Académico Universidad del Cauca

Hasta el mes de junio fecha se recibieron 3 artículos, los cuales fueron revisados por el Coordinador del área de egresados, para su posterior aprobación.

El estado actual de la revista se encuentra en construcción, aunque ya se cuenta con un prototipo. Se espera que para el II periodo de 2018 salga la primera versión.

VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ÁREA DE EGRESADOS

Universidad del Cauca

**¡SÉ PARTE DE NUESTRA
REVISTA DE EGRESADOS!**

✦ Escríbenos a egresados@unicauca.edu.co
y conoce los requisitos para participar.

REVISTA
EGRESADOS
UNICAUCA
EDICIÓN N°11, MAYO DE 2018

Universidad del Cauca

Hacia una Universidad comprometida con la Paz Territorial.

Figura 23. Convocatoria Revista Redes Sociales

Diseño de arquitectura Revista Digital

REVISTA
EGRESADOS
U N I C A U C A
EDICIÓN N°1 | 2018



Figura 24. Portada Revista "Egresados Unicauca"

Publicación Institucional de la Universidad del Cauca
www.unicauca.edu.co

Rector
José Luis Diago Franco

Vicerrectora Administrativa
Cielo Pérez Solano

Vicerrector Académico
Luis Guillermo Jaramillo Echeverri

Vicerrector de Cultura y Bienestar
Deibar René Hurtado Herrera

Vicerrector de Investigaciones
Héctor Samuel Villada Castillo

Secretaria General
Laura Ismenia Castellanos Vivas

Comité Editorial
Luis Guillermo Jaramillo Echeverri
Juan Carlos Varona Albán
Daniela Valencia Almendra
Daniela Valencia Cano

Corrección de estilo:

Diseño y Diagramación:
Daniela Valencia Almendra

Equipo de colaboradores:
Asociación de Exalumnos Universidad del Cauca- Asecauca

**VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ÁREA DE EGRESADOS**

f @EgresadosUnicauca
@ @EgresadoUnicauca
t @EgresadoUcauca

WWW.UNICAUCA.EDU.CO/AREADEEGRESADOS

E G R E S A D O S

HOMENAJE A OTTO MORALES BENÍTEZ

Por: Jesús Hell Giraldo Giraldo

Discurso durante la celebración de los 189 años de la Universidad del Cauca en el Capitolio Nacional, Bogotá, noviembre 18 de 2016



Otto Morales Benítez nació en Riosucio Caldas el 7 de agosto de 1920 y murió en Bogotá el 23 de mayo de 2015. Realizó estudios secundarios en su ciudad natal y en Popayán, en la Universidad del Cauca. Abogado de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín. Profesor universitario jurista, historiador, político, investigador, académico.

El 24 de junio de 1977, junto con el Dr. Mario S. Vivas, presidente del Congreso de Colombia, y otros eminentes egresados de la Universidad del Cauca, residentes en la capital del país, fundó la Asociación de ex alumnos de la Universidad del Cauca, Asecauca, Capítulo Bogotá.

¿Quién era este personaje? Veamos... A la pregunta de Augusto Escobar Mesa, autor del libro-reportaje Interrogantes sobre la identidad cultural colombiana (Editora Guadalupe, 2006), "¿De los personajes que han hecho historia aquí o allende ¿Cuál hubiera querido ser?"

Otto Morales responde:

"Ninguno. No me gusta sino ser Otto de Riosucio".... por una razón sencillísima: porque nosotros somos parte de ese engranaje histórico. Tenemos una gran tradición indígena en el pueblo mío, una cultura popular, mítica, profunda; lo del Diablo del Carnaval de Riosucio no puede explicarse sino como una continuación de lo que es la tradición de un pueblo que canta sus símbolos, que protesta, que sueña; es la tradición de un mundo nuevo. Ese sí nuevo a pesar de que venía de las fuerzas más ancestrales".

Otto Morales se define a sí mismo como "un hombre que trabaja humilde y pacientemente y con mucho respeto por los demás". Le canta a la amistad, calificándola como el privilegio de la existencia, de esta manera describe su acción solidaria: "ayudar me produce euforia

Realizo el acto que se me pida y luego, olvido mi contribución. Por ello no me persigue la amargura de la ingratitud". Otto le da prioridad al arte de la conversación sobre sus otras dos inigualables virtudes, la de escribir y la de reír, explicando que no hay nada tan sugerente como el misterio de la relación con la gente, y agrega que con la palabra usted maneja el amor, los negocios y la política.

Ante el interrogante ¿por qué no ha llegado a la Presidencia de Colombia? Responde: "Uno sueña con llevar al gobierno unas tesis. Si éstas hay que doblégarlas, para admitir la concupiscencia electoral, no vale la pena truncar de esa manera los sueños democráticos". A propósito, el martes 3 de febrero de 1981 aparece en el periódico El Tiempo una carta suya dirigida a la dirigente liberal María Elena de Crovo, anunciando que no participará en la baraja liberal como

ASOCIACIÓN DE EXALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA, ASECAUCA, CAPÍTULO BOGOTÁ

La historia de la Asociación de ex alumnos de la Universidad del Cauca, Asecauca, Capítulo Bogotá, comienza en el año 1977. Un grupo de egresados residentes en la capital del país, encabezados por el abogado y Presidente del Senado en ese entonces, Mario S Vivas Tróchez, se propuso su organización. El 28 de septiembre de 1978 la Asamblea aprueba los Estatutos y solicita al gobierno la aprobación de su personería jurídica. El Ministerio de justicia responde, aprobando la personería jurídica de Asecauca, Capítulo Bogotá, según Resolución 4728 de 1980.

Como filial de la Asociación de Ex alumnos de la Universidad del Cauca, fue constituido el Capítulo Bogotá, junio 24 de 1977, de cuya junta directiva formaron parte Oswaldo Rengifo Otero y Mario S Vivas Tróchez, Presidente Honorario Alberto Albán Liévano, Tesorero José Enrique Arboleda Valencia,

Revisor fiscal Ligia Ante de Parra, Secretario Ricardo Quintero Rivera y Vocales: Jaime Paredes Pardo, Álvaro Orejuela Gómez, Antonio José Tafur Muñoz, Miguel Paz López, Luis Fernando Paredes Arboleda, Otto Morales Benítez, María Teresa Tejada Arturo, Mario Enrique Pérez Velasco, Gustavo Duarte Uribe, Gerardo Amézquita Plazas, Alfonso Cabra Lara, Juan Sepúlveda y Tito Mosquera Iruirita.

Cumplidas sus labores iniciales, la junta directiva propició una nueva asamblea general realizada en la Casa del Cauca, en Bogotá, septiembre 29 de 1978, aprobó los Estatutos y se eligieron los nuevos directivos así: Mario S. Vivas Tróchez, Presidente, Álvaro Orejuela Gómez, Primer Vicepresidente, Eduardo Forero, Segundo Vicepresidente, José Enrique Arboleda Valencia, Tesorero, Ricardo Quintero Rivera, Secretario, Socorro Zúfiga, Revisor fiscal, Vocales. Gerardo Paris García, Luis



Fernando Paredes Arboleda y Jesús Hell Giraldo. Como Coordinador de capítulos Martha Ise Tejada Arturo.

El Capítulo de Bogotá fue establecido en esa Asamblea como persona jurídica, afiliada a la Confederación de Exalumnos.

Actual presidente de la junta directiva.

Carlos Enrique Manquillo, Ingeniero Físico y en Automática Industrial

La Asociación está inscrita en las Cámara de Comercio de Bogotá, según inscripción S0007910 del 30 de abril de 1998, registrada ante la DIAN con el RUT (NT) N° 830101787-2.

Figura 25. Sección de revista - Egresados Destacados

Figura 26. Artículo Asecauca

EGRESADO UNICAUCANO

ESTE ESPACIO ES PARA TI

REQUISITOS PARA PUBLICAR EN
NUESTRA REVISTA

EGRESADOS@UNICAUCA.EDU.CO



EGRESADOS

VICERRECTORÍA ACADÉMICA
ÁREA DE EGRESADOS

Hacia una
Universidad
comprometida
con la paz
territorial

CONTACTO: VISÍTANOS EN:

Calle 5 N° 4-70 Claustro Santo Domingo, Primer piso
Popayán, Cauca

+57 (2) 820 99 00, ext: 1431
Línea gratuita: 01 8000 949 020

egresados@unicauca.edu.co www.unicauca.edu.co/areadeegresados

Los egresados son un pilar fundamental para la excelencia institucional.

Figura 27. Convocatoria Participación Revista Digital

CONCLUSIONES

- El plan de comunicaciones realizado en el área de egresados de la Universidad del Cauca se convierte en un soporte invaluable que fortalece sus canales de comunicación internos y externos de esta manera ha logrado posicionarse ante su público a nivel local, regional y nacional.
- Se logró consolidar una comunicación efectiva durante todo el proceso de la implementación de las actividades propuestas alineado con la estrategia de medios y de identidad visual fortaleciendo los procesos de comunicación internos conllevando a una buena cultura organizacional, clima laboral, trabajo en equipo y excelentes relaciones interpersonales y todos los esfuerzos comunicativos por hacerlos visibles en el ámbito externo mediante las estrategias de comunicación soportados en esta trabajo
- La gestión de redes sociales requiere de planeación y atención, ya que es una actividad de gran responsabilidad que requiere tiempo y estrategia para obtener resultados. Se logró un total de 153 publicaciones entre las tres redes sociales durante los meses de abril a junio de 2018.

RECOMENDACIONES

- El área debe mantener una estrecha relación tanto con las demás dependencias de la universidad, así como con su público actual, de esta manera poder retroalimentar sobre necesidades y expectativas de los egresados Unicaucanos
- Para lograr cumplir los objetivos comunicacionales, es importante definir los roles de cada uno de los miembros implicados en los procesos de marketing y comunicación. Aunque se coordinó con la diseñadora los parámetros visuales, la gestión de contenidos debe estar a cargo del comunicador, quien tiene la formación para llevar a cabo estas actividades, razón por la cual se ha concientizado al coordinador de la importancia de la gestión de contenidos para los diferentes medios de comunicación que se están manejando actualmente.
- El área debe dar continuidad a los procesos de comunicación y marketing para seguir encaminados hacia un posicionamiento mucho más fuerte, igualmente debe centrarse en la contratación de personal, ya es un trabajo que requiere de diferentes campos profesionales, y el apoyo de diseño gráfico, sistemas y comunicación lo realizan temporalmente monitores o pasantes.
- El área de egresados de la Universidad del Cauca debe preocuparse por implementar nuevas tecnologías de información y comunicación, la cual permita tener una interacción mucho más cercana con los egresados. Al contar con una gran base de datos se recomienda dar un manejo a esta información, adecuando un sistema integral que sirva para administrar, actualizar, llevar control y tomar diferentes decisiones dentro del área.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aljure Saab, A. (2016). El plan estratégico de comunicación método y recomendaciones prácticas para su elaboración. Universidad de la Sabana. Chía Colombia. Editorial UOC.
- Arranz, A. (1995). Planeación estratégica integral. México: instituto internacional de capacitación y estudios empresariales, S.C.
- Briceño, Sonia; Mejías, Iraida; y Elsy Godoy. Comunicación de Marketing, Artículo Electrónico Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)98-113.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)98-113.pdf)
- Fernández Collado, Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. México: Trillas, 1991
- Garrido, Francisco, 2004. Comunicación Estratégica. Editorial Gestión 2000. Barcelona.
- Pérez E. (2002). Comunicación fuera de los medios: Below the line, España: Escuela Superior de gestión comercial y Marketing, ESIC Editores.
- Raboy, M. y Solervincens, M. (2005). Palabras en juego: Enfoques multiculturales sobre las sociedades de la información. (1ª ed.)Francia: C&F Editions.
- Sallenave, J. P. (1995). Gerencia y Planeación estratégica. Tercer Mundo editores, Colombia
- Thompson, I, (2006). Publicidad en Internet. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-en-internet.html>

ANEXOS

Anexo 1. Solicitud Re Diseño Portal de Ofertas Laborales

4/9/2018

Correo de Universidad del Cauca - Solicitud



Universidad
del Cauca

OFICINA DE EGRESADOS <egresados@unicauca.edu.co>

Solicitud

OFICINA DE EGRESADOS <egresados@unicauca.edu.co>
Para: Juan David Galindo <jgalindo@trabajando.com>

12 de abril de 2018, 17:46

Buenas Tardes

Actualmente el Área de Egresados de la Universidad del Cauca se encuentra en el proceso de cambio de imagen corporativa, por tal motivo solicito nos indiquen como es el proceso para realizar el rediseño del portal de ofertas laborales, ya que quisiéramos realizar algunas modificaciones en cuanto al home, encabezados entre otros.

Igualmente quisiera saber si existe la posibilidad de que cuando la Institución valide el registro de una empresa, se envíe un mensaje automático de Bienvenida, el cual sería una imagen que suministre el Área de Egresados.

Agradeciendo su atención, quedo atenta a su respuesta.

Atentamente,

Daniela Valencia
Área de Egresados
Universidad del Cauca
Tel. 8209900 ext. 1431

VºBº Juan Carlos Varona Albán
Coordinador Área de Egresados Universidad del Cauca
Calle 5 No. 4-70
Popayán - Cauca
Celular 3054425309 Tel: 57+ 8209900 ext. 1431

Síguenos en nuestras redes sociales:



La información suministrada será utilizada para fines institucionales y se garantiza el tratamiento de los datos conforme a lo establecido en la Ley 1581 del 2012 (Habeas Data).

Anexo 2. Solicitud de Creación de Dominio Página Web Egresados



OFICINA DE EGRESADOS <egresados@unicauca.edu.co>

Solicitud de creación de dominio página web egresados

1 mensaje

OFICINA DE EGRESADOS <egresados@unicauca.edu.co>
Para: Oscar Calderon <oscarc@unicauca.edu.co>

10 de abril de 2018, 17:27

4-5-92/57

Popayán, 10 de abril de 2018

Ingeniero
OSCAR JOSUÉ CALDERÓN CORTÉS
Jefe de División de TICS
Universidad del Cauca

Cordial saludo

Actualmente el Área de egresados de la Universidad del Cauca se encuentra en el proceso de construcción de imagen corporativa, entre ellos se está mejorando la página web del área. Por tal motivo, comedidamente solicito la creación del dominio del sitio web www.unicauca.edu.co/areadeegresados.

La persona responsable de la página web de egresados será, el coordinador del área Juan Carlos Varona Albán, identificado con CC. 12.994.057 de pasto y correo: jvarona@unicauca.edu.co

La edición y administración de la página estará a cargo de la pasante Daniela Valencia Cano identificada con CC. 1.061.786.939 de Popayán y correo: danielavalencia@unicauca.edu.co

Las direcciones IP, de los equipos del área de egresados donde se habilitará la administración son las siguientes:

Dirección física: 00-22-68-51-5A-1D Dirección IP: 192.168.42.57

Dirección física: 74-27-EA-09-94-22 Dirección IP: 192.168.42.98

Agradezco la atención brindada, quedo atento a cualquier inquietud

Universitariamente,

(Original Firmado)

Juan Carlos Varona Albán
Coordinador Área de Egresados
Universidad del Cauca

Proyecto: Daniela V
Área de Egresados

Anexo 3. Respuesta a solicitud creación de Dominio

4/9/2018 Correo de Universidad del Cauca - Fwd: hosting area de egresados

 Universidad del Cauca Daniela Valencia <danielavalencia@unicauca.edu.co>

Fwd: hosting area de egresados

Juan Carlos Varona Alban <jvarona@unicauca.edu.co> 12 de abril de 2018, 17:39
Para: Daniela Valencia <danielavalencia@unicauca.edu.co>

----- Mensaje enviado -----
De: **Servidores y Servicios Internet - División TIC** <serviciosinternet@unicauca.edu.co>
Fecha: 12 de abril de 2018, 12:07
Asunto: Re: hosting area de egresados
Para: Juan Carlos Varona Alban <jvarona@unicauca.edu.co>

El subdominio **areadeegresados** se ha creado en el servidor, con las siguientes credenciales :

Acceso por SFTP
Servidor: sftp://ino.unicauca.edu.co
Puerto: 2829
Sitio disponible: <http://ino.unicauca.edu.co/areadeegresados> (Se hará público cuando se termine la construcción y se nos informe)
Usuario: areadeegresados
Contraseña: Ar34d3Egres4d0s

Acceso a administración de base de datos:
URL: <https://ino.unicauca.edu.co/gestorbd/>
Servidor: localhost
Usuario: areadeeg
Base de datos: areadeegresados
Contraseña: Ar34d3Egres4d0sD4taB

El sitio aun no se encuentra publicado, esperamos se nos informe para que esté disponible en <http://www.unicauca.edu.co/areadeegresados/> .
Ante cualquier inquietud, comuníquese con nosotros.

Atentamente,

 **DivTIC**
Área de Servidores y Servicios de Internet
División de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
Segundo piso | Campus Tulcán | Universidad del Cauca
Carrera 2A N° 3N-111 | Popayán - Colombia
Secretaría: +57 (2) 8209840 ext. 2451
Mesa de ayuda: +57 (2) 8209800 ext. 55

Este correo y sus anexos contienen información confidencial de la Universidad del Cauca, la cual solo está dirigida a la persona o entidad listada arriba. Cualquier uso indebido de la información contenida en este correo por personas diferentes a las dirigidas, es prohibido. Si recibe este correo por error, favor notificar al remitente y borrarlo.

This e-mail and its attachments contain confidential information from UNIVERSIDAD DEL CAUCA, which is intended only for the person or entity whose address is listed above. Any use of the information contained herein in any way including, but not limited to, total or partial

Anexo 4. Invitación Registro Portal de Ofertas Laborales



Ofertas Laborales Unicauca <ofertaslaborales@unicauca.edu.co>

Invitación Portal de Ofertas Laborales / Universidad del Cauca.

Ofertas Laborales Unicauca <ofertaslaborales@unicauca.edu.co>
Para: jpadilla@ccc.org.co

18 de junio de 2018, 17:40

Cordial saludo

Comedidamente me dirijo a usted, con el propósito de darle a conocer el Portal de Ofertas Laborales con el que cuenta la Universidad del Cauca dirigido a sus egresados titulados y a empresas u organizaciones legalmente constituidas para incentivar el desarrollo empresarial y social de la región.

En dicho portal, las empresas realizan el registro para publicar y dar a conocer las vacantes que tengan disponibles y a las que pueden aspirar los egresados o estudiantes de último semestre de nuestra Institución de acuerdo a cada perfil.

Para nosotros es muy grato e importante que la empresa realice el registro, garantizando que quienes se postulan a sus vacantes son Egresados titulados de nuestra Alma Mater.

Para realizar el registro ingresa al Portal en el siguiente enlace:
<http://oportunidadeslaborales.portal.unicauca.edu.co/>

En este Portal debe ingresar en "comparta su oferta laboral" y posteriormente registra la Institución (**esto se hace solo una vez**), nosotros la aprobamos e inmediatamente puede registrar su (s) oferta (s).

En caso de cualquier inquietud, por favor enviarnos un correo a ofertaslaborales@unicauca.edu.co, llamar al 8209900 ext. 1431 o si requieren una atención personalizada con gusto lo atenderemos.

**PROCESO DE REGISTRO
PORTAL DE OFERTAS LABORALES
EMPRESAS**

A continuación encontrará el manual de descripción al Portal de Ofertas Laborales de la Universidad del Cauca.
oportunidadeslaborales.portal.unicauca.edu.co/

- 1 Ingresar a la página de la Universidad del Cauca y ubicarse en el banner de ofertas laborales.
www.unicauca.edu.co
- 2 Ubicarse en el banner de "Comparta su oferta laboral" posteriormente realiza su registro (**esto se hace solo una vez**) y el Área de Egresados verifica los datos y aprueba su ingreso.

Anexo 5. Solicitud Apoyo Revista Digital (Ejemplo)

4/9/2018

Correo de Universidad del Cauca - Solicitud de apoyo revista Egresados



OFICINA DE EGRESADOS <egresados@unicauca.edu.co>

Solicitud de apoyo revista Egresados

OFICINA DE EGRESADOS <egresados@unicauca.edu.co>

9 de mayo de 2018, 11:19

Para: Asociación de Exalumnos de la Universidad del Cauca <asecauca@unicauca.edu.co>
CCO: cmanquillo@gmail.com, asecaucabogota@gmail.com

4.5-92/68

Popayán, 9 de mayo de 2018

Señor
CARLOS MANQUILLO
Presidente
ASECAUCA Capítulo Bogotá

Asunto: Solicitud de apoyo revista Área de Egresados Universidad del Cauca

Cordial saludo

Actualmente el Área de Egresados, se encuentra en proceso de fortalecer el vínculo de los graduados con la institución, motivo por el cual se ha propuesto publicar la revista digital de Egresados en la que se destacarán diferentes temas relacionados con egresados destacados, cultura, experiencias educativas, opinión y entre otros.

Con el propósito de vincular y dar participación a ASECAUCA, en las publicaciones de la revista de egresados quisieramos contar con su apoyo, aportando un artículo donde se presente los siguientes ítems: historia, balance y proyección de ASECAUCA, de una manera muy resumida ya que la asociación contará con una sección específica.

Las diferentes publicaciones de la revista contarán con la colaboración de egresados del Alma Mater, donde queremos reconocer y exaltar el talento y trabajo que desarrollan en su campo profesional.

Nota: De ser su respuesta positiva, el plazo para remitir su artículo es hasta el día **viernes 18 de mayo de 2018**, el cual pasará por el comité evaluador para su posterior aprobación y publicación.

En archivo adjunto se relaciona los requisitos de estilo para publicar en la revista y oficio de solicitud

Agradezco la atención brindada, quedo atento a cualquier inquietud

Universitariamente,

(Original Firmado)

Juan Carlos Varona Albán
Coordinador Área de Egresados Universidad del Cauca
Calle 5 No. 4-70
Popayán - Cauca
Celular 3054425309 Tel: 57+ 8209900 ext. 1431

Proyectó: Daniela V
Pasante Área de Egresados

La información suministrada será utilizada para fines institucionales y se garantiza el tratamiento de los datos conforme a lo establecido en la Ley 1581 del 2012 (Habeas Data).

2 archivos adjuntos

Solicitud Revista Carlos Manquillo- ASECAUCA.pdf
291K

Requisitos Publicación Revista Egresados Unicauca.pdf
213K