

ELABORACION PLAN DE MERCADEO PARA EL CENTRO DE EDUCACION
CONTINUA, ABIERTA Y VIRTUAL (CECAV) PARA EL AÑO 2017



GUIDO FERNANDO CALVACHE SANCHEZ

-25101005-

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

POPAYÁN - CAUCA

2016

ELABORACION PLAN DE MERCADEO PARA EL CENTRO DE EDUCACION
CONTINUA, ABIERTA Y VIRTUAL (CECAV) PARA EL AÑO 2017



GUIDO FERNANDO CALVACHE SANCHEZ

-25101005-

ASESOR ACADEMICO

ESP. DIEGO CACERES BARAJAS

PASANTIA PARA OPTAR AL TITULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

OPCION DE GRADO

POPAYÁN - CAUCA

2016

A mi Familia y a mi Pareja, por su sincero, valioso e inmenso apoyo durante todo el transcurso de mi Carrera Profesional, de Ustedes este logro por ser el motor que me impulsa a seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a Dios por iluminar siempre mi camino y brindarme la oportunidad de formarme como Profesional en una Institución tan prestigiosa como lo es la Universidad del Cauca.

Agradezco inmensamente a mi Familia por su apoyo incondicional, mi madre Martha Elena Sánchez, mi padre Guido Calvache, mi hermana Leidy Johana Calvache y a mi sobrina Karen Valeria Sandoval.

A mi pareja Vanessa Velasco mil gracias por acompañarme durante este camino y muchos más que recorreremos juntos.

A todos quienes hacen parte del Talento Humano del Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV) de la Universidad del Cauca, en cabeza de su Directora Andrea Carolina Aramburo Reales, gracias por brindarme esta oportunidad y hacerme sentir parte de su equipo de trabajo durante mi etapa de Pasantía

Al Esp. Diego Cáceres Barajas, inicialmente por su labor como docente durante el desarrollo de mi Carrera y ahora por su acompañamiento y guía durante todo el proceso de mi pasantía.

Espero algún día poder retribuir todo su apoyo, brindando lo mejor de mí a nuestra sociedad por medio de mi labor como Administrador de Empresas.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	7
CAPITULO I. CONTEXTUALIZACION TEORICA DEL TRABAJO.....	8
1.1. Contexto del problema.....	8
1.2. Definición del problema.....	8
1.3. Justificación del problema.....	9
1.4. Objetivos.....	9
1.4.1. Objetivo general.....	9
1.4.2. Objetivos específicos.....	9
1.5. Referente teórico.....	10
CAPITULO II. CARACTERIZACION DEL CECAV.....	14
2.1. Descripción.....	14
2.1.1. Reseña histórica.....	14
2.2. Aspectos organizacionales.....	15
2.2.1. Misión.....	15
2.2.2. Visión.....	15
2.2.3. Objetivos organizacionales.....	15
2.2.4. Funciones.....	16
2.3. Estructura organizacional.....	18
2.3.1. Estructura global.....	18
2.3.2. Estructura del Centro.....	19
2.3.3. Talento humano.....	19
2.4. Portafolio de servicios.....	20
CAPITULO III. ANALISIS SITUACIONAL.....	20
3.1. Análisis externo.....	20

3.1.1. Análisis de la competencia.....	21
3.2. Análisis interno: productos y servicios.....	29
3.2.1. Encuesta interna CECAV.....	29
3.2.2. Producción del servicio.....	36
3.2.3. Mercadeo.....	38
3.2.4. CECAV: comportamiento de la oferta.....	39
3.2.5. Clasificación del portafolio.....	45
CAPITULO IV. INVESTIGACION DE MERCADO.....	52
4.1. Encuesta clientes.....	52
4.1.1. Ficha técnica de la investigación.....	52
4.1.2. Presentación de los resultados.....	53
4.2. Encuesta coordinadores de evento.....	58
4.2.1. Presentación de resultados.....	58
4.3. Matriz DOFA.....	60
CAPITULO V. DETERMINACION DE LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO.....	64
5.1. Objetivos del Plan de Mercadeo.....	64
5.1.1 Objetivo general del Plan de Mercadeo.....	64
5.1.2 Objetivos específicos.....	64
5.2. Selección de estrategias.....	65
5.3. Plan táctico para las estrategias.....	66
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	73
ANEXOS.....	74

INTRODUCCION

La Universidad del Cauca cumpliendo con las funciones misionales consagradas en la ley 30 de 1992 de investigar, enseñar e interactuar con su contexto, creó el Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV) adscrito a la Vicerrectoría Académica mediante el Acuerdo Superior 006 del 29 de enero de 2013, que tiene como función la de coordinar y programar los cursos que ofrezca la Universidad en educación no formal. Esto nos indica que no se puede considerar de forma aislada, ya que El Centro hace parte de La Universidad del Cauca por lo tanto debe actuar coordinado y congruente con las políticas generales de la Institución, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto a su plan general, ya que es la manera más apropiada de dar respuesta válida a las necesidades en este campo de la educación.

El presente trabajo pretende contribuir, desde el punto de vista del marketing, a mejorar los índices de eficacia del CECAV a través de un plan de mercadeo. Desde la puesta en marcha del centro se han ofrecido cerca de 159 eventos, de ellos el 21% aproximadamente no se pudieron llevar a cabo.

Desde su creación el CECAV no ha tenido una herramienta estratégica de mercado que le permita diagnosticar las causas de lo anterior y que le permitan también proyectarse y fortalecerse como una unidad académica de la Universidad que contribuye decididamente al cumplimiento misional de la misma.

El presente documento abordará en el Primer Capítulo la contextualización teórica del trabajo en la cual se plantea el problema objeto de estudio y a su vez el objetivo general y objetivos específicos respectivamente. En el Segundo Capítulo se brinda información de la Caracterización del CECAV, esto con el fin de dar una idea clara de la organización objeto de estudio, se presenta qué es, cuál es su misión, qué hace y qué ofrece. El tercer capítulo está dirigido al Análisis Situacional, se realiza un análisis interno y externo, este estudio se lleva a cabo con el fin de poder establecer las necesidades reales de capacitación que en este tipo de educación se tiene en la ciudad de Popayán. Posteriormente en el Cuarto Capítulo se realiza una Investigación de Mercado donde se procede a indagar más a fondo con el propósito de obtener respuestas que generen mayor claridad del porqué de la situación del Centro de esta forma se tendrá una mirada objetiva de las fortalezas y

debilidades del CECAV y a su vez de sus amenazas y oportunidades. Finalmente el Capítulo Cinco abarca la Determinación de los objetivos y estrategias del Plan de Marketing acompañado de una serie de conclusiones y recomendaciones finales.

CAPITULO I. CONTEXTUALIZACION TEORICA DEL TRABAJO

1.1 CONTEXTO DEL PROBLEMA

La Universidad del Cauca en aras de ampliar la oferta educativa, consideró que la educación no formal es un campo en el que puede incursionar de muy buena forma y con calidad, por ello El Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV) nace como la instancia encargada de planificar, fomentar, dirigir, coordinar, ejecutar y evaluar los programas no formales, fue creado mediante el Acuerdo Superior 006 del 29 de enero de 2013. Su presencia se dará tanto en la sede principal, en las sedes regionales, en los CERES, y en los territorios del Cauca en que la presencia de la Universidad es requerida.

Debido a la exigencia del mercado actual que presenta un comportamiento cambiante y competitivo, brindar este tipo de ofertas educativas es de gran importancia ya que se contribuye con el desarrollo social; actualmente en la región otras Instituciones de Educación Superior han optado de igual forma en crear ofertas similares lo que ha generado un mercado muy variado y competitivo.

En los tres años de funcionamiento que lleva el CECAV ha ofrecido aproximadamente 151 eventos de los cuales el 21% no se han podido llevar a cabo.

Debido a la mediana aceptación de algunos de los programas y servicios ofrecidos en el año académico 2015 se observa la necesidad de elaborar un estudio más profundo que permita determinar las causas que pueden haber generado este comportamiento en dichas ofertas educativas.

1.2. DEFINICION DEL PROBLEMA

Para el año 2015 el Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV) ofreció un amplio portafolio de cursos, programas y eventos de educación no formal, de los cuales 23 no pudieron llevarse a cabo, generando de esta forma al Centro ineficiencia, múltiples costos y a su vez impidiendo su crecimiento en el mercado.

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La Universidad del Cauca como Institución de Educación Superior Pública reconoce la importancia de fortalecer la calidad sus servicios educativos, por ello actualmente prepara los procesos de Acreditación para dar cuenta de la excelencia en su oferta académica.

Para la Universidad del Cauca El Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV), se constituye, en un sentido figurado, en el corazón de la proyección social de la Institución para Popayán y el Cauca por lo que se convierte en parte importante en pro de la consecución de sus objetivos.

Por otro lado vale la pena resaltar que en el mundo de hoy es palpable la necesidad de espacios de formación en los que se puedan desarrollar temáticas de interés que contribuyan al crecimiento personal y profesional de nuestra sociedad, exaltando de esta forma la labor tan importante que cumple el CECAV en la actualidad.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Elaborar el Plan de Mercadeo para el Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV) de la Universidad del Cauca para el año 2017.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer las amenazas y oportunidades del CECAV.
- Conocer las debilidades y fortalezas del CECAV.
- Establecer las necesidades y la prestación del servicio de educación no formal en la ciudad de Popayán.
- Diseñar las estrategias de mercado que permitan potenciar la prestación del servicio del CECAV.
- Establecer las actividades necesarias para el logro de las estrategias.

1.5. REFERENTE TEORICO

EL PLAN DE MARKETING

Es un documento escrito que detalla acciones de marketing que están dirigidas a objetivos y metas futuras del negocio y resultados específicos dentro de un marco de trabajo en determinados ambientes internos y externos. Debe ser definido y validado para un año y se convierte en la guía y dirección de la gerencia, siendo la referencia del seguimiento y la evaluación de las actividades de marketing. Este plan de marketing a su vez es la base sobre la cual se desarrollaran todos los planes operativos de la empresa.

El plan de marketing permite:

- Identificar las oportunidades de negocio más prometedoras de la organización.
- Establecer amenazas a las cuales se podría enfrentar la organización.
- Diagnosticar las fortalezas y debilidades propias de la organización para enfrentar el entorno y la competencia.
- Establecer como penetrar, capturar y mantener eficazmente posiciones deseadas en mercados específicos.
- Definir los objetivos, políticas, programas, estrategias y procedimientos que determinan el futuro de la organización.
- Servir como medio e instrumento de comunicación para integrar armónicamente todos los elementos de la mezcla de marketing.

Para Abell y J.S. Hammonds (2001) el plan de marketing es el proceso continuo de establecimiento de objetivos, a partir del análisis de la situación interna y externa de la Institución, y de las estrategias comerciales para su consecución mediante la selección de mercados, el presupuesto comercial y asignación entre las diferentes variables del marketing. (p.150).

Kotler (1996) el plan de mercadeo es un instrumento central para dirigir y coordinar el esfuerzo de mercadotecnia. Consiste en analizar las oportunidades de mercadotecnia, investigar y seleccionar los mercados meta, diseñar las estrategias de mercadotecnia,

planear los programas de mercadotecnia, así como organizar, instrumentar y controlar el esfuerzo de mercadotecnia. (p.94).

Stanton, Etzel y Walker (2004) el concepto del Marketing “hace hincapié en la orientación del cliente y en la coordinación de las actividades del marketing para alcanzar los objetivos de desempeño de la organización”.

El plan de marketing se apoya en los resultados del análisis de la situación de la empresa tanto a nivel interno como externo. Las decisiones que se tomen sobre la mezcla de marketing deben estar enfocadas en el cumplimiento de los objetivos planteados y en llevar un control y adaptación del plan dependiendo de los cambios en el mercado. La elaboración de un buen plan de marketing es la obtención de información confiable y actualizada lo que en ocasiones resulta difícil de recolectar por lo cual es necesario realizar una investigación de campo.

Para la realización del plan de marketing es necesario cuestionarse lo siguiente, en qué situación se encuentra la empresa, a donde se quiere llegar y como se va a llegar ahí, para lo cual se debe realizar el análisis interno y externo mencionado anteriormente, se deben plantear los objetivos y establecer estrategias y acciones que se deben ejecutar.

Para James Quinn (1991) una estrategia es un patrón o plan que integra las metas mayores de una organización, las políticas y acciones secuenciales hacia un todo cohesionado. Una estrategia bien formulada ayuda al “Mariscal” a coordinar los recursos de la organización hacia una posición “única y viable”. Basada en sus competencias relativas internas, anticipando los cambios en el entorno y los movimientos contingentes de los oponentes inteligentes. (p.97).

Es importante la realización del diagnóstico de la situación, con el fin de identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la organización tomando como herramienta la matriz DOFA.

MATRIZ DOFA

Es un instrumento metodológico que sirve para identificar acciones viables mediante el cruce de variables en el supuesto de que las acciones estratégicas deben ser ante todo acciones posibles y que la factibilidad se debe encontrar en la realidad misma del sistema. En otras palabras por ejemplo la posibilidad de superar una debilidad que impide el logro del propósito, solo se la dará la existencia de fortalezas y oportunidades que lo permitan. El instrumento también permite la identificación de acciones que potencien entre sí a los factores positivos.

Para Miguel A. Villarroel (2010) la matriz de amenazas, debilidades, oportunidades y fortalezas mejor conocida como (DOFA), es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los líderes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fortalezas y amenazas, estrategias de debilidades y amenazas. Observar los factores internos y externos clave es la parte más exigente para desarrollar una matriz DOFA y requiere juicios sólidos, además de que no existe una serie mejor de adaptaciones. (p.80).

F, O, D y A representan Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Las estrategias FO se basan en el uso de las fortalezas internas de una empresa con objeto de aprovechar las oportunidades externas. Sería ideal para una empresa poder usar sus fortalezas y así mismo explotar sus oportunidades externas. Generalmente las organizaciones usan estrategias DO, FA, o DA para llegar a una situación en la cual puedan aplicar una estrategia FO.

Las estrategias DO tienen como objetivo la mejora de las debilidades internas valiéndose de las oportunidades externas. A veces una empresa disfruta de oportunidades externas decisivas, pero presenta debilidades internas que le impiden explotar dichas oportunidades.

Las estrategias FA se basan en la utilización de las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas. Este objetivo consiste en aprovechar las fortalezas de la empresa reduciendo a un mínimo las amenazas.

Las estrategias DA tienen como objetivo denotar las debilidades internas y eludir las amenazas ambientales. Se intenta minimizar debilidades y amenazas, mediante estrategias

de carácter defensivo, pues un gran número de amenazas externas y debilidades internas pueden llevar a la empresa a una posición muy inestable.

MATRIZ BCG

The Boston Consulting Group define esta matriz como una herramienta gráfica para analizar la cartera de negocios de una empresa; es también conocida como Matriz de Boston Consulting Group, Matriz BCG o Matriz Crecimiento-Participación.

Su desarrollo fue llevado a cabo en la década de los años 70 por The Boston Consulting Group. Esta matriz es un método de análisis estratégico, especialmente diseñado para la planificación estratégica corporativa. No obstante, al estar estrechamente relacionada con el marketing estratégico es una herramienta muy vinculada y empleada en esta área. Este método analítico ayuda a decidir enfoques para las distintas Unidades Estratégicas de Negocio (UEN) y/o carteras de productos, para discernir donde es necesario invertir, desinvertir o llegado el caso abandonar. La Matriz de Boston Consulting Group tiene cuatro cuadrantes 2x2, cada uno de los cuales propone una estrategia diferente para las unidades de negocio. El eje vertical de la matriz define el crecimiento en el mercado, y el horizontal la cuota de mercado. Las distintas unidades de negocio se sitúan en uno de los cuatro cuadrantes en función de su valor estratégico.

Estrella: gran crecimiento y Gran participación de mercado. Se recomienda potenciar al máximo dicha área de negocio hasta que el mercado se vuelva maduro, y la unidad de negocio se convierta en vaca.

Interrogante: gran crecimiento y Poca participación de mercado. Hay que reevaluar la estrategia en dicha área, que eventualmente se puede convertir en una estrella o en un perro.

Vaca: bajo crecimiento y alta participación de mercado. Se trata de un área de negocio que servirá para generar efectivo necesario para crear nuevas estrellas.

Perro: no hay crecimiento y la participación de mercado es baja. Áreas de negocio con baja rentabilidad o incluso negativa. Se recomienda deshacerse de ella cuando sea posible. Generalmente son negocios / productos en su última etapa de vida. Raras veces conviene mantenerlos en el portafolio de la empresa, también se dice que hace parte del marketing

CAPITULO II. CARACTERIZACION DE LA ORGANIZACIÓN

2.1. DESCRIPCION DE LA ORGANIZACIÓN

Tabla1. DATOS GENERALES

Nombre de la Organización	Universidad del Cauca: Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV).
NIT	891500319-2
Dirección	Carrera 2N con calle 15N. Universidad del Cauca Edificio Pomona, primer piso. Facultad de Ciencias, Contables, Económicas y Administrativas Sector Tulcán.
Actividad Económica	Terciaria, Sector de Servicios
Fecha de Creación	Año 2013; Mediante el Acuerdo Superior 006 del 29 de enero de 2013.
Responsable	Andrea Carolina Aramburo Reales. (Directora CECAV)
Teléfono	8209800 Ext. 3202 – 3203 - 3204 – 3206
Correo Electrónico	cecav@unicauca.edu.co

2.1.1. RESEÑA HISTORICA

CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA, ABIERTA Y VIRTUAL (CECAV)

La Universidad del Cauca decide la creación del Centro de educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV), adscrito a la Vicerectoría Académica mediante el Acuerdo Superior 006 del 29 de enero de 2013, como un mecanismo de servicio, apoyo y acompañamiento a las unidades académicas de la Universidad, para el desarrollo exitoso de sus cursos, programas y eventos de educación no formal.

Como una estrategia dentro de su proyección social la Universidad del Cauca se ha comprometido con la Educación Continua con el objeto de complementar, actualizar o suplir conocimientos y formar en aspectos académicos o laborales, no conducentes a título y sin sujeción a los niveles y grados establecidos en el Sistema de Educación Formal, a su vez brindara la alternativa de Educación Abierta y a Distancia como una opción a la inaccesibilidad física y a los problemas educativos que no puede resolver la educación de claustro o educación presencial, para posibilitar mayores oportunidades a las personas de

las regiones y de esta forma generar acceso a la Educación Superior con calidad, pertinencia y permanencia.

2.2. ASPECTOS ORGANIZACIONALES

Actualmente las oficinas del CECAV se encuentran ubicadas en la Facultad de Ciencias contables, económicas y administrativas desde donde coordina, impulsa, articula y evalúa políticas de educación continua, abierta y a distancia, contribuyendo de esta forma al cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la Universidad del Cauca.

2.2.1. MISIÓN

La Universidad del Cauca es una institución de educación superior pública, autónoma, del orden nacional, creada en los orígenes de la República de Colombia.

La Universidad del Cauca, fundada en su tradición y legado histórico, es un proyecto cultural que tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo social, mediante la educación crítica, responsable y creativa.

La Universidad forma personas con integridad ética, pertinencia e idoneidad profesional, demócratas comprometidos con el bienestar de la sociedad en armonía con el entorno.

La Universidad del Cauca genera y socializa la ciencia, la técnica, la tecnología, el arte y la cultura en la docencia, la investigación y la proyección social.

2.2.2. VISIÓN

La Universidad del Cauca, fiel a su lema "Posteris Lvmen Moritvrvs Edat" (Quién ha de morir deje su luz a la posteridad), tiene un compromiso histórico, vital y permanente con la construcción de una sociedad equitativa y justa en la formación de un ser humano integral, ético y solidario.

2.2.3. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

- Promover la construcción y desarrollo de una sociedad justa que propicie el mejoramiento de la calidad de vida de las persona.
- Contribuir a la educación integral de los estudiantes con el propósito de formar ciudadanos capaces de interactuar positivamente en la sociedad bajo principios éticos y

democráticos, fundamentados en los derechos humanos.

- Desarrollar planes, programas y proyectos de formación profesional en los niveles de pregrado y posgrado, con altos niveles de exigencia y calidad académica que coadyuven efectivamente al desarrollo sociocultural, científico y tecnológico de la región y del país.

- Adelantar estrategias de coordinación y apoyo interinstitucional, con la finalidad de articular la Universidad a los procesos de apropiación de ciencia y tecnología, desarrollo social, cultural y productivo en el ámbito regional, nacional e internacional.

- Promover y fomentar estrategias de articulación y cualificación académica con los niveles de educación formal, no formal e informal para contribuir con el cumplimiento de los objetivos, propósitos y finalidades de la Ley 115 de 1994.

- Propiciar, incentivar y fortalecer los grupos de investigación y la interacción con pares académicos, con el fin de producir y validar conocimientos específicos de las ciencias, la tecnología, las humanidades, el arte y la cultura, de tal manera que aporten efectivamente a la solución de los problemas del entorno y a mejorar las condiciones de vida.

- Desarrollar proyectos pedagógicos encaminados a la creación y fortalecimiento de una cultura ambiental para la conservación del entorno, así como también del patrimonio cultural e histórico de la región.

2.2.4. FUNCIONES

Las funciones establecidas para el Centro de educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV) en orden al cumplimiento del Acuerdo Superior 006 del 29 de enero de 2013 son las siguientes:

1. Proponer, coordinar, impulsar, articular y evaluar políticas de educación continua, abierta y a distancia.

2. Orientar y estimular a las distintas dependencias académicas para que diseñen, desarrollen y evalúen los programas que se oferten en educación continua, abierta y a distancia.

3. Coordinar, con la Vicerrectoría Académica, el plan de capacitación en modalidades innovadoras y flexibles en el campo pedagógico, en especial el uso de las TIC, para los

profesores que se vinculen a la educación virtual.

4. Impulsar un proceso de capacitación y gestión de estrategias en educación abierta y a distancia donde el componente de producción de materiales de apoyo para esta modalidad debe convertirse en uno de los puntos centrales de trabajo.

5. Propiciar o fomentar el trabajo en red con las universidades y demás instituciones de educación superior, con el fin de racionalizar la oferta de programas virtuales y recursos disponibles. Asociarse a redes académicas nacionales e internacionales existentes de Educación Continua, Abierta y Virtual.

6. Desarrollar y aplicar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y producir material educativo pertinente al modelo de educación abierta y a distancia.

7. Coordinar y gestionar el desarrollo de pasantías en diferentes empresas y organizaciones comunitarias de la región, en asocio con el CES y la División de Relación con el Entono.

8. Coordinar dinámicas administrativas flexibles, oportunas y en la lógica de establecer nuevos e innovadores procesos de acuerdo a las características geográficas, regionales, socio políticas y administrativas de los lugares en donde se establezcan programas.

9. Respalda la gestión administrativa de los procesos de descentralización, de la oferta académica en la modalidad a distancia y en línea, y los diferentes procesos propios de esta estrategia educativa.

10. Administrar los recursos financieros que incluyen la elaboración del presupuesto de la dirección, su ejecución y control, garantizando el pago oportuno de docentes, proveedores y demás servicios que se requieran.

11. Elaborar, ejecutar y controlar los presupuestos de los programas académicos no formales que se ofrecen.

12. Apoyar logística y administrativamente todas las actividades de educación no formal que se programen en la Universidad del Cauca por parte de las diferentes unidades académicas.

13. Realizar todas las actividades de mercadeo necesarias para la promoción, difusión y realización de los eventos que se programen a través del CECAV.

14. Coordinar y programar los cursos que ofrezca la Universidad para preparar a los estudiantes que aspiran a ingresar a la institución.

15. Desempeñar las demás funciones asignadas por la autoridad competente de acuerdo con el nivel, la naturaleza y el área de desempeño del cargo.

16. Presentar a las autoridades universitarias los informes requeridos.

17. Cumplir las demás funciones asignadas por las autoridades competentes.

2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.3.1. ESTRUCTURA GLOBAL

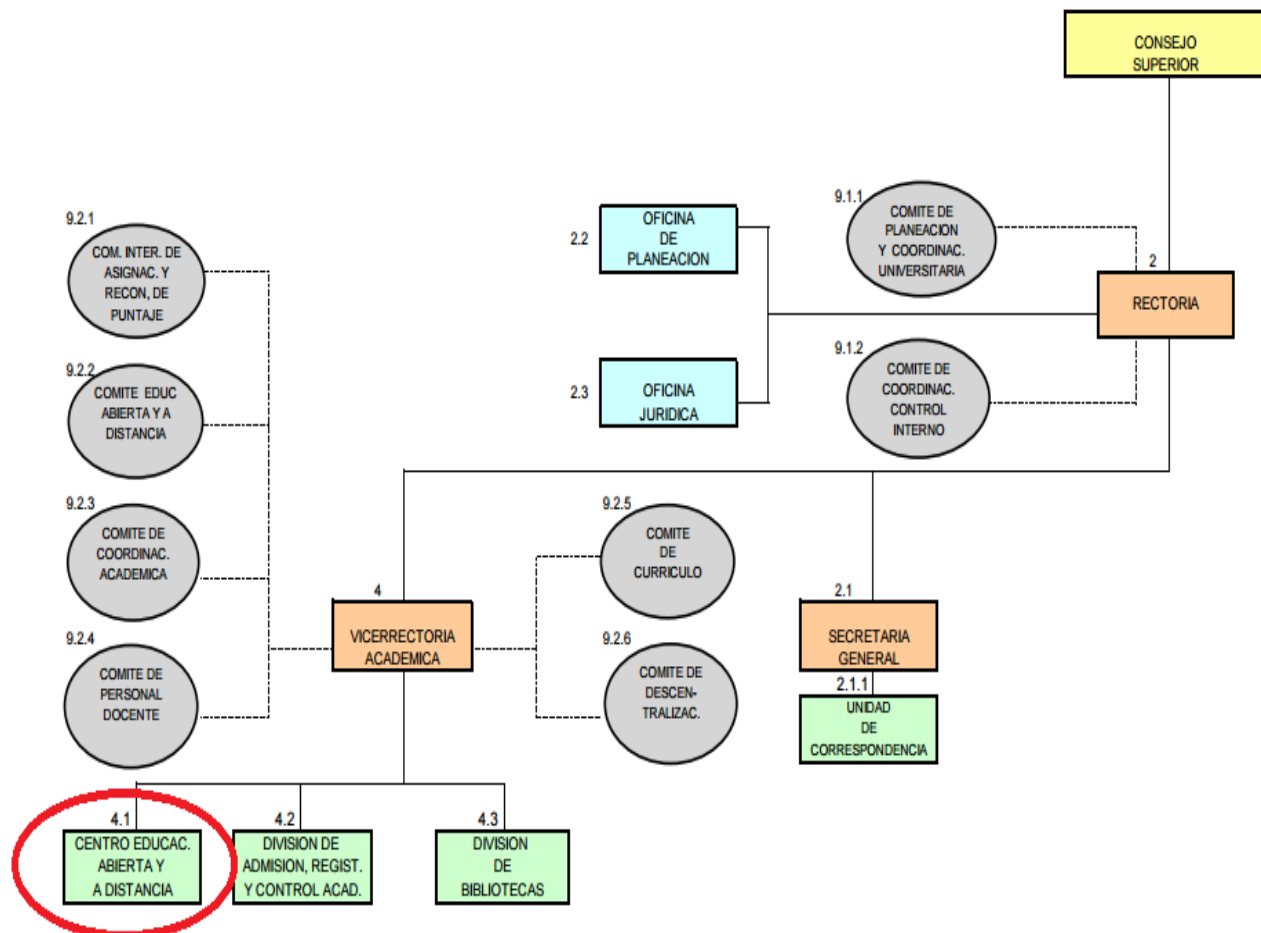


Ilustración 1. Ubicación del CECAV en la estructura de la universidad del Cauca

Fuente: <http://www.unicauca.edu.co/versionP/>

2.3.2. ESTRUCTURA DEL CENTRO

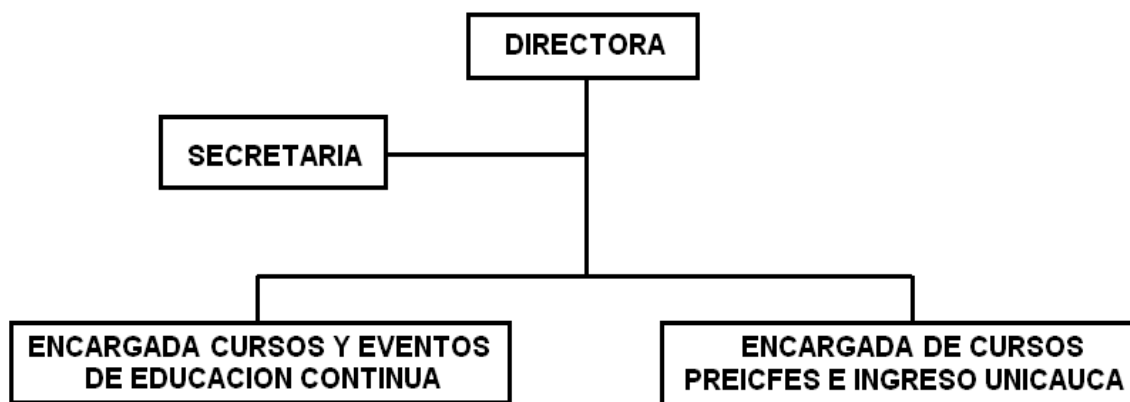


Ilustración 2. Estructura interna del CECAV

Fuente: Propia

2.3.3. TALENTO HUMANO

El Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV), cuenta con personal Profesional calificado, una de sus integrantes tienen experiencia desde la creación del Centro; Posee talento humano capaz de entender y comprender de manera inteligente todos los retos que constantemente exige el CECAV, poniendo a su servicio habilidades, destrezas, experiencias y aptitudes propias dentro de cada una de las áreas de acción.

Actualmente el Equipo de Trabajo está conformado por cuatro (4) personas encargadas de manejar las diferentes actividades del CECAV:

- Andrea Carolina Aramburo
(Directora del CECAV)
- Doris Stella Muñoz
(Encargada de Cursos y eventos de Educación Continua)
- Olga Lucia Correa
(Encargada de cursos pre-icfes y pruebas de ingreso a la Universidad del Cauca)
- Yuly Ordoñez
(Secretaria del CECAV)

Es acertado utilizar el término “Talento Humano”, por lo contrario “Recurso Humano” como anteriormente se denominaba, no es un término adecuado ya que el término Recurso nos puede dar a entender que se está catalogando a nuestro personal como un instrumento, por lo contrario se debe tomar en consideración que éste es el capital principal, el cual posee habilidades y características que le dan vida, movimiento y acción al Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual CECAV.

2.4. PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Desde su puesta en marcha en el año 2013, el Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV), tiene como ejes fundamentales la oferta de cursos y eventos de Educación continua, preuniversitarios y educación virtual, no conducentes a título Profesional, entre ellos se encuentran cursos de extensión, cursos de actualización, cursos institucionales, foros, talleres, seminarios, diplomados, coloquios, jornadas, charlas, congresos, simposios, encuentros, conversatorios; vale la pena destacar que las temáticas que se ofrecen no se realizan en fechas fijas o épocas específicas su oferta varía en cada uno de los periodos académicos, ya que ella depende de las propuestas recibidas por parte de docentes de cada una de las Facultades que hacen parte de la Universidad o en algunos casos de terceros con quienes se realizan convenios para abarcar temas de intereses específicos.

CAPITULO III. ANALISIS SITUACIONAL

3.1. ANALISIS EXTERNO

El Análisis externo se orienta a precisar las oportunidades y amenazas que afectan las capacidades o recursos fundamentales externos con las que se puede apoyar el Centro de educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV) para enfrentar competitivamente su medio.

3.1.1. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Actualmente en la ciudad de Popayán se cuenta con Universidades y Centros de educación que aparte de formar a los estudiantes por medio de estudios técnicos, tecnológicos, de pregrado y posgrado, también han notado la importancia de impartir

ofertas educativas correspondientes a la educación continua, abierta y por medios virtuales, por ello la importancia de conocer quiénes son y de qué manera están llevando a cabo este tipo de formación.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA

La Corporación Universitaria Comfacauca (Unicomfacauca) cuenta con la Oficina de Educación Continuada la cual se encuentra ubicada en la calle 4 # 8-30 de la ciudad de Popayán desde donde opera y maneja todos los eventos relacionados con diplomados, cursos y seminarios.

Unicomfacauca consciente de la imperante necesidad de actualización que implican los nuevos retos laborales y empresariales, ofrece una amplia oferta de eventos de Educación Continuada desde su oficina, en áreas como sistemas, mantenimiento, educación, gastronomía, entre otras, del mismo modo ofrece programas corporativos, estructurados a partir de altos estándares de calidad, dirigidos a grupos empresariales que buscan satisfacer necesidades específicas de capacitación, asesoría técnica y consultaría. Éstos son diseñados, desarrollados y evaluados por grupos interdisciplinarios de expertos, partiendo del análisis de la realidad organizacional de las empresas y las exigencias del entorno en el que éstas desarrollan sus actividades.

A continuación se presentan algunos de los diplomados ofrecidos actualmente y en periodos anteriores:

- Diplomado en Gestión Tributaria y NIIF para Pymes
- Diplomado en Cocina Internacional con énfasis en Italia y México
- Diplomado en Diseño del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo
- Diplomado en Sistema SCADA
- Diplomado en Sistemas de Información Geográfica
- Diplomado en Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública y Privada
- Diplomado en Gestión Tributaria
- Diplomado en Periodismo Digital
- Diplomado en Desarrollo de Aplicaciones Web
- Diplomado en servicio al cliente

- Diplomado en fabricación digital
- Diplomado en proyectos digitales
- Diplomado en subestaciones y telemedida
- Diplomado de seguridad y salud en el trabajo
- Diplomado de sistemas de información geográfica
- Diplomado de docencia universitaria
- Diplomado diseño del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo
- Seminario de Excel avanzado
- Seminario Actualización Laboral y Contratación de Personal
- Seminario mecatrónica
- Curso de Excel básico

Unicomfacauca maneja tres (3) tipos de tarifas para sus clientes los cuales los ha clasificado como:

- Estudiantes y Egresados Unicomfacauca
- Afiliados Comfacauca
- Particulares

Donde generalmente se maneja un precio full para los particulares; para los estudiantes y egresados Unicomfacauca es a quienes les genera un mayor descuento generalmente de un 15% aproximadamente y para sus Afiliados Comfacauca de aproximadamente un 10%.

Para todo egresado de una actividad de Educación Continuada en la Corporación Universitaria Comfacauca, se brinda la opción de descargar su certificación online donde debe introducir el número de cédula en un espacio habilitado en la página de la Universidad y de esta forma la certificación será creada automáticamente y podrá ser impresa.

INSTITUCION UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

La Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, no cuenta actualmente con una estancia que sea la encargada de generar eventos de Educación Continua, en la actualidad a parte de ofrecer sus programas tecnológicos, de pregrado y postgrado ofrece dos ramas educativas como alternativas las cuales son los Cursos de inglés y Arte Mayor; Se presentan a continuación:

Cursos de Inglés:

- Curso de Inglés adultos
- Curso de Inglés infantil

Arte Mayor:

- Curso Batería y Percusión Latina
- Curso de Música
- Curso de Pintura
- Curso de Teatro
- Curso de Guitarra Acústica
- Curso de Guitarra Eléctrica
- Curso de Informática Musical
- Curso de Piano
- Curso de Práctica Coral - Coro
- Curso de Violín

INSTITUCION UNIVERSITARIA ANTONIO NARIÑO

Cuenta con un programa de pregrado con metodología Virtual el cual puede ser realizado desde la ciudad de Popayán:

- Administración de Empresas

Programas de pregrado a Distancia disponibles para Popayán:

- Ingeniería de sistemas
- Ingeniería electromecánica
- Licenciatura en educación básica con énfasis en tecnología e informática
- Licenciatura en educación preescolar con énfasis en ingles
- Tecnología en coordinación logística de eventos culturales y artísticos
- Psicología

La Institución Universitaria Antonio Nariño, no cuenta actualmente con una estancia que sea la encargada de generar eventos de Educación Continua.

FUNDACION UNIVERSITARIA DE POPAYÁN

La Fundación Universitaria de Popayán cuenta con la Unidad Académica, Virtual y a Distancia –UNIVIDA, que actualmente apoya a otras unidades y maneja de manera limitada la oferta de eventos generalmente a nivel interno (Para estudiantes y egresados de su Universidad), los cuales ofrece en ocasiones de manera gratuita ó a precios accesibles para el estudiantado.

La Fundación Universitaria de Popayán cuenta con el programa de pregrado en Administración de Empresas Agropecuarias en modalidad virtual, además ofrece al público en general la Escuela de idiomas y la Escuela de música que ofrecen los cursos que se presentan a continuación:

Escuela de idiomas

- Cursos de Inglés
- Cursos de Francés

Escuela de música

- Cursos de vacaciones.
- Cursos intensivos.
- Cursos de sólo instrumento.
- Curso de edición de partituras.
- Preparación para exámenes de aptitud a personas interesadas en iniciar su carrera como músico profesional.

En el presente año 2016 estos son algunos de los eventos realizados por la Fundación Universitaria de Popayán para su estudiantado.

- Curso en Metrología gratuito.
- Curso taller de simulación de procesos productivos
- Conferencia de “Didáctica, Experimento y Lenguaje”
- Conferencia “Bioderecho Fuente y Doctrina daño a la salud. Críticas de la doctrina colombiana y propuesta de optimización”.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CAUCA

La Universidad Autónoma del Cauca no posee una dependencia dedicada a los eventos de Educación Continua, en la actualidad se manejan este tipo de eventos por medio del apoyo de cada una de las facultades, en algunas ocasiones se brinda apoyo por medio de la Dependencia de Bienestar Universitario, algunos de los eventos ofrecidos durante el año anterior (2015) son los siguientes:

- Diplomado en Mercado Bursátil y Estrategias de Inversión
- Diplomado para la formación de conciliadores en Derecho
- Seminario Contratación Estatal
- Programa de Profesionalización en Estudios Pedagógicos

Eventos gratuitos realizados para el público en general:

- Foro regional construcción de la nueva ley estatutaria de administración de justicia
- Conferencia: "Economía Naranja".
- Conferencia: Cómo construir confianza en el Cauca.
- Conferencia: “Nuevas tecnologías para el tratamiento de aguas residuales y combustión más limpia”.

La dependencia de Bienestar Universitario en lo corrido del año 2016, ha ofrecido para los estudiantes de la Universidad Autónoma del Cauca los siguientes talleres:

- Taller: ‘Estrategias para el aprendizaje’.
- Taller “Reconociendo la esencia del otro. Cada uno en su lugar”. Decir NO, es otra alternativa.
- Talleres “Tardes Creativas”
- Taller “El consumo te consume”
- Taller de hábitos de estudio “La clave para ser un estudiante exitoso”.

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

La Universidad Cooperativa de Colombia sede Popayán, con poyo de la Dirección Nacional de Extensión se constituye en aliado estratégico, para ofrecer en forma proactiva, la capacitación necesaria que producirá la inclusión social en el sistema productivo, por

medio de la actualización y formación con diplomados, cursos, seminarios y seminarios taller.

La Extensión de la Universidad Cooperativa de Colombia cuenta con seis líneas de trabajo, una de ellas es la línea de Formación Continua donde se ofrecen programas que pretenden dar respuesta a las necesidades de capacitación de estudiantes, profesores, egresados, empresas, convenios, aliados y en general a la comunidad; y es el resultado del trabajo académico de las facultades y su equipo de profesores e investigadores.

Otra de las líneas es la de Eventos Académicos la cual ofrece alternativas al sector público y privado en la organización, planeación, promoción, financiación y ejecución de eventos académicos, de alto nivel, incrementando la participación de la Universidad en diversos sectores a través de congresos, simposios, coloquios, foros, conferencias, encuentros, ferias, entre otros.

A continuación se presentan algunos de los eventos del portafolio de formación continua realizados y apoyados por la Universidad Cooperativa de Colombia sede Popayán:

- Diplomado en gestión y auditoría de sanidad e inocuidad de la carne y productos cárnicos
- Diplomado en derecho procesal penal
- Diplomado en administración pública, para juntas de acción comunal
- Diplomado en conciliación
- Diplomado en derecho disciplinario
- Diplomado en justicia penal militar
- Diplomado en alta gerencia
- Diplomado en dirección estratégica del talento humano para el futuro
- Diplomado en marketing online

- Diplomado en gestión de proyectos
- Diplomado en logística integral
- Diplomado en formulación de proyectos para el sistema general de regalías
- Diplomado en logística y cadena de abastecimiento en los alimentos
- Diplomado en planeación tributaria
- Diplomado en normas internacionales de información financiera NIIF para pymes
- Diplomado en normas internacionales de contabilidad e información financiera NIC/NIIF
- Diplomado gerencia estratégica de costos
- Seminario internacional en marketing profesional
- Seminario en comunicación: perspectiva cultural y desarrollo humano
- Seminario en redacción de artículos de investigación
- Seminario responsabilidad disciplinaria a los servidores públicos
- Seminario de actualización sobre el nuevo código general del proceso
- Seminario la oralidad en los procesos judiciales
- Seminario internacional de neuropsicología
- Curso de actualización en pruebas psicológicas
- Coloquio en responsabilidad social

Actualmente la Universidad Cooperativa de Colombia ha consolidado su modelo pedagógico virtual con la aprobación de cuatro importantes maestrías y una

especialización en modalidad virtual que ya cuentan con la aprobación del Ministerio quien les ha otorgado su registro calificado.

FUNDACION UNIVERSITARIA MARIA CANO

La Fundación Universitaria María Cano, a través del Centro de Formación Avanzada ofrece una amplia gama de Diplomados en las áreas de Ciencias de la Salud, Ciencias Empresariales e Ingeniería, cuyo objetivo es brindar formación permanente sobre determinadas área del conocimiento, con enfoques, modelos y herramientas actualizadas que proveen un alto nivel de profundidad y valor agregado para el participante.

Diplomados en Ciencias de la Salud:

- Actividad deportiva y rehabilitación física
- Biomecánica
- Fisioterapia en rehabilitación de columna y pelvis
- Gerencia en salud
- Mercadeo de servicios de salud
- Procesos evaluativos del lenguaje desde un enfoque neuropsicológico
- Psicología organizacional
- Salud ocupacional
- Terapia miofuncional
- Disfagia

Diplomados de las Ciencias económicas y empresariales:

- Comercio exterior y aduanas
- Contabilidad internacional
- Comunicación organizacional
- Finanzas internacionales
- Gerencia del talento humano
- Gestión tributaria
- Logística internacional
- Mercadeo estratégico

- Negocios internacionales
- Finanzas aplicadas a las NIIF
- Herramientas y habilidades gerenciales
- Gerencia universitaria

Diplomados de Ingeniería:

- Telemática
- Gobierno de TI

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA

El SENA ofrece programas de formación complementaria y titulada en busca de la capacitación técnica del recurso humano, formando personas para vincularlas al mercado laboral y realiza actividades de desarrollo empresarial, comunitario y tecnológico.

La oferta regular para formación profesional: técnicos, tecnólogos y trabajadores especializados incluye más de 522 programas.

Por medio de Sofía Plus el Portal de oferta educativa del SENA se realizan convocatorias para carreras presenciales, carreras virtuales, cursos cortos presenciales, cursos cortos virtuales y cursos de inglés, los cuales son impartidos de manera gratuita.

3.2. ANALISIS INTERNO: PRODUCTOS Y SERVICIOS

La finalidad del Análisis interno es conocer las fortalezas y debilidades de los recursos fundamentales del CECAV humanos, técnicos, comerciales, financieros, en nuestro caso la información recolectada por medio de este análisis será de gran importancia debido a que de ella depende la correcta formulación de una parte de las estrategias que deberemos implementar para la posterior consecución de los objetivos planteados.

3.2.1. ENCUESTA INTERNA CECAV

La encuesta que a continuación se presenta fue realizada a personal del CECAV con la finalidad de obtener información útil para el estudio y poder generar una idea de la situación actual del Centro en determinados aspectos:

1. ¿Qué barreras de entrada encuentran quienes postulan los cursos en el CECAV de la Universidad del Cauca?

- No son muchas las barreras de entrada impuestas a quienes realizan la postulación, la mayoría de veces se pueden negar cursos por presupuestos elevados y puntos de equilibrio muy altos.

2. ¿Dispone de una base de datos de sus clientes? (en Word, en Excel, en el sistema de contabilidad, en algún programa de fidelización).

- En la actualidad no contamos con una base de datos estructurada correctamente, pero el CECAV cuenta con parte de la información necesaria de sus antiguos clientes para emprender su elaboración.

3. ¿El CECAV está sacando provecho de la información que actualmente tiene de sus clientes?

- No estamos obteniendo provecho alguno de esa información, en el momento tan solo se tiene guardada como registro.

4. ¿La Universidad cuenta con centros que manejen un target similar al del CECAV?

- No, nuestras ofertas educativas o similares son manejadas tan solo por nosotros, pero se podría obtener provecho de la información general de los estudiantes de la universidad del Cauca.

5. Cuando alguien acude a solicitar información al CECAV ¿sabe usted por qué medio se enteró?

- No realizamos ningún tipo de pregunta que nos brinde esa información.

6. ¿Envía emails informativos a sus clientes potenciales?

- No enviamos emails para promocionar todos los eventos y cursos que ofertamos, los enviamos generalmente para promocionar los cursos que ya se han realizado en ocasiones anteriores.

7. ¿Sabe usted qué porcentaje de clientes solicita sus servicios por más de una vez?

- No hemos realizado ese análisis.

8. ¿Qué tipo de elementos de comunicación y publicidad emplea para la promoción de sus cursos y eventos?

- Generalmente empleamos afiches, volantes, plegables, pendones, pasacalles, todos los eventos se publican en la página web de la Universidad, en algunas ocasiones se realiza promoción por medio de televisión y radio de Unicauca pero actualmente se ha perdido el apoyo por esos medios.

9. ¿Tiene usted en cuenta al promocionar los cursos y eventos el perfil del cliente a quien va dirigido?

- No, la persona encargada de esa labor es el Coordinador del Evento por lo que no podría asegurar que este procedimiento sea llevado a cabo por parte de ellos.

10. ¿Con que tiempo de anticipación promocionan sus cursos o eventos?

- Se exige al organizador que como mínimo un mes y medio antes de la fecha de inicio de un curso o evento se realicen los trámites necesarios para su legalización, de esta forma una vez dada su aprobación se tiene un mes para realizar la promoción.

11. ¿Sabe usted cuánto se invierte al año en publicidad para promoción de cursos y eventos?

- No exactamente, pero se podría obtener el valor de la inversión anual ya que se tienen estos datos por evento puesto que cada coordinador debe presupuestar su publicidad.

12. ¿Cómo CECAV Entrega usted tarjetas, volantes u otros elementos informativos de sus productos a sus clientes?

- No, pero sí se tiene pensado hacerlo.

13. ¿Realiza ventas vía web?

- Si, nuestros clientes pueden realizar en su totalidad este proceso por medio de la web de la Universidad del Cauca.

14. ¿Qué promedio de las ventas maneja vía Web?

- Aproximadamente un 70% de las ventas en la actualidad las manejamos por este medio.

15. ¿El CECAV Maneja Facebook, twitter u otra red social como apoyo en la promoción de sus servicios?

- Si, se ha intentado hacerlo por medio de Facebook, pero en el momento no se ha podido seguir realizando promoción por este medio, debido a que fue bloqueada esta página en los computadores de la oficina por decisión de la Universidad.

16. ¿Tiene usted algún gestor para estas plataformas o lo lleva por sí mismo?

- No hay una persona que se encargue específicamente de ellas, la información es actualizada de manera eventual por personal del CECAV.

17. ¿Conoce la efectividad de las plataformas?

- Realmente no, podría dar un concepto pero de manera empírica.

18. ¿Conoce o ha utilizado alguna herramienta de internet para determinar la demanda y aceptación de sus servicios educativos?

- No hemos utilizado este medio.

19. ¿El CECAV ofrece cursos por medios virtuales?

- No, pero se ha presupuestado ofrecer el primer curso virtual en el mes de julio del año 2016 y se está a la espera de concretar acuerdos con algunos docentes quienes ofrecerían un diplomado por este medio.

20. ¿Sabe quién es su competencia o tiene datos de ella?

- No concretamente, de la Institución Educativa que tenemos conocimiento tiene una oferta similar a la nuestra es Unicomfacauca pero no tenemos información de ella.

21. ¿Piensa que en el CECAV podrían manejarse otros servicios adicionales o complementarios, cuáles?

- Por el momento no se ha tenido en cuenta.

22. ¿Actualmente el CECAV cuenta con convenios con otras Instituciones?

- No hay convenios actualmente, pero en anteriores ocasiones se han manejado; Debido a los trámites que son un poco engorrosos y a las pocas y en algunas ocasiones nulas ganancias para el CECAV no se considera muy conveniente su realización.

23. Dentro del CECAV ¿Qué tiempo aproximadamente conlleva el proceso de Aprobación de un curso o evento?

- Se realice o no el curso o evento se debe contar con aproximadamente 15 días para realizar el proceso de aprobación.

24. Considera usted que en la actualidad el Nivel de ventas respecto al mismo periodo del año pasado ¿subió, bajo o se mantiene?

- El nivel de ventas se ha logrado mantener.

25. ¿Cómo determina el CECAV el precio de los servicios educativos que brinda a sus clientes?

- El CECAV realiza una evaluación de la propuesta enviada por los Coordinadores de cada evento donde ellos deben presentar un presupuesto, nosotros examinamos cuidadosamente no se excedan los gastos y fundamentalmente que no se maneje un punto de equilibrio muy elevado en cada propuesta.

26. ¿Qué proceso se lleva a cabo para la elección de los docentes que dirigirán cada uno de los cursos o eventos?

- No existe un proceso que se encuentre detallado, el Coordinador del evento es el encargado de la elección de estas personas, generalmente se seleccionan Especialistas, Magister o Doctores con una determinada trayectoria o experiencia en el área que se deba impartir.

27. ¿Qué servicios educativos son más atractivos para el CECAV respecto al costo/beneficio?

- Para el CECAV generan una alta acogida y son rentables los Preuniversitarios, Diplomados de Pedagogía, Diplomados de Docencia Universitaria, Diplomados de Derecho Público y de Derecho Privado, además se espera tener altos rendimientos de los cursos libres homologables.

28. ¿Qué servicio o servicios no son tan razonables respecto al costo/beneficio para el CECAV?

- La realización de convenios con otras instituciones según experiencias pasadas, no han generado buenos márgenes de ganancia para nosotros e incluso en ocasiones ganancias nulas, además de ser un poco dispendioso el proceso de legalización de los eventos de este tipo.

29. ¿Cuenta con un buzón de sugerencias o un medio privado para recibirlas?

- Actualmente no contamos con este medio o similares.

30. ¿El CECAV realiza estratégicamente algún tipo de promoción o promociones especiales?

- No se tiene establecido algún tipo de estrategia usando esta herramienta, pero se podría plantear en común acuerdo con el Coordinador del evento, en algunas ocasiones se maneja un precio especial por realizar el pago antes de una fecha previamente estipulada.

3.2.2. PRODUCCION DEL SERVICIO

A continuación se muestra el procedimiento necesario exigido por el CECAV para trámite y aprobación de eventos:

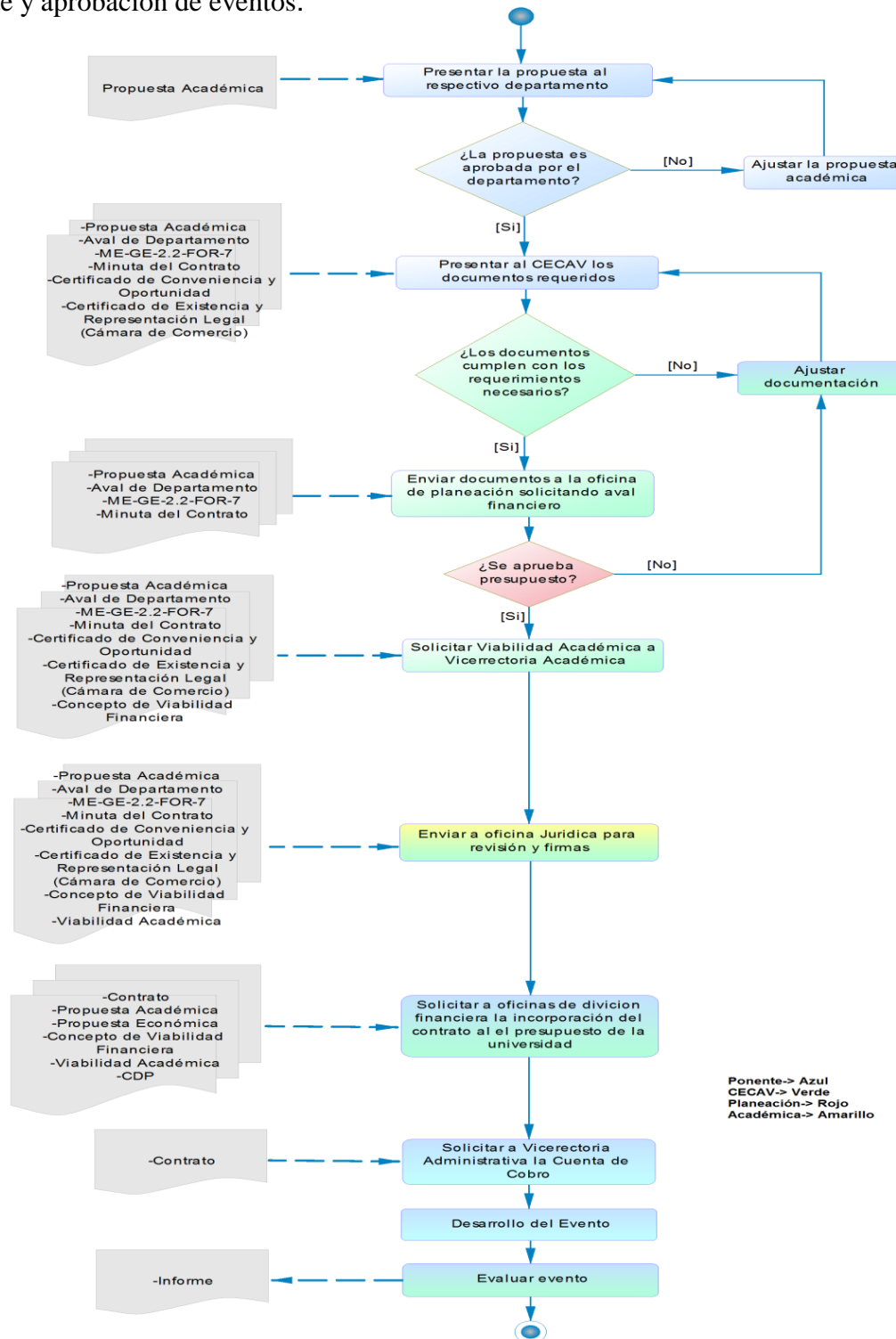


Ilustración 3. Procedimiento para trámite y aprobación de eventos

Fuente: CECAV

A continuación se muestra el procedimiento necesario exigido por el CECAV para trámite y aprobación de convenios:

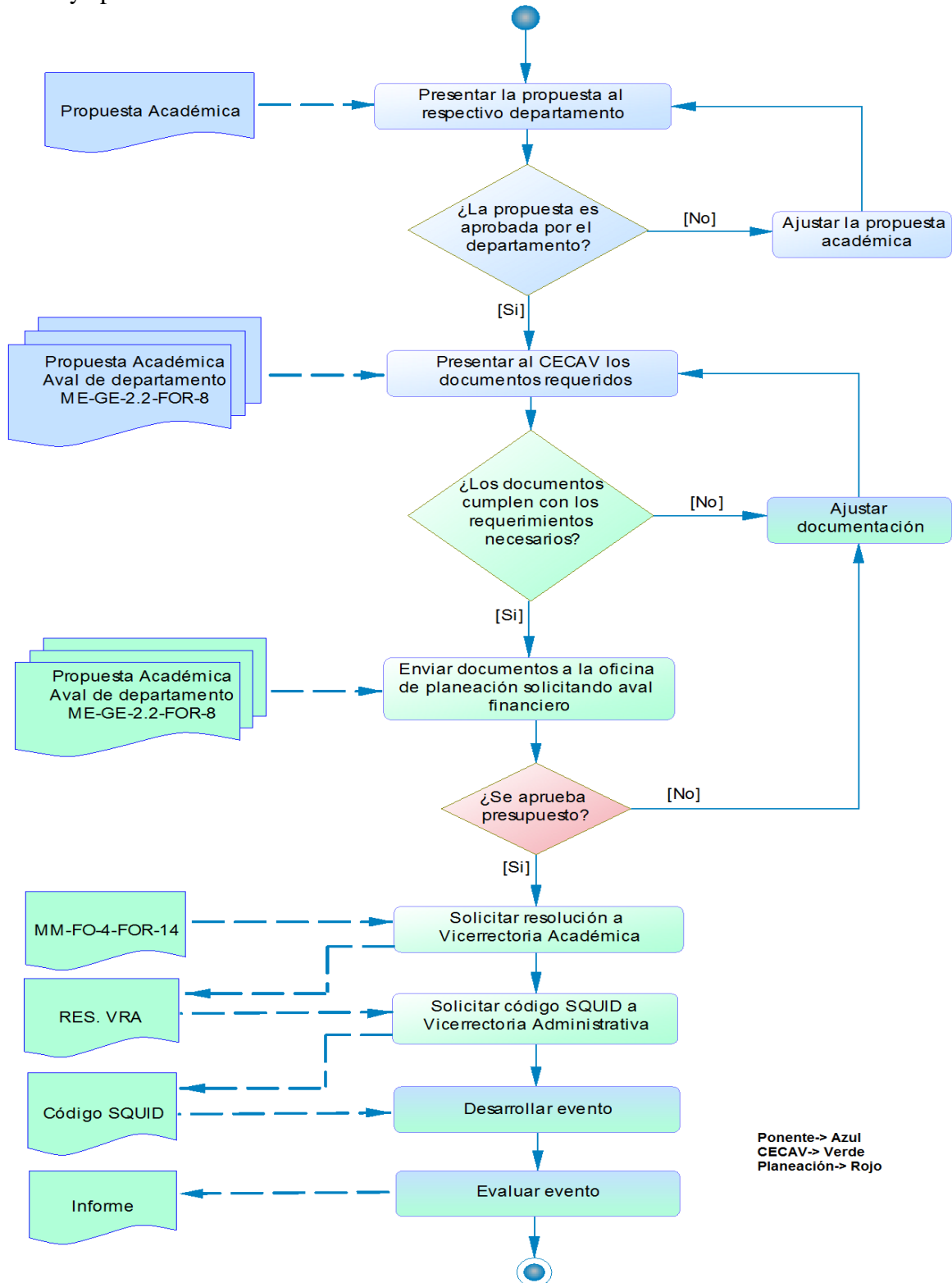


Ilustración 4. Procedimiento para trámite y aprobación de convenios

Fuente: CECAV

3.2.3. MERCADEO

En la actualidad para el proceso de mercadeo dentro del CECAV no se tiene designada a una persona, solo durante parte del año 2015 se asignaron dos personas para manejar todos los asuntos concernientes a ello, hoy en día su manejo es llevado a cabo por el personal que labora para el Centro ó generalmente los Coordinadores de los eventos son quienes tienen a cargo la adquisición, creación, producción, distribución, promoción de ideas comerciales para los eventos a realizarse.

Generalmente se emplean afiches, volantes, plegables, pendones, pasacalles, para la promoción de eventos, además se publican en la página web de la Universidad; en algunas ocasiones se realiza promoción por medio de televisión y radio de Unicauca pero actualmente se ha perdido el apoyo por esos medios.

En cuanto al manejo de redes sociales no hay una persona que se encargue específicamente de ellas, la información es actualizada de manera eventual por personal del CECAV, se envían emails para promocionar algunos de los eventos y cursos, generalmente por este medio se promocionan los cursos que ya se han realizado en ocasiones anteriores.

El CECAV no cuenta con una base de datos estructurada correctamente, pero se tiene parte de la información necesaria de antiguos clientes para emprender su elaboración, por lo tanto no se está obteniendo provecho alguno de esa información, en el momento tan solo se tiene guardada como registro.

No se ha empleado ninguna herramienta que permita determinar la demanda y aceptación de los servicios educativos por parte de sus clientes, es importante generar un proceso de retroalimentación que permita establecer estrategias y mejoras constantes con el fin de incrementar la calidad de los servicios.

Hoy en día aproximadamente un 70% de las ventas son manejadas vía web a través de la página de la Universidad lo que representa un medio importante para la implementación de estrategias que permitan llegar más fácilmente al público objetivo.

3.2.4. CECAV: COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

Tabla 2. EVENTOS CECAV 2013

En el año 2013 se realizan 42 eventos entre los cuales se incluyen eventos que tienen costo para los participantes, gratuitos y aquellos que se realizaron mediante convenios con entidades de la Región.

FACULTAD	EVENTOS	PORCENTAJE
CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	10	24%
CIENCIAS DE LA SALUD	8	19%
ARTES	5	12%
INGENIERIA ELECTRONICA Y TELECOMUNICACIONES	4	10%
DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES	4	10%
CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS – CES	3	7%
CECAV	2	5%
CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES	2	5%
CIENCIAS AGROPECUARIAS	1	2%
INGENIERIA CIVIL	1	2%
CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS	1	2%
DIVISIÓN ARTICULACIÓN CON EL ENTORNO	1	2%
TOTAL	42	100%

Tabla 3. EVENTOS NO REALIZADOS CECAV 2013

No.	EVENTO	FACULTAD	TIPO DE EVENTO
1	ACTUALIZACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE DISTRITOS DE RIEGO DE PEQUEÑA ESCALA	INGENIERIA CIVIL	DIPLOMADO
2	DIPLOMADO EN GERENCIA DE PROYECTOS	CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS - CES	DIPLOMADO
3	MARKETING POLITICO Y MARKETING SOCIAL	DERECHO	DIPLOMADO
4	TALLER INTERNACIONAL DE COMPOSICIÓN	ARTES	TALLER
5	CODIFICACIÓN, VALIDEZ Y ANALISIS EN LA ESCRITURA CUALITATIVA	CIENCIAS DE LA SALUD	DIPLOMADO
6	FORMACION INTEGRAL DEPORTIVA	CIENCIAS DE LA SALUD	SEMINARIO
7	SIMPOSIO NACIONAL “QUINCE AÑOS DE EXCELENCIA ACADEMICA”	CIENCIAS DE LA SALUD	SIMPOSIO

Tabla 4. EVENTOS CECAV 2014

En el año 2014 se realizan 39 eventos entre los cuales se incluyen eventos que tienen costo para los participantes, gratuitos y aquellos que se realizaron mediante convenios con entidades de la Región.

No.	NOMBRE DEL EVENTO	TIPO DE EVENTO	TOTAL ASISTENTES
1	I SEMINARIO DE PROCESAMIENTO DE IMÁGENES Y ÓPTICA APLICADA	SEMINARIO	181
2	SEMINARIO PERMANENTE DE FILOSOFÍA DEL DERECHO	SEMINARIO	135
3	ESTUDIOS MUSICALES BÁSICOS – NIVEL PREUNIVERSITARIO POPAYÁN	CURSO	23
4	CURSO SOBRE CRIA Y MANEJO DE ANIMALES EXPERIMENTALES Y DE INTERES TOXICOLOGICO	CURSO	29
5	II ENCUENTRO DE EXPERIENCIAS PEDAGOGICAS E INVESTIGATIVAS DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA	SEMINARIO	180
6	IX SEMANA AMBIENTAL: TECNOLOGÍAS VERDES, REALIDAD O UTOPIÁ	SEMINARIO	98
7	DIPLOMADO EN DERECHO PRIVADO	DIPLOMADO	32
8	DIPLOMADO EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	DIPLOMADO	36
9	SEMINARIO SOBRE CONCEPTOS BÁSICOS EN NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA NIIF-NIC	SEMINARIO	102
10	CURSO GNU/LINUX PARA PRINCIPIANTES	CURSO	16
11	SÉPTIMO SEMINARIO DE AUTOMÁTICA, ENTORNO CIENTÍFICO E INDUSTRIAL	SEMINARIO	143
12	SIMPÓSIO ANTROPOLOGÍAS EN AMÉRICA LATINA	SEMINARIO	275
13	II ENCUENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN HISTORIA EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO	SEMINARIO	151
14	DIPLOMADO EN PLANEACION ESTRATEGICA	DIPLOMADO	30
15	DIPLOMADO EN DERECHOS ETNICOS Y LEGISLACIÓN PARA EL ACCESO A LAS TIERRAS DE COMUNIDADES NEGRAS	DIPLOMADO	28
16	CURSO DE MÚSICA (PREORQUESTA) PARA NIÑOS Y JÓVENES ENTRE 6 Y 16 AÑOS	CURSO	16
17	DIPLOMADO EN DERECHO PUBLICO	DIPLOMADO	31
18	DIPLOMADO EN DERECHOS HUMANOS Y POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA CONVIVENCIA	DIPLOMADO	29
19	DIPLOMADO LA ETNOEDUCACIÓN AFROCOLOMBIANA COMO DERECHO FUNDAMENTAL DE NIÑOS, NIÑAS Y JÓVENES AFECTADOS POR EL CONFLICTO EN CAUCA Y NARIÑO	DIPLOMADO	63
20	FORO POR UNA EDUCACION NO SEXISTA: UN DEBATE PARA LA PAZ	SEMINARIO	131
21	DIPLOMADO EN SISTEMAS ELECTRICOS DE POTENCIA	DIPLOMADO	25
22	IV CONGRESO NACIONAL DE INGENIERIA FISICA	CURSO	255
23	CURSO DE PROFESIONALIZACIÓN PARA DOCENTES DE INGLÉS - NIVEL A1 Y A16	DIPLOMADO	31
24	DIPLOMADO DE MEDICINAS ALTERNATIVAS CON ÉNFASIS EN TERAPIA NEURAL	DIPLOMADO	26
25	DIPLOMADO DE INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA EN SALUD	DIPLOMADO	12
26	DIPLOMADO SOBRE LA NORMA INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN FINANCIERA PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS ENTIDADES - NIIF PARA LAS PYMES	DIPLOMADO	26
27	SEMINARIO TALLER LAS CONCEPCIONES Y DESARROLLOS DE LA PRÁCTICA Y SU RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN EN LA FORMACIÓN DE EDUCADORES	SEMINARIO	190
28	SEMINARIO ELABORACIÓN Y PREPARACIÓN DE BALANCE DE APERTURA BAJO NIIF PARA PYMES	SEMINARIO	91
29	I CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA PAZ Y LA CONVIVENCIA	SEMINARIO	35
30	III COLOQUIO INTERNACIONAL DE FILOSOFÍA DEL DERECHO Y CULTURA JURÍDICA	SEMINARIO	114
31	II COLOQUIO INTERNACIONAL DE FILOSOFÍA DEL DERECHO Y CULTURA JURÍDICA	SEMINARIO	115
32	SEMINARIO POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA EDUCACIÓN EN DISEÑO Y SU IMPACTO EN EL SUROCCIDENTE COLOMBIANO	SEMINARIO	56
33	DEPARTAMENTO DE GINECOLOGÍA Y OBSTETRICIA	SEMINARIO	61
34	SEMINARIO INTERNACIONAL EN DERECHOS HUMANOS Y POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA CONVIVENCIA	SEMINARIO	113

No.	NOMBRE DEL EVENTO	TIPO DE EVENTO	TOTAL ASISTENTES
35	TALLER SOBRE LA INNOVACIÓN Y NUEVAS TENDENCIAS EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN ONLINE	SEMINARIO	75
36	X SEMANA AMBIENTAL: AMBIENTE: LOGROS, REALIDAD Y DESAFÍOS	SEMINARIO	77
37	III SIMPOSIO: ABORDAJE INTEGRAL EN FISIOTERAPIA-VIDA Y MOVIMIENTO	SEMINARIO	165
38	I JORNADA IBEROAMERICANA DE INTERACCIÓN HUMANO COMPUTADOR	SEMINARIO	175
39	CURSO BÁSICO DE (RE) HABILITACIÓN AUDITIVA Y TERAPIA AUDITIVO VERBAL EN NIÑOS CON AUDÍFONOS E IMPLANTES COCLEARES	SEMINARIO	119
TOTAL ASISTENTES			3490

Tabla 5. EVENTOS NO REALIZADOS CECAV 2014

No.	EVENTO	FACULTAD	TIPO DE EVENTO
1	SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	ÁREA DE SALUD OCUPACIONAL	DIPLOMADO
2	GESTION DE PROYECTOS	CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS (CES)	DIPLOMADO
3	FORMULACION DE PROYECTOS CON DESTINO AL SISTEMA GENERAL DE REGALIAS	CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS	DIPLOMADO

Tabla 6. EVENTOS CECAV 2015

En el año 2015 se realizan 55 eventos entre los cuales se incluyen eventos que tienen costo para los participantes, gratuitos y aquellos que se realizaron mediante convenios con entidades de la Región.

Durante el año 2015 bajo la dirección del Señor Milton Arango se realizó el manejo de algunos cursos especiales (en total 23) desde el CECAV, los cuales no deberían haber sido tomados por esta dependencia debido a que no están dentro de las funciones establecidas para el Centro, ya que los cursos especiales presentan actividades académicas conducentes a título Profesional, por lo tanto se debería replantear el número de cursos realizados para el año 2015, puesto que para la finalidad del Plan de Mercadeo sería una cifra que distorsiona la realidad.

No.	NOMBRE DEL EVENTO	TIPO DE EVENTO	TOTAL ASISTENTES
1	DIPLOMADO SOBRE LA NORMA INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN FINANCIERA PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS ENTIDADES - NIIF PARA LAS PYMES	DIPLOMADO	29
2	ESTUDIOS MUSICALES BÁSICOS – NIVEL PREUNIVERSITARIO POPAYÁN	CURSO	22
3	CURSO DE INTRODUCCIÓN A LA ASTRONOMÍA	CURSO	20
4	DIPLOMADO EN FORMULACIÓN DE PROYECTOS: FUNDAMENTOS TÉCNICOS, CONCEPTUALES Y METODOLÓGICOS	DIPLOMADO	31
5	DIPLOMADO EN DERECHO PRIVADO	DIPLOMADO	35
6	PROGRAMA DE PEDAGOGÍA PARA PROFESIONALES NO LICENCIADOS	DIPLOMADO	45
7	DIPLOMADO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA	DIPLOMADO	32
8	II SEMINARIO INTERNACIONAL DISEÑO DE VIDA COTIDIANA “NUEVAS FRONTERAS DEL DISEÑO: CROSSMEDIA Y TRANSMEDIA	SEMINARIO	40
9	CURSO-TALLER DE ACTUALIZACIÓN EN MASAJE DEPORTIVO	CURSO	24
10	PROGRAMACIÓN CON SCRATH PARA NIÑOS Y NIÑAS	CURSO	20
11	I ENCUENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN POLÍMEROS	SEMINARIO	145
12	ESTUDIOS MUSICALES BÁSICOS – NIVEL PREUNIVERSITARIO POPAYÁN	CURSO	18
13	MODELACION HIDROLOGICA DE CRECIENTES CON HEC-HMS 4.0	CURSO	24
14	DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS CON ÉNFASIS EN BUENAS PRÁCTICAS DEL PMI	DIPLOMADO	14
15	VI BIENAL DE TIPOGRAFIA LATINOAMERICANA: TIPOS LATINOS 2014, TALLERES ESPECIALIZADOS EN DISEÑO TIPOGRÁFICO	CURSO	31
16	DESING THINKING	DIPLOMADO	13
17	SEMINARIO DE APRENDIZAJE Y MODIFICABILIDAD COGNITIVA	SEMINARIO	136
18	DIPLOMADO EN DERECHO PUBLICO	DIPLOMADO	45
19	EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA, FORMACIÓN DE ACTORES EN POLÍTICA Y GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN AMBIENTAL LOCAL (Convenio con la Corporación Autónoma Regional del Cauca)	DIPLOMADO	45
20	DIPLOMADO EN MARKETING (Convenio con la Cámara de Comercio del Cauca- Santander de Quilichao)	DIPLOMADO	29
21	SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (Convenio con Belisario Velásquez)	CONGRESO	325
22	XI SIMPOSIO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS EN CIENCIAS BIOLÓGICAS (Convenio con Asociación Colombiana de Ciencias Biológicas)	SIMPOSIO	185
23	IV CONGRESO LATINOAMERICANO DE ETNOBIOLOGÍA Y V CONGRESO COLOMBIANO DE ETNOBIOLOGÍA (Convenio con la Sociedad Latinoamericana de Etnobiología y la Sociedad Colombiana de Etnobiología)	CONGRESO	782

No.	NOMBRE DEL EVENTO	TIPO DE EVENTO	TOTAL ASISTENTES
24	AULA MULTIGRADO (Convenio Municipio de Argelia Cauca)	CURSO	30
25	SISTEMAS DE EVALUACIÓN (Convenio Municipio de Argelia Cauca)	CURSO	30
26	TERCER ENCUENTRO DE EXPERIENCIAS PEDAGÓGICAS E INVESTIGATIVAS DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA: UN ESCENARIO PARA REFLEXIONAR UNA EDUCACIÓN PARA LA PAZ (Evento gratuito)	SEMINARIO	152
27	II JORNADAS IBEROAMERICANAS DE INTERACCIÓN HUMANO-COMPUTADOR (Evento gratuito)	SEMINARIO	173
28	IV JORNADA DE DIVULGACIÓN EXPERIMENTAL Y PROYECTOS EN AUTOMATIZACION INDUSTRIAL (Evento gratuito)	SEMINARIO	120
29	SEGUNDAS JORNADAS DE INGENIERÍA: CONSTRUYENDO FUTURO	SEMINARIO	196
30	CUARTO ENCUENTRO DE EXPERIENCIAS PEDAGÓGICAS E INVESTIGATIVAS DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA: UN ESCENARIO PARA REFLEXIONAR UNA EDUCACIÓN PARA LA PAZ (Evento gratuito)	SEMINARIO	130
31	I JORNADA DE SOCIALIZACIÓN DE INVESTIGACIÓN EN ENFERMERÍA (Evento gratuito)	CAPACITACIÓN	400
32	VII SEMINARIO INTERNACIONAL DE EDUCACIÓN FÍSICA, RECREACIÓN, DEPORTE, ACTIVIDAD FÍSICA Y MOTRICIDAD HUMANA Y EL IV ENCUENTRO DE EGRESADOS (Evento gratuito)	SEMINARIO	60
33	CURSOS DE PREPARACIÓN A LA PRUEBA INTERNA UNICAUCA PRIMER PERIODO	CURSO	572
34	CURSOS DE PREPARACIÓN A LA PRUEBA INTERNA UNICAUCA SEGUNDO PERIODO POPAYAN	13 CURSOS	422
35	CURSOS DE PREPARACIÓN A LA PRUEBA INTERNA UNICAUCA SEGUNDO PERIODO SANTANDER DE QUILICHAO	1 CURSO	26
36	CURSOS DE PREPARACIÓN AL EXAMEN DE ESTADO SABER 11 PRIMER PERIODO	4 CURSOS	141
37	CURSO ESPECIAL DE AGROFÍSICA	CURSO	24
38	CURSO ESPECIAL DE CALCULO I	3 CURSOS	69
39	CURSO ESPECIAL DE CALCULO II	3 CURSOS	92
40	CURSO ESPECIAL DE CALCULO III	2 CURSOS	67
41	CURSO ESPECIAL DE CONTABILIDAD V	CURSO	13
42	CURSO ESPECIAL DE ECUACIONES DIFERENCIALES	3 CURSOS	112
43	CURSO ESPECIAL DE EDAFOLOGÍA	CURSO	7
44	CURSO ESPECIAL DE ESTADÍSTICA I	CURSO	34
45	CURSO ESPECIAL DE ESTADÍSTICA II	CURSO	29
46	CURSO ESPECIAL DE ÉTICA	CURSO	30
47	CURSO ESPECIAL DE FARMACOLOGÍA	CURSO	16
48	CURSO ESPECIAL DE MATEMÁTICA FINANCIERA I	CURSO	19
49	CURSO ESPECIAL DE MATEMÁTICA FINANCIERA APLICADA	CURSO	22
50	CURSO ESPECIAL DE MATEMÁTICAS APLICADA	CURSO	28
51	CURSO ESPECIAL DE MECÁNICA	CURSO	41
52	CURSO ESPECIAL DE MICRO I	CURSO	22
53	CURSO ESPECIAL DE VIBRACIONES Y ONDAS	CURSO	39
54	CURSO ESPECIAL DE PARAPSIKOLOGÍA	CURSO	36
55	CURSO ESPECIAL DE PSIQUIATRÍA	CURSO	35
TOTAL ASISTENTES			5277

Tabla 7. EVENTOS NO REALIZADOS CECAV 2015

En el año 2015 se ofrecieron 23 eventos los cuales no se llevaron a cabo debido a que no se completó el número mínimo de asistentes, históricamente este ha sido el año en el que se ha presentado un mayor número de eventos cancelados; A continuación se relacionan cada uno de ellos y el tipo de evento al que corresponden:

No.	NOMBRE DEL EVENTO	TIPO DE EVENTO
1	DIPLOMADO SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	DIPLOMADO
2	DIPLOMADO EN SISTEMAS ELECTRICOS DE POTENCIA	DIPLOMADO
3	LECTURA Y ESCRITURA DE LA MATEMATICA ARTICULADA	CURSO
4	GNU/LINUX PARA PRINCIPIANTES	CURSO
5	DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES PARA ANDROID	CURSO
6	CREACIÓN DE INTERFACES GRÁFICAS USABLES EN GNU/LINUX	CURSO
7	CREACIÓN DE INTERFACES GRÁFICAS USABLES EN JAVA	CURSO
8	LINUX AVANZADO CON MIRAS A LA CERTIFICACIÓN LPIC-1	CURSO
9	TALLER DE PROGRAMACIÓN BASADA EN PATRONES DE DISEÑO	CURSO
10	DESARROLLO DE SITIOS WEB BASADO EN GESTORES CMS	CURSO
11	ELICITACIÓN DE REQUISITOS	CURSO
12	CURSO BASICO AUTOCAD 2D	CURSO
13	DIPLOMADO EN HISTORIA, GEOPOLÍTICA Y SEGURIDAD	DIPLOMADO
14	SEMINARIO TALLER VANT (VEHÍCULOS AÉREOS NO TRIPULADOS) CONCEPTOS BÁSICOS Y APLICACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	CURSO
15	DIPLOMADO EN FORMULACIÓN DE PROYECTOS: FUNDAMENTOS TÉCNICOS, CONCEPTUALES Y METODOLÓGICOS, SEGUNDA VERSIÓN	CURSO
16	BUCEO RECREATIVO	CURSO
17	DIPLOMADO HERRAMIENTAS PSICOSOCIALES DE PREVENCIÓN Y MANEJO DE CONDUCTAS DE RIESGO ASOCIADAS A ADICCIONES	DIPLOMADO
18	CURSO BÁSICO DE BELENISMO	CURSO
19	INTRODUCCIÓN A LA ASTRONOMÍA	CURSO
20	CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL COACHING ESTRATÉGICO YANIANO	DIPLOMADO
21	GESTIÓN DOCUMENTAL ELECTRÓNICA	DIPLOMADO
22	CURSOS LIBRES HOMOLOGABLES	CURSO
23	MARKETING DIGITAL	CURSO

Tabla 8. CUADRO COMPARATIVO AÑOS 2013, 2014 Y 2015

ITEM	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Número de Eventos Realizados	42	39	55
Número de Eventos Cancelados	7	3	23
Número total de Participantes	---	3490	5277

3.2.5. CLASIFICACION DEL PORTAFOLIO

Es importante conocer en qué situación se encuentran aquellos cursos y eventos que han sido llevados a cabo por el CECAV. La Matriz BCG es un modelo que tiene como objetivo ayudar a las empresas a posicionar sus productos o unidades de negocio en el mercado. La idea es contribuir al Centro facilitando la toma de mejores decisiones respecto a la oferta de sus cursos y eventos, evitando la inversión de tiempo y recursos en actividades que no son viables.

Está compuesta de dos ejes:

- Un eje vertical que corresponde al ritmo de crecimiento del mercado.
- Un eje horizontal que ilustra la cuota de participación en el mercado.

Este concepto nos permite colocar nuestros productos o unidades de negocio según cuatro zonas posibles:

- Estrellas
- Vacas lecheras
- Incógnitas o Interrogantes
- Perros



Ilustración 5. Matriz BCG

Fuente: <https://www.empresayestrategia.com>

Estrella: representan para el CECAV aquellos eventos y cursos con gran participación de mercado y gran crecimiento. La idea de las “Estrellas” es potenciarlas hasta su maduración para así convertirlas en “Vacas Lecheras”.

Incógnita: aquellos eventos y cursos que se identifiquen como incógnitas ó interrogantes requieren un nuevo planteamiento estratégico, lo cual implica un gran crecimiento de mercado y poca participación en el mismo, en este lugar se pueden generar desplazamientos a “Estrella” o “Perro”.


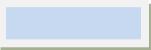


Vaca Lechera: en esta clasificación encontraremos aquellos eventos y cursos con alta participación en el mercado y bajo crecimiento, son todos los que nos permiten conseguir los activos necesarios para poder generar nuevas “Estrellas” para el CECAV.

Perro: son los eventos y cursos con escasa participación en el mercado, sin crecimiento o aquellos que no fueron llevados a cabo. Una posibilidad es desinvertir pero podría ser mejor no ofrecerlos nuevamente debido a que generan gran desgaste y la rentabilidad es generalmente nula o conlleva a pérdidas.

Para el el Centro de Educacion Continua, Abierta y Virtual (CECAV) emplearemos un simil de la matriz BCG, por medio del cual clasificaremos dentro de las cuatro categorias ya mencionadas los cursos y eventos que se consideraron pertinentes (no la totalidad), realizados durante los años 2013, 2014 y 2015.

A continuación se presentan los cursos y eventos con su respectivo numero de asistentes, facultad que lo realiza e ingresos percibidos por la Universidad del Cauca en cada uno de ellos.

Cada una de las celdas correspondientes al nombre del evento estan resaltadas con un color cuya relacion es:

Estrella:	
Incognita:	
Vaca Lechera:	
Perro:	

AÑO 2013

Tabla 9. DIPLOMADOS

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
DIPLOMADO EN DERECHO PUBLICO	31	DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES	\$ 4.420.000
DIPLOMADO EN DERECHO PRIVADO	52	DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES	\$ 2.635.000
"DIPLOMADO DISEÑO Y COTIDIANIDAD" PARA EL FORTALECIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN EN EL DESARROLLO Y APLICACIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO EN EL CAUCA	24	ARTES	\$ 1.278.000
DIPLOMADO ADMINISTRACIÓN EN SALUD	8	CIENCIAS DE LA SALUD	\$ 800.000
DIPLOMADO EN MEDICINA CRITICA Y CUIDADO INTENSIVO BASADO EN LA EVIDENCIA 2013 - CONVENIO 23.32.6-089 DE 2035	28	CIENCIAS DE LA SALUD	\$ 8.060.000
DIPLOMADO EN MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN ESPECIAL LA CONCILIACIÓN	120	CONSULTORIO JURIDICO	\$ 2.700.000

Tabla 10. CURSOS

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
CURSO TEÓRICO – PRÁCTICO DE LIBERACION MIOFASCIAL	16	CIENCIAS DE LA SALUD	\$ 1.000.000,0
CURSO DE MÚSICA (PREORQUESTA) PARA NIÑOS Y JÓVENES ENTRE 6 Y 16 AÑOS - PRIMER PERIODO	31	ARTES	\$ 1.622.000,0
CURSO DE MÚSICA (PREORQUESTA) PARA NIÑOS Y JÓVENES ENTRE 6 Y 16 AÑOS - SEGUNDO PERIODO	29	ARTES	\$ 1.382.000,0
CURSO DE PEDAGOGIA PARA PROFESIONALES NO LICENCIADOS	31	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 5.580.000,0
CAPACITACIÓN DE 500 DOCENTES Y DIRECTIVOS DOCENTES REGIDOS POR LOS DECRETOS 2277 DE 1979 Y 1278 DE 2002 DE LOS MUNICIPIOS NO CERTIFICADOS EN EDUCACION DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA - CONVENIO 532 DE 2345	333	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 12.016.800,0
CURSO GNU/LINUX PARA PRINCIPIANTES	18	INGENIERIA ELECTRÓNICA Y TELECOMUNICACIONES	\$ 432.000,0
CURSO DE PREPARACIÓN PARA LA PRUEBA INTERNA DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA Y SABER 11	827	CECAV	\$ 40.848.000,0

Tabla 11. SEMINARIOS

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
I ENCUENTRO DE EGRESADOS DE FONOAUDIOLOGIA UNIVERSIDAD DEL CAUCA Y SEMINARIO INTERDISCIPLINARIO DE TRASTORNOS OROMOTORES EN POBLACIÓN INFANTIL	187	CIENCIAS DE LA SALUD	\$ 2.908.000
TERCERAS JORNADAS DE ACTUALIZACIÓN EN GINECOLOGIA Y OBSTRETICIA	63	CIENCIAS DE LA SALUD	\$ 275.000
X SIMPOSIO DE INVESTIGACIONES EN CIENCIAS BIOLÓGICAS 23-32.6-108 DE 2013	171	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 1.046.947

AÑO 2014**Tabla 12. DIPLOMADOS**

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
DIPLOMADO EN DERECHO PRIVADO	32	DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES	\$ 14.202.000
DIPLOMADO EN DERECHO PUBLICO	31	DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES	\$ 2.666.000
DIPLOMADO EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	36	SALUD OCUPACIONAL	\$ 7.840.000
DIPLOMADO EN PLANEACION ESTRATEGICA (Convenio Cámara de Comercio del Cauca)	30	DIVISIÓN DE ARTICULACIÓN CON EL ENTORNO	\$ 15.531.964
CURSO DE PROFESIONALIZACIÓN PARA DOCENTES DE INGLÉS - NIVEL A1 Y A16 (Convenio Gobernación del Cauca)	31	CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES	\$ 6.300.000
DIPLOMADO EN SISTEMAS ELECTRICOS DE POTENCIA	25	INGENIERIA ELECTRONICA Y TELECOMUNICACIONES	\$ 4.400.000
DIPLOMADO DE MEDICINAS ALTERNATIVAS CON ÉNFASIS EN TERAPIA NEURAL	26	CIENCIAS DE LA SALUD	\$ 8.480.000
DIPLOMADO SOBRE LA NORMA INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN FINANCIERA PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS ENTIDADES - NIIF PARA LAS PYMES	26	CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS	\$ 5.400.000

Tabla 13. SEMINARIOS

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
SEMINARIO TALLER LAS CONCEPCIONES Y DESARROLLOS DE LA PRÁCTICA Y SU RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN EN LA FORMACIÓN DE EDUCADORES	190	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 884.000
SÉPTIMO SEMINARIO DE AUTOMÁTICA, ENTORNO CIENTÍFICO E INDUSTRIAL	143	INGENIERIA ELECTRONICA Y TELECOMUNICACIONES	\$ 6.156.150
III SIMPOSIO: ABORDAJE INTEGRAL EN FISIOTERAPIA-VIDA Y MOVIMIENTO	165	CIENCIAS DE LA SALUD	\$ 915.000
CURSO BÁSICO DE (RE) HABILITACIÓN AUDITIVA Y TERAPIA AUDITIVO VERBAL EN NIÑOS CON AUDÍFONOS E IMPLANTES COCLEARES	119	CIENCIAS DE LA SALUD	\$ 2.158.000

Tabla 14. CURSOS

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
ESTUDIOS MUSICALES BÁSICOS – NIVEL PREUNIVERSITARIO POPAYÁN	23	ARTES	\$ 1.748.000
CURSO DE MÚSICA (PREORQUESTA) PARA NIÑOS Y JÓVENES ENTRE 6 Y 16 AÑOS	16	ARTES	\$ 814.000
CURSO SOBRE CRIA Y MANEJO DE ANIMALES EXPERIMENTALES Y DE INTERES TOXICOLOGICO	29	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 290.000
CURSO GNU/LINUX PARA PRINCIPIANTES	16	INGENIERIA ELECTRONICA Y TELECOMUNICACIONES	\$ 480.000
CURSO DE PREPARACIÓN PARA LA PRUEBA INTERNA DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA	960	CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA, ABIERTA Y VIRTUAL (CECAV)	\$ 57.600.000
CURSO DE PREPARACIÓN PARA EL EXAMEN DE ESTADO SABER 11	144	CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA, ABIERTA Y VIRTUAL (CECAV)	\$ 5.878.000

AÑO 2015

Tabla 15. DIPLOMADOS

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
DIPLOMADO SOBRE LA NORMA INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN FINANCIERA PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS ENTIDADES - NIIF PARA LAS PYMES	29	CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS	\$ 5.800.000
EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA. FORMACIÓN DE ACTORES EN POLÍTICA Y GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN AMBIENTAL LOCAL (Convenio con la Corporación Autónoma Regional del Cauca)	45	CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS	\$ 6.169.610
DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS CON ÉNFASIS EN BUENAS PRÁCTICAS DEL PMI	14	CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS	\$ 3.640.000
PROGRAMA DE PEDAGOGÍA PARA PROFESIONALES NO LICENCIADOS	45	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 10.110.000
DIPLOMADO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA	32	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 5.112.000
DIPLOMADO EN DERECHO PRIVADO	35	DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES	\$ 3.240.000
DIPLOMADO EN DERECHO PUBLICO	45	DERECHO, CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES	\$ 3.956.000
DESING THINKING	13	ARTES	\$ 3.380.000
DIPLOMADO EN FORMULACIÓN DE PROYECTOS: FUNDAMENTOS TÉCNICOS, CONCEPTUALES Y METODOLÓGICOS	31	ARTICULACIÓN CON EL ENTORNO	\$ 5.320.000

Tabla 16. CURSOS

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
ESTUDIOS MUSICALES BÁSICOS – NIVEL PREUNIVERSITARIO POPAYÁN (PRIMER SEMESTRE)	22	ARTES	\$ 1.738.000
ESTUDIOS MUSICALES BÁSICOS – NIVEL PREUNIVERSITARIO POPAYÁN (SEGUNDO SEMESTRE)	18	ARTES	\$ 1.832.000
VI BIENAL DE TIPOGRAFIA LATINOAMERICANA: TIPOS LATINOS 2014, TALLERES ESPECIALIZADOS EN DISEÑO TIPOGRÁFICO	31	ARTES	\$ 230.000
CURSO DE INTRODUCCIÓN A LA ASTRONOMÍA	20	ARTICULACIÓN CON EL ENTORNO	\$ 880.000
CURSO-TALLER DE ACTUALIZACIÓN EN MASAJE DEPORTIVO	24	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 120.000
PROGRAMACIÓN CON SCRATH PARA NIÑOS Y NIÑAS	20	INGENIERIA ELECTRONICA Y TELECOMUNICACIONES	\$ 570.000

MODELACION HIDROLOGICA DE CRECIENTES CON HEC-HMS 4.0	24	INGENIERIA CIVIL	\$ 1.362.000
CURSOS DE PREPARACIÓN A LA PRUEBA INTERNA UNICAUCA	994	CECAV	\$ 56.471.000
CURSOS DE PREPARACIÓN A LA PRUEBA INTERNA UNICAUCA SEGUNDO PERIODO SANTANDER DE QUILCHAO	26	CECAV	\$ 1.300.000
CURSOS DE PREPARACIÓN AL EXAMEN DE ESTADO SABER 11	141	CECAV	\$ 8.883.000

Tabla 17. SEMINARIOS

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
II SEMINARIO INTERNACIONAL DISEÑO DE VIDA COTIDIANA “NUEVAS FRONTERAS DEL DISEÑO: CROSSMEDIA Y TRANSMEDIA	40	ARTES	\$ 746.000
I ENCUENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN POLÍMEROS	145	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 1.528.000
SEMINARIO DE APRENDIZAJE Y MODIFICABILIDAD COGNITIVA	136	CIENCIAS DE LA SALUD	\$ 1.736.000

Tabla 18. CONGRESOS, SIMPOSIOS, CAPACITACIONES

NOMBRE DEL EVENTO	TOTAL ASISTENTES	FACULTAD	INGRESOS UNIVERSIDAD
XI SIMPOSIO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS EN CIENCIAS BIOLÓGICAS (Convenio con Asociación Colombiana de Ciencias Biológicas)	185	CIENCIAS NATURALES, EXACTAS Y DE LA EDUCACIÓN	\$ 551.475

CLASIFICACION DEL PORTAFOLIO: TOTALES Y PORCENTAJES

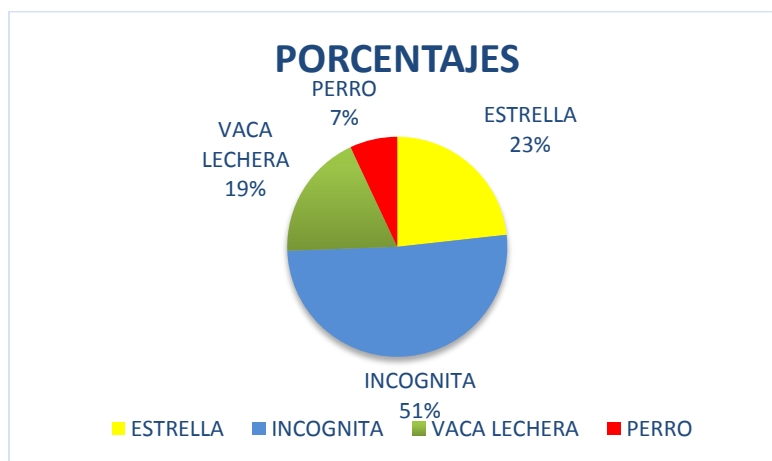


Ilustración 6. Clasificación Portafolio

Fuente: Propia

Tabla 19. CLASIFICACIÓN DEL PORTAFOLIO

VARIABLE CLASIFICACION	TOTAL CURSOS O VENTOS	PORCENTAJE
ESTRELLA	10	23%
INCOGNITA	22	51%
VACA LECHERA	8	19%
PERRO	3	7%
TOTAL:	43	100%

CAPITULO IV. INVESTIGACION DE MERCADO

4.1. ENCUESTA USUARIOS

4.1.1. Tabla 20. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

Encuesta:	Encuesta sobre percepción de usuarios del CECAV
Objetivo:	Evaluar el grado de satisfacción de los servicios ofrecidos
Solicitada por:	CECAV
Aplicada por:	Guido Fernando Calvache Sánchez
Fecha de aplicación:	Julio de 2016
Área de cobertura:	Universidad del Cauca - Popayán
Universo:	Clientes CECAV- Popayán
Técnica de recolección de datos:	Encuesta Telefónica-Encuesta vía Correo Electrónico
Tamaño de la población:	500
Margen de confianza	90% = 1.645
Error muestral	10%

P:	0.5
Q:	0.5
Tamaño de la muestra:	60
Análisis y presentación de resultados:	Análisis univariado de datos

Es de gran importancia conocer la opinión de nuestros usuarios debido a que ellos tienen información valiosa para la elaboración de estrategias que permitan la correcta prestación de servicios educativos por parte del CECAV.

Se ha determinado plantear de manera aleatoria a algunos de nuestros usuarios las siguientes preguntas con el fin de obtener su percepción del CECAV y de sus servicios ofrecidos.

4.1.2. PRESENTACION DE LOS RESULTADOS

A las preguntas realizadas a los usuarios del CECAV de la Universidad del Cauca, respondieron:

1- Calificación de las instalaciones físicas en las que se llevan a cabo los cursos de educación continua ofrecidos por el CECAV.

Tabla 21. Pregunta 1

CONCEPTO	CONTEO	PORCENTAJE
Muy malas	---	---
Malas	3	5%
Regulares	18	30%
Buenas	30	50%
Muy buenas	9	15%

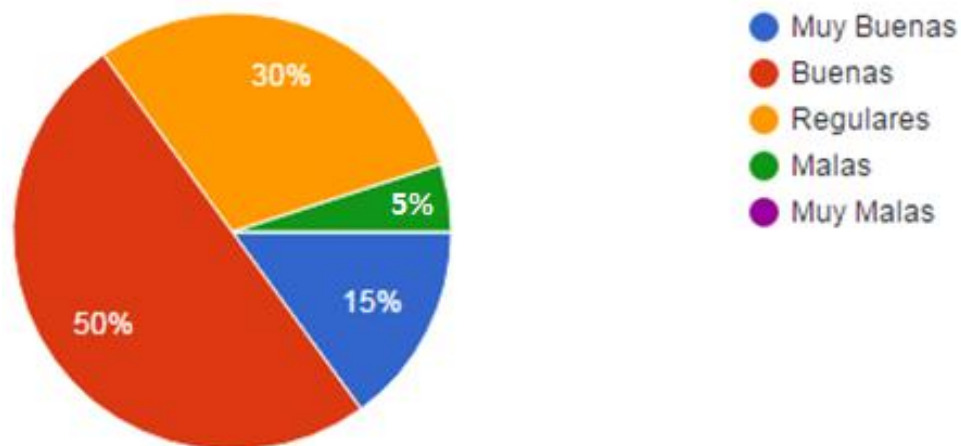


Ilustración 7. Calificación Instalaciones Físicas

Fuente: Propia

2- Apoyos didácticos (materiales, video beam, pantallas, equipo de amplificación, etc.) con los que se desarrollan los cursos de educación continua ofrecidos por el CECAV.

Tabla 22. Pregunta 2

CONCEPTO	CONTEO	PORCENTAJE
Muy malos	---	---
Malos	6	10.5%
Regulares	19	31.6%
Buenos	32	52.6%
Muy buenos	3	5.3%

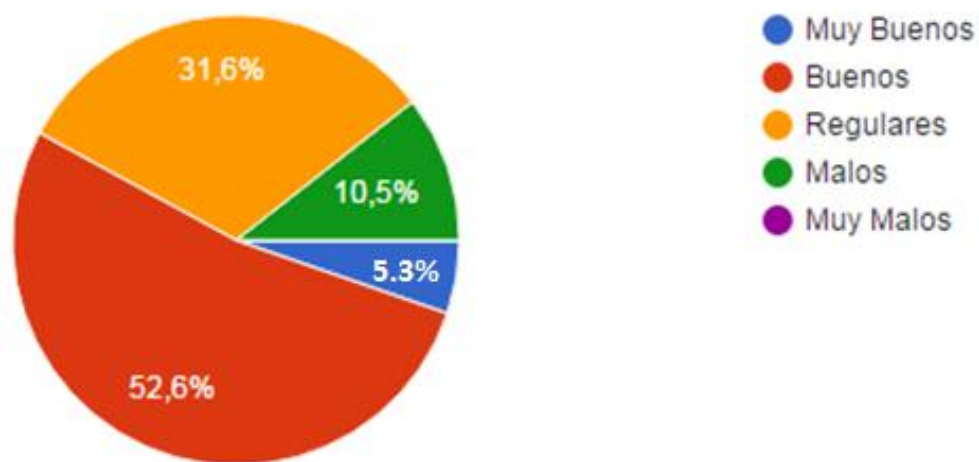


Ilustración 8. Calificación Apoyos didácticos

Fuente: Propia

3- Calificación de profesores encargados de impartir los cursos de educación continua ofrecidos por el CECAV.

Tabla 23. Pregunta 3

CONCEPTO	CONTEO	PORCENTAJE
Muy malos	---	---
Malos	---	---
Regulares	7	11%
Buenos	38	63%
Muy buenos	15	26%

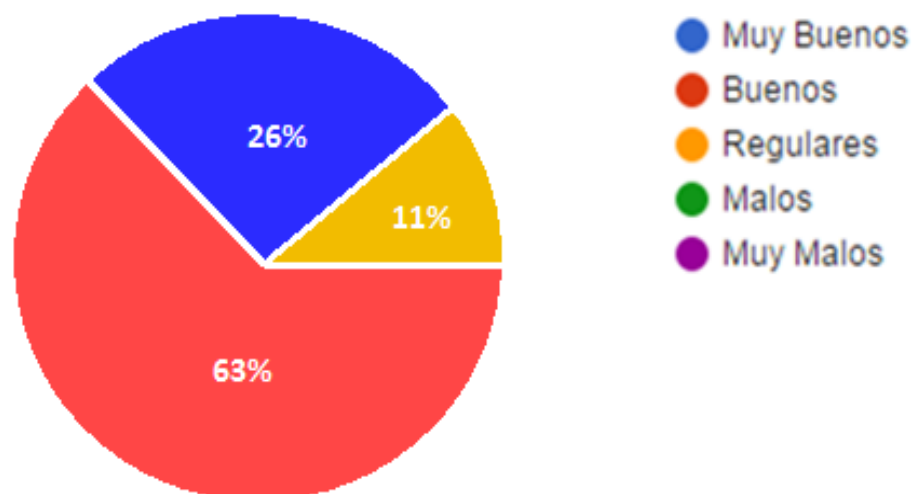


Ilustración 9. Percepción de Profesores CECAV

Fuente: Propia

4- Calificación de los servicios administrativos (proceso de matrícula, información, atención, etc.) por parte del CECAV

Tabla 24. Pregunta 4

CONCEPTO	CONTEO	PORCENTAJE
Muy malos	3	5%
Malos	6	10%
Regulares	12	20%
Buenos	33	55%
Muy buenos	6	10%

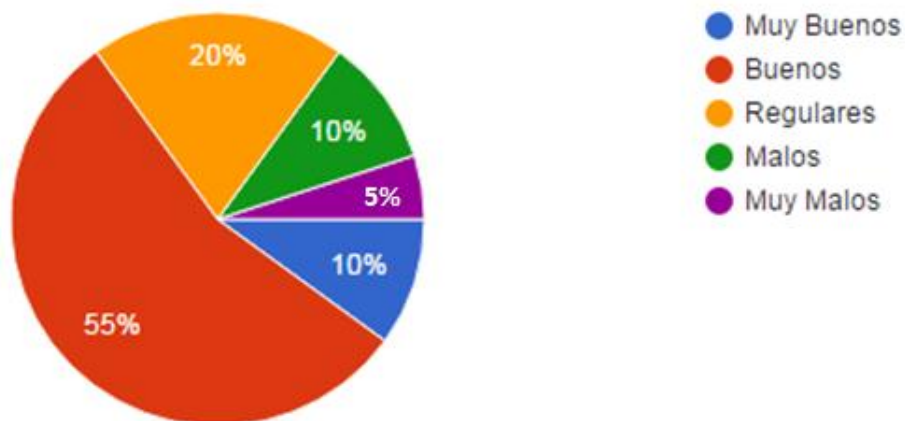


Ilustración 10. Calificación servicios administrativos

Fuente: Propia

5- Percepción de los precios (valor cobrado) de los cursos de educación continua ofrecidos por el CECAV

Tabla 25. Pregunta 5

CONCEPTO	CONTEO	PORCENTAJE
Muy económicos	---	---
Económicos	9	15%
Aceptables	42	70%
Costosos	9	15%
Muy costosos	---	---

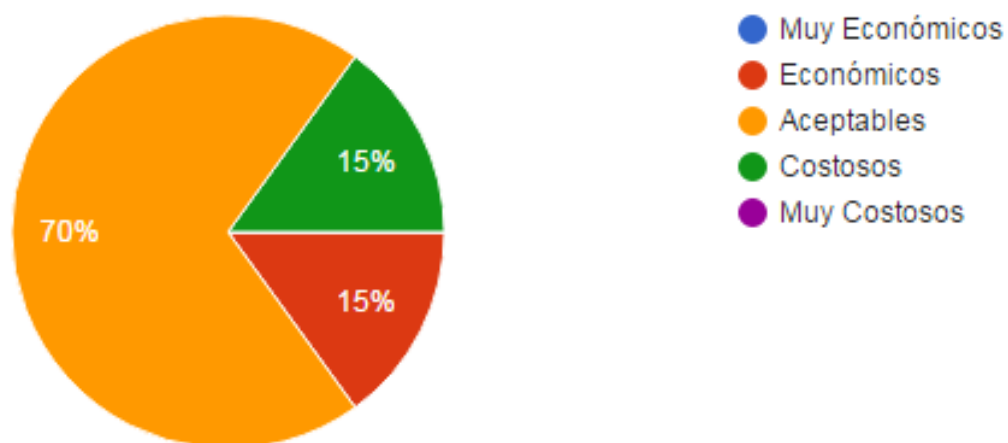


Ilustración 11. Percepción de Precios

Fuente: Propia

PREGUNTAS ABIERTAS

6- Según su experiencia, ¿Volvería a realizar otro curso de educación continua en Unicauca?, ¿por qué razón?

El 85% de los usuarios que han realizado cursos de educación continua en la Universidad del Cauca manifiestan que sí volverían a realizar uno nuevamente, dicen estar conformes con el desarrollo del mismo, debido a que presentan temáticas pertinentes y consideran que realizar un curso en esta universidad es garantizar educación de calidad, en contraste se presenta inconformidad por parte de algunos usuarios quienes consideran que la certificación que se expide no es acorde a los requisitos de formación que se requieren en el mercado y que sería bueno poner a disposición facilidades de financiamiento.

7- ¿Por medio de qué o de quién se enteró del curso que usted realizó?

El 40% de los usuarios mencionan haberse enterado del curso por medios virtuales entre ellos la página web de la Universidad del Cauca y por mensajes recibidos a su correo electrónico, el restante hace referencia en menor medida a afiches, divulgación voz a voz y por medio de información brindada al interior de la Universidad.

8- Exceptuando a Unicauca, ¿En qué otra institución de la ciudad ha tomado o preferiría tomar un curso de educación continua?

El 45% de los usuarios ven como única opción a la Universidad del Cauca y no muestran interés de realizar cursos en otras instituciones, el restante manifiestan opiniones divididas entre distintas alternativas que ofrece la ciudad, entre ellas se destacan la Universidad Autónoma y Acopi.

9- ¿Qué mejoraría de los Cursos de educación continua ofertados por el CECAV?

Se manifiesta que principalmente se debe mejorar en los siguientes aspectos:

- Programar para los cursos fechas y horarios que sean de fácil accesibilidad y aumentar para algunos la frecuencia de su oferta.
- Mejorar las instalaciones donde se realizan los eventos, se perciben muy abandonados los auditorios en distintos aspectos.

- Cerciorarse que los docentes manejen bien el tiempo y los temas para evitar incurrir en jornadas tan largas que en ocasiones no son necesarias.
- Mejorar el material de apoyo, el que se ofrece no satisface las expectativas del usuario.
- Traducción de invitados internacionales y asegurarse que los expositores estén bien preparados para dar sus conferencias.
- Brindar a sus usuarios facilidades de pago.

4.2. ENCUESTA COORDINADORES DE EVENTO

Es de gran importancia conocer la opinión de los Coordinadores de Evento debido a que ellos son quienes realizan las propuestas Educativas al CECAV para su posterior aprobación, se ha determinado plantear de manera aleatoria a algunos de los Coordinadores de evento una serie de preguntas abiertas con el fin de obtener su percepción del CECAV y de sus servicios ofrecidos.

4.2.1. PRESENTACION DE LOS RESULTADOS

1-¿Qué razón lo motivo a proponer el curso o evento?

Análisis de respuestas a pregunta 1:

Se comparte en un 100% que la razón principal es fomentar espacios educativos con temáticas de interés que satisfagan una necesidad del mercado, permitiendo de esta forma afianzar y actualizar los conocimientos de cada uno de los asistentes.

2-¿Considera adecuado el sistema de aprobación de los cursos y eventos, por qué razón?

Análisis de respuestas a pregunta 2:

Aproximadamente el 70% de los Directores de eventos consideran adecuado el sistema de aprobación dentro del CECAV, mencionan no haber tenido inconvenientes, sienten que se cuenta con un adecuado apoyo administrativo para realizar sus trámites, a pesar de esto en contraste un 30% manifiesta que hay falencias que deben ser manejadas, entre ellas hacer pública vía web información que facilite conocer los requisitos, pasos a seguir y el

envío de documentación necesaria para la realización de un curso o evento, haciendo de esta forma más interactivo y ágil el proceso.

3- ¿Se encontró conforme con el apoyo recibido por parte del CECAV durante la etapa de ejecución?

Análisis de respuestas a pregunta 3:

Los puntos de vista de los Coordinadores de Eventos respecto al apoyo recibido por parte del CECAV se encuentran divididos, ya que algunos de ellos perciben que el Centro les presta un acompañamiento parcial.

Por una parte en lo referente a los trámites administrativos manifiestan sentir apoyo y perciben conocimiento por parte del personal a cargo, pero por otro lado respecto al acompañamiento durante la etapa de ejecución se observa la falta de personal que brinde un acompañamiento permanente y completo durante las etapas posteriores a la aprobación.

4- Una vez aprobado el curso o evento, ¿cuál considera usted que debe ser el rol del CECAV en cuanto al mercadeo y promoción del mismo?

Análisis de respuestas a pregunta 4:

La gran mayoría de los Coordinadores perciben la ausencia de recurso humano para esta área, consideran necesaria la inclusión de personal que brinde asesoría, apoyo y oriente de manera correcta la promoción hacia el público objetivo debido a que cada evento presenta necesidades particulares.

También se manifiesta que en la actualidad para el CECAV es difícil tomar un rol más participativo en esta área, debido a que en ocasiones se nota una sobre carga laboral para el personal actual.

Se sugiere que la aprobación y posterior realización de cursos o eventos no se efectúe contra el tiempo ya que es muy difícil manejar una buena promoción de esa forma.

5- Según su experiencia, ¿En general qué aspecto o aspectos mejoraría respecto a la labor desempeñada por el CECAV?

Análisis de respuestas a pregunta 5.

Según los Coordinadores de eventos algunos de los aspectos en los que se debería mejorar son los siguientes:

- Buscar una mayor captación de usuarios externos a la Universidad del Cauca.
- Hacer un mejor y mayor uso de medios virtuales que faciliten el intercambio de información variada y actualizada de sus servicios.
- Pensar en personal de apoyo que realice un acompañamiento de forma permanente e integral.
- Ser más propositivos, ser más líderes presentando más iniciativas propias.
- Parte del dinero que percibe la Universidad del Cauca por concepto de cursos y eventos realizados por el CECAV se debería destinar al constante crecimiento y mejoramiento del Centro.
- Proponer más eventos que generen impacto local y regional.
- Realizar jornadas más grandes que involucren gran parte de la sociedad no siempre poner el aspecto de ingresos en primer lugar.

4.3. MATRIZ DOFA

A continuación emplearemos un símil de la matriz DOFA para poder tener una visión más real de la situación actual del Centro, esperamos saber cómo estamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, la cual nos permite plantear un camino más claro a la consecución de los objetivos planteados.

Este procedimiento nos mostrará con claridad cuáles son nuestras debilidades, nuestras oportunidades, nuestras fortalezas y nuestras amenazas, elementos que al tenerlos claros, nos dan una visión global e integral de nuestra verdadera situación.

FORTALEZAS: son los recursos y características que representan una auténtica ventaja diferencial para el CECAV y por lo tanto hay que sacarles el máximo provecho posible. Son hechos o situaciones que están presentes dentro de la Universidad y que pueden ser potenciados para conseguir metas de progreso y desarrollo. Son capacidades y recursos variados (poder, habilidades, experiencias, conocimientos, recursos, entre otros.) de los que dispone o controla la Universidad.

DEBILIDADES: Son los recursos y situaciones que se encuentran al interior de la Universidad y que representan un actual o potencial desventaja. Estos hechos o situaciones, son expresiones negativas y, por lo general, constituyen un obstáculo para el desarrollo del Centro y para alcanzar sus objetivos. Las debilidades también pueden ser carencias importantes que se tienen y cuya falta limita, dificulta o impide un buen desarrollo.

OPORTUNIDADES: Son hechos o situaciones que están presentes en el exterior de la Universidad y que pueden generar acciones alternativas que favorezcan su desarrollo. También son definidas como posibilidades que ofrece el entorno y que pueden ser aprovechables para la realización exitosa de una estrategia o proyecto.

AMENAZAS: Son riesgos, hechos, situaciones y fenómenos que están presentes en el exterior de la Universidad y que pueden dificultar el logro de los objetivos, producir un impacto negativo o una dificultad substancial en su desarrollo. Son las restricciones que presenta el entorno para la realización de las acciones de un actor, y sobre las cuales éste tiene poco o ningún grado de control. La claridad de los riesgos y amenazas facilita la acción responsable, evita los fracasos y ayuda a asumir las dificultades para convertirlas en oportunidades.

FORTALEZAS:

- La Universidad del Cauca cuenta con Acreditación de calidad.
- Los Programas impartidos por la Universidad del Cauca son percibidos con una excelente imagen y gran prestigio.
- Se podría afirmar que la totalidad de los docentes cuentan estudios de postgrado.
- Instalaciones Universitarias bien dotadas que permiten brindar mejor atención a sus alumnos, en su mayoría ofrecen servicio de parqueadero gratuito.

- Relaciones estables de la Universidad del Cauca con la sociedad.
- Oferta de Cursos y eventos universitarios concienciados con la problemática actual y dispuestos a colaborar con el mejoramiento la sociedad.
- Situación y clima atractivo para la captación de estudiantes nacionales e internacionales.
- El Personal Académico y Administrativo perteneciente al CECAV es relativamente joven y muy bien capacitado para la ejecución de nuevas estrategias.

DEBILIDADES:

- Baja aceptación por parte de los usuarios de un alto número de cursos y eventos durante el año 2015.
- Conocimiento parcial de las necesidades y servicios que demanda la comunidad.
- Los sistemas educativos virtuales están en proceso de convertirse en una alternativa real a la educación tradicional.
- Falta de reglamentación que genere adecuadas barreras de entrada a la formulación de cursos y eventos.
- Baja disponibilidad de recursos propios del CECAV para financiaciones inmediatas.
- El CECAV es relativamente nuevo, por lo que sus procedimientos cuentan con poco tiempo de experiencia y puesta en práctica.
- Falta de reconocimiento del Centro por parte de los estudiantes de Unicauca y la comunidad en general.
- Falta de un diseño estratégico para promoción de sus servicios.
- Poca información documentada para generar un proceso periódico de retroalimentación.
- Dependencia del Coordinador del evento para la elección de Temáticas y asignación de personal docente con perfil idóneo para impartir cursos de interés y alta calidad.
- Cambios reiterados en el cargo de Director de Centro.

OPORTUNIDADES:

- Creación de ofertas académicas hacia nuevos mercados poblacionales.
- Presencia y promoción activa de los cursos y eventos en los medios de comunicación locales y en los Universitarios.
- Aunque actualmente se está avanzado en la implementación de los cursos virtuales, su desarrollo sigue siendo una oportunidad.
- Estudiar qué cursos y eventos hay de carácter obligatorio o que se deban actualizar periódicamente para poder llevar a cabo el ejercicio Profesional en determinadas áreas.
- Generar convenios con empresas interesadas en la capacitación continua de su personal.
- Promoción e Implementación de los cursos homologables.

AMENAZAS:

- Aumento de la oferta educativa de Universidades locales en el mercado de la Educación Continua.
- Migración rápida del modelo de educación presencial al virtual.
- Inestabilidad económica en el núcleo familiar, situación que provoca deserción de personas inscritas.
- Escaso interés de algunos sectores de la sociedad en la Educación continua, abierta y virtual.
- Imposiciones normativas que afectan el adecuado funcionamiento.
- Falta de fuentes externas de financiación para nuestros clientes.
- Creciente oferta académica de Universidades nacionales e internacionales por medio de educación virtual.
- Elevada tasa de profesionales desempleados en nuestra ciudad.

CAPITULO V. DETERMINACION DE LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO

5.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO

5.1.1 OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MERCADEO

Lograr que para el año 2017 el Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV), realice la mayor oferta de cursos y eventos de educación continua desde su puesta en marcha, sin sobrepasar el 10% de cancelaciones.

5.1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Generar un mayor número de propuestas desde el CECAV y estimular los diferentes departamentos de la Universidad del Cauca.
- Generar un mayor reconocimiento del CECAV y los servicios que ofrece a nivel regional.
- Poner en marcha la creación del área de Mercadeo.
- Incrementar la inversión de recursos económicos por parte de la Universidad del Cauca hacia el CECAV.
- Incrementar en al menos el 10% el promedio de usuarios anuales para los eventos y cursos de educación continua.

5.2. Tabla 26. SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS

ESTRATEGIAS
<p>Brindando una distinción o reconocimiento al departamento que el CECAV considere presentó mejores resultados durante el año 2017.</p>
<p>Impulsando la interacción del Centro hacia los usuarios y departamentos de la Universidad por medios virtuales.</p>
<p>Brindando apoyo al talento humano actual del Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual (CECAV) por medio de la inclusión de personal o monitores.</p>
<p>Elaborando una propuesta que sustente la necesidad de inversión de recursos de la Universidad del Cauca hacia el Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual (CECAV).</p>
<p>Ofreciendo incentivos que sean percibidos por los usuarios como valor agregado.</p>

5.3. PLAN TACTICO PARA LAS ESTRATEGIAS

El Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV), para dar cumplimiento a los objetivos establecidos dentro del presente Plan de Mercadeo 2017, debe implementar de manera apropiada las estrategias acompañadas del desarrollo de cada una de las actividades establecidas para tal fin; a continuación se describen:

Tabla 27. Estrategia número 1

OBJETIVO:	Generar un mayor número de propuestas desde el CECAV y estimular los diferentes departamentos de la Universidad del Cauca.		
ESTRATEGIA:	Brindando una distinción o reconocimiento al departamento que el CECAV considere presentó mejores resultados durante el año 2017.		
ACTIVIDADES	INDICADOR	RESPONSABLE	COSTO
Crear espacios de socialización de manera periódica con los departamentos en los que se promueva la creación de propuestas.	Número de espacios de socialización	Encargado(a) de cursos y eventos educación continua	\$300.000
Establecer metas en conjunto con los departamentos en cuanto a la realización de cursos de educación continua.	Número de metas cumplidas	Encargado(a) de cursos y eventos educación continua	\$300.000
Realizar seguimiento hacia el cumplimiento de lo pactado con los departamentos.	Cantidad de seguimientos En curso	Encargado(a) de cursos y eventos educación continua	\$200.000

Tabla 28. Estrategia número 2

OBJETIVO:	Generar un mayor reconocimiento del CECAV y los servicios que ofrece a nivel regional.		
ESTRATEGIA:	Implementando herramientas de interacción hacia los usuarios y departamentos de la Universidad por medios virtuales.		
ACTIVIDADES	INDICADOR	RESPONSABLE	COSTO
Crear un plan de mejoramiento con el apoyo del personal encargado de virtualidad para realizar mercadeo por este medio.	Número de visitantes y seguidores mensuales vía web	Mercadeo/Virtualidad	\$500.000
Elaborar una base de datos de empresas de la región, haciendo llegar una oferta de servicios acorde a las necesidades de capacitación.	Número de Empresas contactadas	Mercadeo	\$400.000
Retomar la publicidad por los medios de comunicación masiva que facilita la Universidad del Cauca. (Televisión, emisora, pagina web, vallas publicitarias, etc.)	Cantidad de personas a las que llegaremos por estos medios	Mercadeo	\$200.000

Tabla 29. Estrategia número 3

OBJETIVO:	Poner en marcha la creación del área de Mercadeo.		
ESTRATEGIA:	Brindando apoyo al talento humano actual del Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual (CECAV) por medio de la inclusión de personal o monitores.		
ACTIVIDADES	INDICADOR	RESPONSABLE	COSTO
Establecer mediante documento escrito el nombre de cada cargo, perfil, habilidades, responsabilidades, especificando de forma detallada las funciones para cada integrante del CECAV.	Documento Elaborado	El asignado por la Dirección	\$400.000
Designar una persona idónea que lidere el área de Mercadeo.	Persona a cargo	Directora	\$1.500.000
Diseñar cronograma de actividades para el área.	Cronograma Elaborado	Mercadeo	\$400.000
Crear alianzas estratégicas al interior de la Universidad.	Numero de alianzas	Mercadeo	\$200.000

Tabla 30. Estrategia número 4

OBJETIVO:	Incrementar la inversión de recursos económicos por parte de la Universidad del Cauca hacia el CECAV.		
ESTRATEGIA:	Elaborando una propuesta que sustente la necesidad de mayor inversión de recursos de la Universidad del Cauca hacia el Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual (CECAV).		
ACTIVIDADES	INDICADOR	RESPONSABLE	COSTO
Establecer los parámetros y criterios que harán parte de la propuesta.	Listado de Parámetros y criterios	Personal CECAV	\$100.000
Designar a un encargado o encargados de diseñar la propuesta.	Persona(s) a cargo	Directora	\$400.000
Establecer un plazo máximo para la entrega o presentación de la propuesta.	Fecha límite	Directora	---

Tabla 31. Estrategia número 5

OBJETIVO:	Incrementar en al menos el 10% el promedio de usuarios anuales para los eventos y cursos de educación continua.		
ESTRATEGIA:	Ofreciendo incentivos que sean percibidos por los usuarios como valor agregado.		
ACTIVIDADES	INDICADOR	RESPONSABLE	COSTO
Estudiar la viabilidad de implementar facilidades de pago o promociones, que sean atractivas para los usuarios.	Cantidad de facilidades de pago o promociones	Personal CECAV	\$300.000
Ofertar con mayor frecuencia aquellos cursos denominados “vacas lecheras”.	Número de cursos a ofertar y frecuencia anual	Encargado(a) de cursos y eventos educación continua	\$500.000
Reevaluar y actualizar el material de apoyo brindado en los cursos.	Documentar mediante informe los cambios en material de apoyo	Encargado(a) de cursos y eventos educación continua / Docentes	\$300.000

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez documentado el Plan de Mercadeo 2017 para el Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual (CECAV) perteneciente a la Universidad del Cauca, es de gran importancia proceder de manera organizada hacia la ejecución de cada una de las estrategias y actividades necesarias para la consecución de los objetivos planteados; a continuación se presentan una serie de conclusiones y recomendaciones con el fin de afianzar algunos aspectos del Plan de Mercadeo.

-Es fundamental la realización de evaluaciones periódicas que permitan hacer un seguimiento adecuado hacia el cumplimiento de las metas propuestas.

-El Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual (CECAV), debe tomar como ventaja competitiva el posicionamiento y buen nombre percibido de los usuarios hacia la Universidad del Cauca, ya que gran parte de ellos la tienen como el referente número uno de las Instituciones de Educación superior del Departamento.

- Hoy en día el CECAV posee información de contacto de clientes actuales y antiguos, es de gran importancia unificarla toda en una base de datos que se convierta en una herramienta valiosa hacia la consecución de más usuarios.

- En la búsqueda de un crecimiento integral es necesario conocer la opinión de los usuarios, la elaboración de un buzón de sugerencias o la aplicación de encuestas son medios apropiados que le permitirán llevarlo a cabo.

- Es importante estipular mediante documento escrito unos plazos mínimos en los que se deben presentar las propuestas, ya que una holgura adecuada permitirá llevar a cabo un correcto manejo del mercadeo y ejecución de los cursos o eventos.

-La Clasificación del Portafolio y elaboración de estrategias se realizó mediante la implementación de un símil de la matriz BCG y DOFA respectivamente, tomando como apoyo los datos arrojados por la investigación realizada en el Análisis interno y externo del presente Plan de Mercadeo.

- Finalmente vale la pena resaltar que la implementación del Plan de Mercadeo requiere un tiempo de adaptación por parte del CECAV, así como también exige el apoyo, participación activa y compromiso por parte de su talento humano.

La realización del presente Plan de Mercadeo es el primero de muchos retos que espero afrontar y culminar con éxito en mi ejercicio Profesional como Administrador de Empresas, a partir de ahora como egresado de la Universidad del Cauca obtengo un compromiso muy grande a nivel personal y con la sociedad, que espero retribuir con una labor que deje huella ya que como lo dice el lema de nuestra Institución “Quién ha de morir deje su luz a la posteridad”.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bell, Martin, L. (1978) Mercadotecnia, conceptos y estrategias, segunda edición. México: Continental.

Kotler, Philip (1998) Fundamentos de Mercadotecnia, cuarta edición. USA: Prentice-hall, Inc.

Fernández, Balinas, Ricardo (2002) Manual para elaborar un plan de mercadotecnia: un enfoque latinoamericano México: International Thompson Editores.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2001) Marketing. Octava edición México: Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Stanton, Etzel y Walker (2004) Fundamentos de Marketing. 13 Edición. México: McGraw Hill.

Fred. D. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. México: Pearson Educación.

Kinnear, C, Thomas, & Taylor.R. James (1998) Investigación de mercados, quinta edición. USA: McGraw-Hill Internacional S.A.

http://148.204.211.134/polilibros/portal/polilibros/P_Terminados/Planeacion_Estrategica_ultima_actualizacion/polilibro/Unidad%20IV/Tema4_5.htm

<https://www.empresayestrategia.com>

<http://dofamatriz.blogspot.com.co/2009/06/matriz-dofa.html>

ANEXOS.



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA, ABIERTA Y VIRTUAL (CECAV)
ENCUESTA DE SATISFACCION USUARIOS

Nombre: _____ **Cel.:** _____

Evento o Curso al que asistió: _____

Reciba de Parte del Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual (CECAV) perteneciente a la Universidad del Cauca un cordial saludo; La presente encuesta fue diseñada con el fin de conocer su grado de satisfacción como usuario, esto con el fin de promover un mejoramiento continuo que contribuya con la Calidad y excelencia de nuestros servicios.

Solicitamos su valiosa colaboración dando respuesta a cada una de las siguientes preguntas:

1- ¿Cómo califica usted las instalaciones físicas en las que se llevan a cabo los cursos de educación continua ofrecidos por el CECAV?

Muy malas
 Malas
 Regulares
 Buenas
 Muy buenas

2-¿Cómo considera usted los apoyos didácticos (materiales, video beam, pantallas, equipo de amplificación, etc.) con los que se desarrollan los cursos de educación continua ofrecidos por el CECAV?

Muy malos
 Malos
 Regulares
 Buenos
 Muy buenos

3-¿Cómo califica usted a los profesores encargados de impartir los cursos de educación continua ofrecidos por el CECAV?

Muy malos
 Malos
 Regulares
 Buenos
 Muy buenos

4-¿Cómo califica usted los servicios administrativos (proceso de matrícula, información, atención, etc.) por parte del CECAV?

Muy malos Malos Regulares Buenos Muy buenos

5-¿Cómo considera usted los precios (valor cobrado) de los cursos de educación continua ofrecidos por el CECAV?

Muy económicos Económicos Aceptables Costosos Muy costosos

6-Según su experiencia, ¿Volvería a realizar otro curso de educación continua en Unicauca?, ¿por qué razón?

SI NO

7-¿Por medio de qué o de quién se enteró del curso que usted realizó?

8-Exceptuando a Unicauca, ¿En qué otra institución de la ciudad ha tomado o preferiría tomar un curso de educación continua?

9-¿Qué mejoraría de los Cursos de educación continua ofertados por el CECAV?

Gracias por responder nuestra encuesta, su valioso aporte contribuirá a nuestra constante labor de ofrecerle Calidad y Excelencia en nuestros servicios.



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA, ABIERTA Y VIRTUAL (CECAV)

ENCUESTA A COORDINADORES DE EVENTOS

Reciba de Parte del Centro de Educación, Continua, Abierta y Virtual (CECAV) perteneciente a la Universidad del Cauca un cordial saludo; Gracias a la gestión realizada por usted como Coordinador de evento deseamos conocer algunos de sus puntos de vista respecto al labor desempeñado por el CECAV, esto con el fin de promover un mejoramiento continuo que contribuya con la Calidad y excelencia de nuestros servicios.

Solicitamos su valiosa colaboración dando respuesta a cada una de las siguientes preguntas:

- 1-¿Qué razón lo motivo a proponer el curso o evento?
- 2-¿Considera adecuado el sistema de aprobación de los cursos y eventos, por qué razón?
- 3-¿Se encuentra conforme con el apoyo recibido por parte del CECAV durante la etapa de ejecución?
- 4- Una vez aprobado el curso o evento, ¿cuál considera usted que debe ser el rol del CECAV en cuanto al mercadeo del mismo?
- 5- Según su experiencia, ¿En general qué aspecto o aspectos mejoraría respecto a la labor desempeñada por el CECAV?

Gracias por responder nuestra encuesta, su valioso aporte contribuirá a nuestra constante labor de ofrecer Calidad y Excelencia en nuestros servicios.