

**PLAN DE MERCADEO PARA EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
DE BIENESTAR INSTITUCIONAL DE LA ACADEMIA SUPERIOR
DE ARTES DE MEDELLÍN**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ
ESCUELA DE POSGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO ESTRATÉGICO
MEDELLÍN
2012**

**PLAN DE MERCADEO PARA EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
DE BIENESTAR INSTITUCIONAL DE LA ACADEMIA SUPERIOR
DE ARTES DE MEDELLÍN**

JAIRO HERNÁN MENESES ORDOÑEZ

**Trabajo de grado para optar al título de
Especialista en Mercadeo Estratégico**

**Asesor:
OSCAR DARÍO BOHÓRQUEZ MARÍN
Magister en Drogodependencias**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ
ESCUELA DE POSGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO ESTRATÉGICO
MEDELLÍN
2012**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellín, Septiembre de 2012

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	9
PRESENTACIÓN	10
1. INTRODUCCIÓN	12
2. OBJETIVOS	14
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	14
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
3. DIAGNÓSTICO DE ESTUDIO Y FACTIBILIDAD	15
3.1. ANTECEDENTES.....	15
4. MARCO TEÓRICO	18
4.1. ¿QUÉ ES EL PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO?	19
5. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	23
5.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	23
5.2. ESTRUCTURA DE BIENESTAR INSTITUCIONAL.....	24
5.3. MAPA DE PROCESOS DE BIENESTAR INSTITUCIONAL	25
6. METODOLOGÍA	26
6.1. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	26
6.1.1. Entrevista colectiva semi-estructurada.....	26
6.1.2. En cuesta	26
6.1.3. Matriz Dofa	27
6.1.4. Grupo Focal.....	27
6.2. ANÁLISIS Y HALLAZGOS DEL DIAGNÓSTICO.....	27
6.2.1. Razones por las cuales la población universitaria no utiliza los servicios de bienestar	28

6.2.2. Intereses, preferencias y expectativas de la población universitaria en cuanto a los servicios que desea recibir de Bienestar Universitario	28
6.3. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS	29
6.4. RECOMENDACIONES	39
7. PROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO PARA EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE BIENESTAR INSTITUCIONAL	43
7.1. INTRODUCCIÓN	43
7.2. OBJETIVO GENERAL	43
7.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	44
7.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	44
7.4.1. Portafolio de Servicios de Bienestar Institucional	44
7.4.2. Plan de medios para Bienestar Institucional	45
7.4.3. Cronograma anual de Bienestar Institucional	49
7.4.4. Presupuesto sugerido	50
8. BIBLIOGRAFÍA	52
ANEXOS	53

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Academia Superior de Artes.....	23
Figura 2. Estructura.....	24
Figura 3. Mapa de Procesos	25
Figura 4. Portafolio de Bienestar.....	44

LISTA DE GRÁFICAS Y TABLAS

Gráfica 1.	32
Gráfica 2.	32
Gráfica 3.	33
Gráfica 4.	33
Gráfica 5.	34
Gráfica 6.	34
Gráfica 7.	35
Gráfica 8.	36
Gráfica 9.	36
Gráfica 10.	37
Gráfica 11.	38
Gráfica 12.	38
Tabla 1. Plan de medios.	45
Tabla 2. Cronograma.....	49
Gráfica 13.	51

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Acta de la reunión	53
ANEXO 2. Modelo de encuesta	57
ANEXO 3. Resultados, sistematización, fórmulas y gráficas de las encuestas	60
ANEXO 4. DOFA de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín	80
ANEXO 5. Respuestas del Grupo Focal	82
ANEXO 6. Matriz de rastreo de instituciones de educación superior homologas en Medellín que ofrecen Servicios de Bienestar	84
ANEXO 7. Portafolio de Bienestar Institucional	88

RESUMEN

En este documento queda plasmada una investigación realizada a través de la metodología DRP, cuya meta será la construcción del Plan de Mercadeo para el Direccionamiento Estratégico de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín; para ello se realiza un diagnóstico sobre las condiciones actuales de la institución y el área de Bienestar Institucional en el contexto educativo, se define el problema, se plantea el objetivo general y los objetivos específicos, el campo de acción, las estrategias y resultados esperados.

El plan de mercadeo se realiza teniendo en cuenta el análisis bibliográfico, antecedentes de la institución y las características del entorno en el cual desarrolla sus labores el área de Bienestar Institucional de Academia Superior de Artes. Se definen el mecanismo de aplicación del plan y los indicadores de seguimiento de resultados.

PRESENTACIÓN

Hablar de la Academia Superior de Artes, es hablar de conocimiento, de posibilidades, de pujanza, de tenacidad, pero sobretodo de oportunidad, aquella que quiso dar doña Gabriela Marulanda de Uribe, a las mujeres de Antioquia y Medellín, cuando un 15 de Junio en el año de 1962, impulsó una Institución de Educación Superior, con el objeto de impartir formación en las bellas artes, orientación familiar y comercio, con dos propósitos fundamentales, dar respuesta en esa época a las demandas del medio empresarial y en especial privilegiar y posicionar a la mujer en el campo productivo.

Hoy, la Academia Superior de Artes, 50 años después, se perfila como una de las mejores Instituciones de Educación Superior de Carácter técnico profesional y tecnológico en la ciudad de Medellín, donde su objetivo trazado es continuar formando estudiantes de calidad en los programas de diseño, arte y programas complementarios, de tal forma que tengan un valor agregado frente a otros estudiantes del medio, no sólo por sus conocimientos sino por sus valores éticos y morales, valores que son fundamentados en el establecimiento.

Para fortalecer dichos propósitos y cada uno de los componentes que hacen parte de la estabilidad de quienes conforman la comunidad académica, se hace necesario, construir un Plan de Mercadeo para el Direccionamiento Estratégico de Bienestar Institucional de la Academia Superior de artes de Medellín, de tal manera que se pueda identificar el interés de productos y servicios en esta área y que junto al documento de marketing, se conviertan en la carta de navegación para el desarrollo y buen funcionamiento de las estrategias y propósitos trazados desde esta dependencia.

La construcción de este Plan de Marketing, ha contado con el apoyo y el aval tanto de las directivas de la Institución, como de quienes conforman la comunidad educativa en general; para ello se realiza un diagnóstico sobre las condiciones actuales de la Jefatura de Bienestar Institucional, en el contexto educativo, se define el problema, se plantea el objetivo general y los objetivos específicos, el campo de acción, las estrategias y resultados esperados. El Plan de Mercadeo se realiza teniendo en cuenta el análisis bibliográfico, antecedentes de la institución y del Área de Bienestar y las características del entorno en el cual desarrolla sus labores. Se definen el mecanismo de aplicación del plan y los indicadores de seguimiento de resultados.

Ahora bien, la elaboración y vinculación de elementos de marketing, en esta área del estamento educativo, se convierten en una ayuda fundamental, para la fidelización de los clientes en este caso, de la comunidad educativa, así mismo se identifican propiamente cuáles pueden ser los servicios que pueden llamar la atención y que esperan los estudiantes, egresados, docentes, administrativos y directivos del Bienestar Institucional.

1. INTRODUCCIÓN

Continuamente en el ambiente globalizado que se enfrenta hoy en día, encontramos que con frecuencia surgen instituciones educativas con propuestas tradicionales o innovadoras, que una vez en el mercado, ejercen competencia directa o indirecta, tomando una porción del mercado objetivo; esto ha permitido definir su modelo para ofertar los servicios en la Academia Superior de Artes.

Los modelos pedagógicos son fundamentales para garantizar la formación del estudiante, sin embargo las actividades relacionadas con marketing deben estar íntimamente ligadas con el proceso curricular, ya que en la sociedad actual en la que vivimos y el gran proceso de globalización, la una contribuye al fomento de la otra; solo de esta manera se mantiene en forma continua una oferta educativa actualizada y adaptada a las necesidades del cliente que para efectos del presente plan es la comunidad académica en general, que en el caso de la Academia Superior de Artes contempla a los estudiantes, docentes, egresados, administrativos y directivos.

La permanencia y el buen ambiente institucional, juegan un papel fundamental en todo el proceso del mercado, es por esto que el bienestar, conjuga todas las prácticas de un marketing mix, para llegar a la fidelización del cliente y ha generar una masiva publicidad del voz a voz.

El Área de Bienestar Institucional, tendrá que garantizar a través de sus servicios, que la comunidad académica en general, permanezca en un ambiente debido, además de generar los espacios de esparcimiento y educación en temas sociales y unidad.

Para llegar a este punto es necesario saber, cuales son los servicios que posiblemente pueden generar esa estabilidad y junto a un previo análisis, definir un plan de mercadeo, que sea la carta de navegación para el área de Bienestar Institucional, donde se defina cuáles son los mejores servicios a prestar y que sirvan de fidelización de los clientes.

Es importante primero la indagación del entorno social del plantel educativo, así mismo el estudio previo de los posibles clientes.

Cabe resaltar que es fundamental conocer la estructura jerárquica de la Institución y en qué posición se encuentra el Área de Bienestar Institucional, esto será de gran ayuda para al finalizar el presente documento definir con claridad las estrategias a desarrollar.

Con el cronograma, presupuesto y estrategias, se dará por terminado este documento, que sin lugar a dudas contribuirá al Bienestar Institucional, además de convertirse en un soporte ante el Ministerio de Educación Superior, estamento que regula las Instituciones de Educación Superior como la Academia Superior de Artes de Medellín.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de Mercadeo para el direccionamiento estratégico de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín, a partir de un diagnóstico rápido participativo.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar un documento con los resultados del DRP, que sirva de carta de navegación en los correctivos que haya que realizar y los aspectos por fortalecer, dentro del direccionamiento estratégico de los planes trazados en el área de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes. Aquí denotará las razones por las cuales la comunidad académica no utiliza los servicios de Bienestar Institucional, así mismo los intereses, preferencias y expectativas, en cuanto a los servicios que desean recibir.
- Estructurar un portafolio de servicios de Bienestar Institucional, acorde a las necesidades, intereses y expectativas de la población académica.
- Diseñar una estrategia de divulgación efectiva para llegar a los diferentes tipos de usuarios de Bienestar Institucional.

3. DIAGNÓSTICO DE ESTUDIO Y FACTIBILIDAD

3.1. ANTECEDENTES

Para la construcción de los antecedentes del presente documento, se hizo necesario dentro del trabajo de campo, convocar a las diferentes direcciones de la Institución, (académica, investigación, extensión y financiera y administrativa, de donde hace parte el área de Bienestar Institucional); con quienes se realiza una identificación de los antecedentes que pueden influir en el Bienestar Institucional. Como conclusión del encuentro salieron los siguientes aportes, los cuales también quedaron registrados a través de acta de Dirección Financiera y Administrativa número 012 del 04 de junio de 2012.

- La Academia Superior de Artes en los últimos semestres ha mostrado un comportamiento estable en la curva de demanda, lo cual indica que no ha incrementado en forma notoria el ingreso de estudiantes a sus aulas.
- El área de Bienestar Institucional cuenta con un plan estructurado, que debe ser evaluado continuamente para adaptarlo a las condiciones actuales del entorno.
- La Academia Superior de Artes cuenta con un portafolio de programas atractivos para los interesados en carreras artísticas con importante proyección laboral, estos deben complementados con estrategias desde el área de bienestar, que permitan, fortalecer sus procesos dentro de su permanencia en la Institución, de tal forma que al salir de la misma se genere una buena imagen y comunicación externa.

- No se cuenta con investigaciones de mercado estructuradas respecto a preferencias en cuanto a programas y horarios, las cuales se realicen desde el área de Bienestar Institucional y por tanto ayuden a evidenciar claramente las necesidades del entorno, específicamente de la comunidad educativa.
- La competencia en el área que se desempeña bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes es relativamente alta, lo cual muestra que para fidelizar el cliente es necesario crear estrategias que logren mayor posicionamiento entre otras instituciones educativas homólogas de la ciudad de Medellín.
- Falta generar una mayor oferta en el portafolio de servicios de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín, que permita generar el incentivo de la comunidad educativa.
- Si bien es cierto que el modelo de la Institución va ligado con el arte y el diseño, se hace necesario que los servicios que preste bienestar sean enfocados en el mismo modelo, que sean fortaleza para las experticias de la comunidad académica.
- Falta generar estrategias de comunicación, que permitan difundir cada una de las actividades y servicios que presta Bienestar Institucional en la Academia Superior de Artes de Medellín.
- El área de Bienestar Institucional, no cuenta con insumos necesarios para desarrollar las actividades y prestar sus servicios, se hace necesario generar estrategias para de forma lenta por lo menos se inicie la consecución de los mismos.

- Debe generarse una política de integración, para que las otras direcciones de la Academia Superior de Artes contribuyan al desarrollo de las estrategias de Bienestar Institucional.
- Es importante generar de forma más masiva los espacios de salud ocupacional, esto también permite un ambiente o clima institucional diferente y mejor.
- Se hace necesario construir un Plan de Mercadeo que sea la carta de navegación del direccionamiento estratégico para la prestación de los servicios en el área de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín.

4. MARCO TEÓRICO

Toda institución debe diseñar planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la institución.

También es importante señalar que la institución debe precisar con exactitud y cuidado la misión que va a regir, la misión es fundamental, ya que esta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y va a suministrar a los consumidores.

La Planificación Estratégica constituye un sistema gerencial que desplaza el énfasis en el “qué lograr” (objetivos) al “qué hacer” (estrategias). Con ella se busca concentrarse en aquellos objetivos factibles de lograr y en qué negocio o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una institución tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros.

Sallenave (1991), afirma que “La Planificación Estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. No es un

dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa”.

La Planificación Estratégica tiene por finalidad producir cambios profundos en los mercados de la organización y en la cultura interna.

La planeación estratégica exige cuatro fases bien definidas: formulación de misión, objetivos organizacionales; análisis de las fortalezas y limitaciones de la institución; análisis del entorno; formulación de estrategias.

4.1. ¿QUÉ ES EL PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO?

El plan de marketing es una herramienta de gestión por la que se determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar unos objetivos determinados. Así tenemos que el Plan de marketing forma parte de la planificación estratégica de una compañía y sus dependencias.

No podemos olvidar que no debe ser una actividad aislada, sino, por el contrario debe estar perfectamente unida al resto de departamentos de la institución (Finanzas, mercadeo, calidad, personal etc.)

El plan de marketing es una herramienta que nos permite marcarnos el camino para llegar a un lugar concreto. Difícilmente podremos elaborarlo si no sabemos dónde nos encontramos y a donde queremos ir. Este es, por lo tanto, el punto de partida.

Debemos preguntarnos:

- Dónde está la institución en estos momentos.
- En qué posición esta bienestar Institucional.
- A dónde vamos.
- A dónde queremos ir.

Ahora bien lo anteriormente mencionado sin olvidar que la Academia Superior de Artes a lo largo de estos 50 años, ha sido testigo de importantes retos y logros, desarrollados por un buen número de estudiantes, docentes, egresados y personal administrativo que caminan y han caminado por las instalaciones y que permiten visibilizar a la institución como una de las más importantes de Medellín en el campo de la Educación Técnica Profesional y Tecnológica.

Sin embargo, la Institución continúa en su transcurso de crecimiento, tratando de fortalecer los procesos institucionales, acordes a las normativas estipuladas por el Ministerio de Educación Nacional por el cual se rige y cumpliendo con los estándares de calidad propios del mismo.

Dentro de estos se enmarca el Bienestar Institucional en la ley 30 de 1992, donde en el Artículo 117 manifiesta: “Las instituciones de Educación Superior deben adelantar programas de bienestar, entendidos como el conjunto de actividades que se orientan al desarrollo físico, psicoafectivo, espiritual y social de los estudiantes, los docentes y el personal administrativo”, referencia que hace al papel del Consejo de Educación Superior (CESU) en la determinación de políticas de bienestar, así mismo hace referencia a la creación del Fondo de Bienestar Universitario, administrado por el ICFES.

En el artículo 118, contempla, “cada institución de Educación Superior destinará por lo menos el 2% de su presupuesto de funcionamiento para atender adecuadamente su propio bienestar universitario”. Vale la pena anotar que el Decreto 80 hacía referencia al 2% de los ingresos corrientes.

La Ley 30 aporta el surgimiento de tres elementos nuevos:

- El sentido comunitario del bienestar, que crea unidad de propósitos, conciencia colectiva de pertenencia y mejores relaciones entre las personas y entre éstas y su entorno social y ecológico.
- El bienestar, como derecho de las personas y de los grupos que conforman la Universidad, hace que tanto las personas como las instituciones se sientan responsables de lograrlo.
- La participación activa de todos los miembros de la comunidad universitaria en el proceso desencadena un sentido de solidaridad con el bienestar integral.

Todos estos elementos, han permitido un continuo mejoramiento dentro de los procesos institucionales de Bienestar en la Academia Superior de Artes, sin embargo, en aras de fortalecer los mismos y consolidar los planes trazados, se hace necesario realizar un Plan de Mercadeo, donde se evidencien las estrategias a seguir, que contribuyan a fortalecer el Direccionamiento Estratégico de Bienestar Institucional.

Es bueno dentro de este documento tener claro en su marco teórico, todas estas instancias y aportes por las cuales se rige tanto la Academia Superior de Artes

como el área de Bienestar Institucional, de esta manera tendremos un punto de partida para el trabajo de campo y desarrollo del Plan de Mercadeo que se está exponiendo.

5. SEGMENTACION DEL MERCADO

Teniendo en cuenta las características geográficas, demográficas, culturales, de género, etc., Se define para la Academia Superior de Artes la siguiente segmentación del mercado:

- Hombres y mujeres, entre los 16 y 60 años, con Nivel Socio Económico 2, 3 y 4, ubicados en el Departamento de Antioquia, especialmente en la ciudad de Medellín.
- Población: 600 estudiantes (aproximadamente)

5.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Dirección: calle 43 No 78-40, Barrio Laureles - Medellín - Antioquia

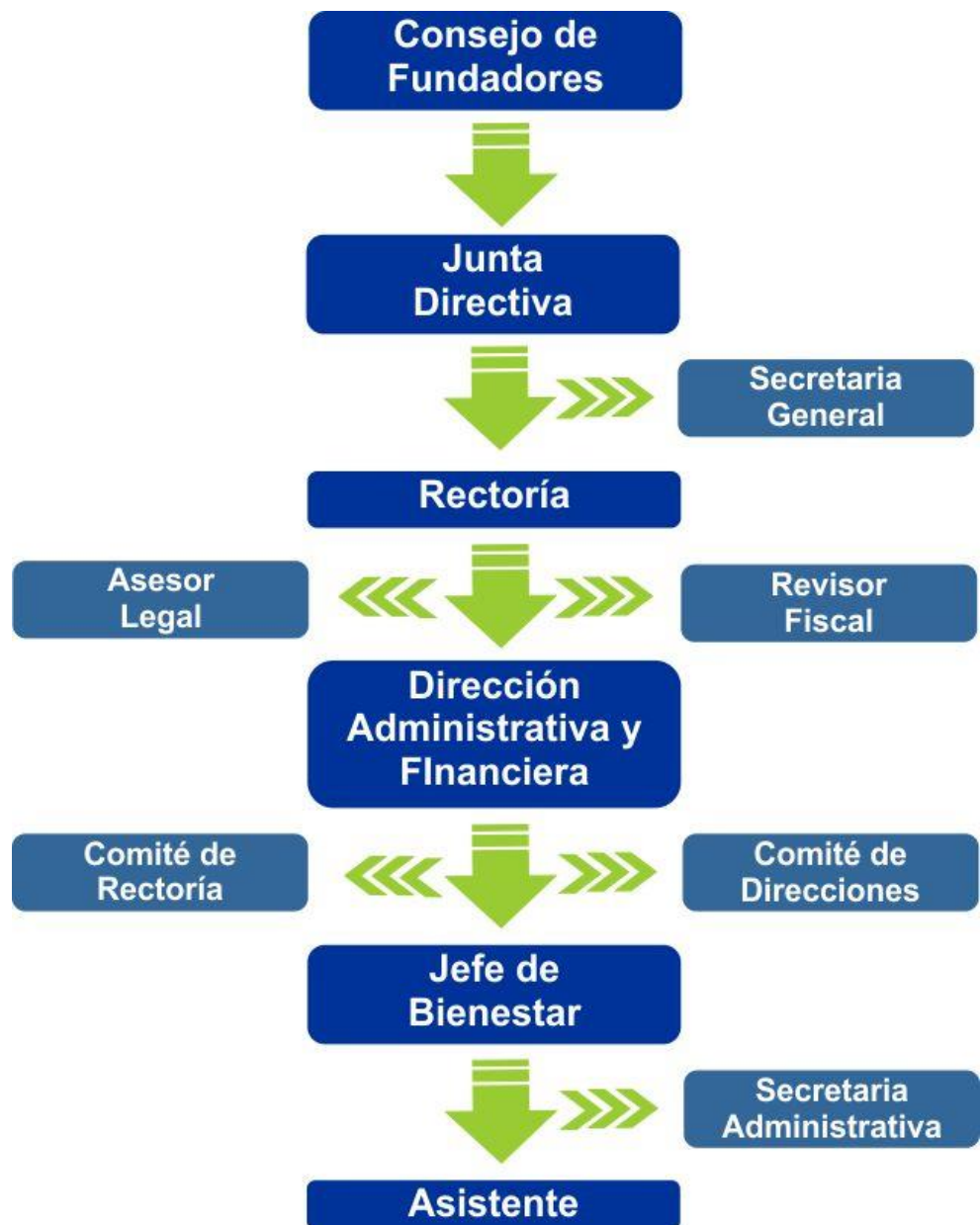
Figura 1. Ubicación Academia Superior de Artes.



5.2. ESTRUCTURA DE BIENESTAR INSTITUCIONAL

El Departamento de Bienestar Institucional en la Academia Superior de Artes de Medellín, se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Figura 2. Estructura



5.3. MAPA DE PROCESOS DE BIENESTAR INSTITUCIONAL EN LA ACADEMIA SUPERIOR DE ARTES DE MEDELLÍN.

El del Mapa de Procesos de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín, maneja cuatro aéreas fundamentales como son: Salud Física y Mental, Deporte y Recreación, Arte y Cultura y Promoción Socioeconómica.

Figura 3. Mapa de procesos



6. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del siguiente trabajo se empleó la metodología D.R.P. (Diagnóstico, Rápido Participativo).

6.1. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

6.1.1. Entrevista colectiva semi-estructurada

Dentro de la metodología utilizada, se realizó una reunión con los directores de cada una de las dependencias que conforman la Academia Superior de Artes, acompañados también por el Jefe de Bienestar Institucional y convocada por la Dirección Financiera y Administrativa; aquí se determinaron los posibles antecedentes para la construcción del presente Plan de Mercadeo. *Ver Acta en Anexos 1*

6.1.2. Encuesta

Direccionadas a integrantes de la comunidad educativa, distribuidas de la siguiente manera:

Clasificación	Número de Encuestas
Estudiantes	50
Docentes	15
Administrativos	12
Directivos	3
Egresados	20

TOTAL ENCUESTAS 100

Ver copia de formato de encuesta y resultados Anexo 2 y 3

6.1.3. Matriz DOFA

De acuerdo a los datos históricos existentes al seguimiento de matrices de rastreo de información, de competencia directa e indirecta y de observaciones a instituciones homologas desde las Jefatura de Bienestar, se realiza un análisis DOFA, con la colaboración y aporte de la Dirección de Investigación, de la Academia Superior de Artes de Medellín. *Ver copia y resultados Matriz DOFA, Anexo 4*

6.1.4. Grupo Focal

Se realizaron dos reuniones dirigidas con estudiantes de primer semestre y último semestre respectivamente, para conocer sobre sus pensamientos de cómo ven actualmente Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes y como quisieran ver esta dependencia. El encuentro quedo grabado en formato video que reposa en el área de Bienestar Institucional. *Ver resultados y conclusiones grupo focal en Anexos 5*

6.2. ANÁLISIS Y HALLAZGOS DEL DIAGNÓSTICO

Dentro del trabajo de campo realizado con la Metodología DRP, se lograron observar diferentes hallazgos, los cuales se evidencian en los resultados ubicados

en los anexos del presente documento. Resalto los cuales fueron el punto de inicio como objetivos específicos:

6.2.1. Razones por las cuales la población universitaria no utiliza los servicios de Bienestar.

Si bien es cierto que se realizan desde el área de bienestar Institucional, actividades y servicios, estos no han tenido ningún cambio que motive a la comunidad académica.

Las estrategias propuestas desde esta área se rigen solo por el común, cuando desde Bienestar debería existir planes que no solo entusiasmen a la población sino se garantice un acertado clima Institucional, que además ayude a fomentar y fortalecer la marca de la empresa.

Así se manejen desde el Área de Bienestar Institucional, varias poblaciones entre ellas, estudiantes, docentes, administrativos, directivos, egresados, es importante adoptar estrategias que unan toda la comunidad académica, del mismo modo se necesitan de estrategias individuales que motiven cada población.

6.2.2. Intereses, preferencias y expectativas de la población universitaria en cuanto a los servicios que desea recibir de Bienestar Universitario.

Después de realizar el trabajo de campo para obtener la información requerida, se observe, como diferentes integrantes de la Comunidad Académica de la Academia Superior de Artes de Medellín, esperan un importante cambio en el manejo estratégico de Bienestar en esta institución.

Muchos de ellos anhelan que en dicha Alma Mater, se desarrollen actividades tendientes a mejorar la estabilidad, tanto física como emocional de quienes integran la academia.

Creen que al ser una institución enfocada en el diseño y la artes, debería de haber mucha creatividad desde esta área, en estrategias sencillas como construcción de cursos artísticos, actividades culturales y educativas y porque no de recreación y diversión.

Resaltaban que verían motivados con la aplicación de servicios y campañas de salud, pero con un toque artístico y que las integraciones por ejemplo deberían convertirse en espacios para la poesía, la música, las tertulias y los pequeños ágapes.

Manifestaron que les gustaría ver carteleras llenas de colores y saludos de esperanza, con un toque de diseño y moda y que de vez en cuando sería bueno un buen pensamiento a través de los correos, canal de comunicación directo con cada integrante de la comunidad académica.

6.3. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS

“La atención y el servicio al cliente es responsabilidad de todos y cada uno de los miembros de su equipo de trabajo”.

El marketing tradicional ha tocado techo. Para tener hoy éxito institucional (y en el marketing) necesitamos crear ventajas claras para nuestros clientes. Saber realmente quiénes son nuestros competidores y dónde estarán en unos años.

Sorprender a los clientes, hacer cosas que no hacen los competidores, hacer que el cliente esté contento. Se trata de conseguir y mantener (fidelizar) al cliente; debemos fijar los valores de nuestra compañía y sus áreas, los objetivos y nuestra visión de futuro. (Philip Kotler).

En la Institución y por ende en el área de Bienestar Institucional, el cliente es lo mas importante” una premisa que debería ser piedra angular de todas compañías y dependencias, pero que para muchas instituciones latinoamericanas no pasa de ser mas que un cliché pasado de moda. Infortunadamente, aún en épocas donde las instituciones deberían ser más proactivas en su trato para con sus clientes, muchas de ellas actúan como si les estuviesen haciendo un gran favor al permitirles adquirir sus productos.

No obstante, la globalización de los mercados, el comercio electrónico y la alta competitividad, están haciendo que este estilo de instituciones se encuentren en vía de extinción.

Lo cierto es que las mejores compañías en el mundo han sido fundadas sobre esta premisa: La atención y el servicio al cliente son su mayor obsesión. Quienes se están a la vanguardia en sus campos de acción son aquellas para las cuales la satisfacción del cliente es la fuerza motriz más importante.

El nivel de utilidades es representativo de qué tan bien las personas que forman parte de la institución están trabajando en el cumplimiento de dicho propósito. Si las utilidades están muy lejos de ser lo que usted esperaba, entonces debe tomar el tiempo necesario para examinar todos los aspectos que de una u otra manera influyen en la creación y el mantenimiento de nuevos clientes: aspectos como la

calidad y el precio del producto, las técnicas de mercadeo y ventas, y sobre todo, la atención, el bienestar y el servicio al cliente.

Recordemos que son las personas las encargadas de llevar satisfacción al cliente, no son las máquinas, o los papeles, las estrategias o las oficinas; son los gerentes, los asesores y los representantes de ventas. La atención y el servicio al cliente es responsabilidad de todos y cada uno de los miembros de su equipo de trabajo. Como instituciones debemos asegurarnos que en nuestras instituciones existe ese entendimiento.

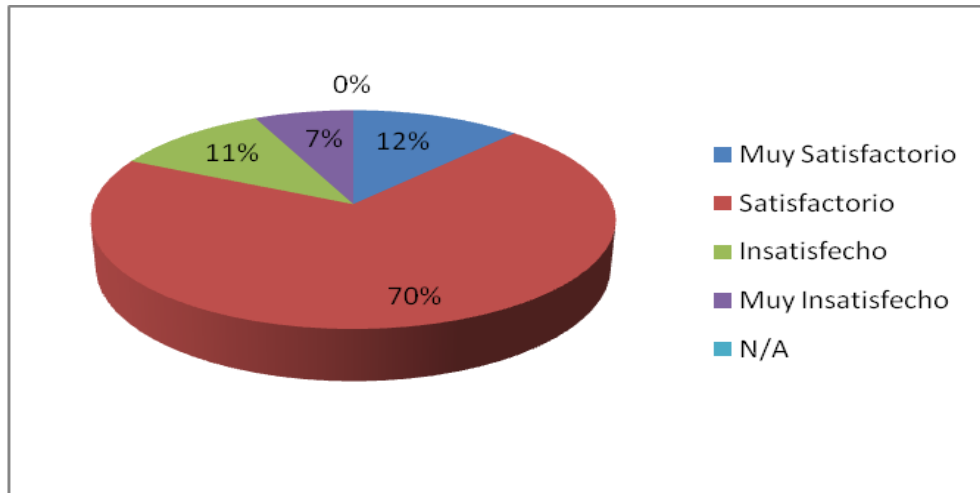
También es importante comprender que será imposible para una persona desmotivada, o poseedora de una pobre actitud, prestar un gran servicio. Al invertir en la motivación de sus colaboradores estará invirtiendo en la atención de sus clientes.

Queda claro entonces que nuestra meta va enfocada al cliente, a su fidelización, en este caso a toda la comunidad académica, trabajo que dependerá en esta oportunidad por la dependencia que estamos trabajando, Bienestar Institucional.

Referente a las conclusiones de la encuesta podemos deducir:

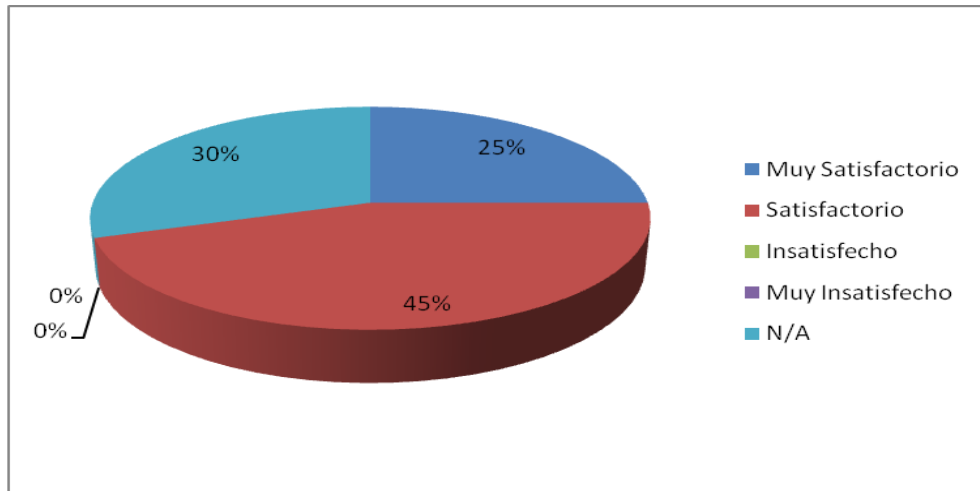
En general la mayoría de las personas encuestadas (70%), afirman estar satisfechas con los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes. Del 100% de las personas que dicen estar satisfechas el 61,4% son mujeres entre todas las categorías y el 68,57% son estudiantes o pertenecieron a la comunidad estudiantil, en este punto se encuentran incluidos los estudiantes sin distinción de género. (Ver gráfica 1).

Gráfica 1.



Para el 30% correspondiente la comunidad académica no aplicaba este punto, no obstante se puede apreciar que para los estudiantes, incluidos quienes ya no pertenecen a la institución, el servicio prestado por el carné estudiantil es satisfactorio. (Ver gráfica 2).

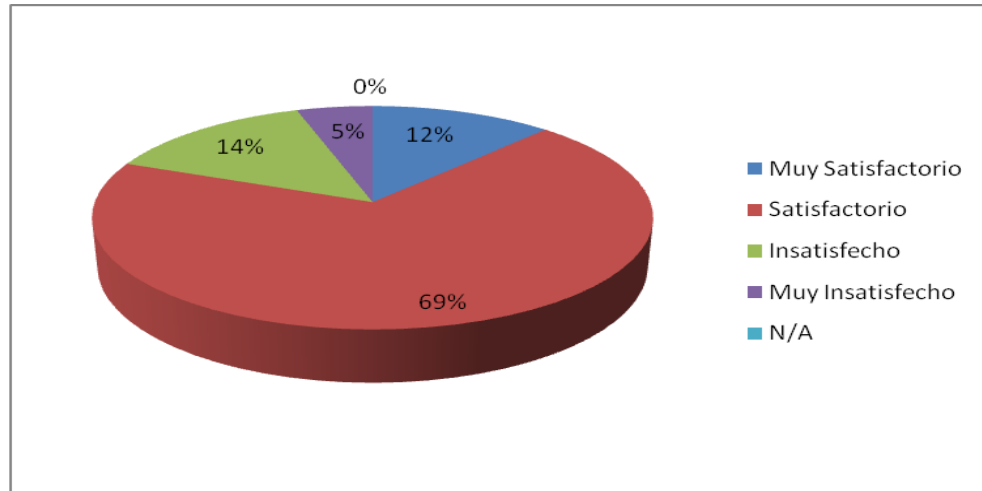
Gráfica 2.



Un 14% de la población se encuentra insatisfecho con los programas de

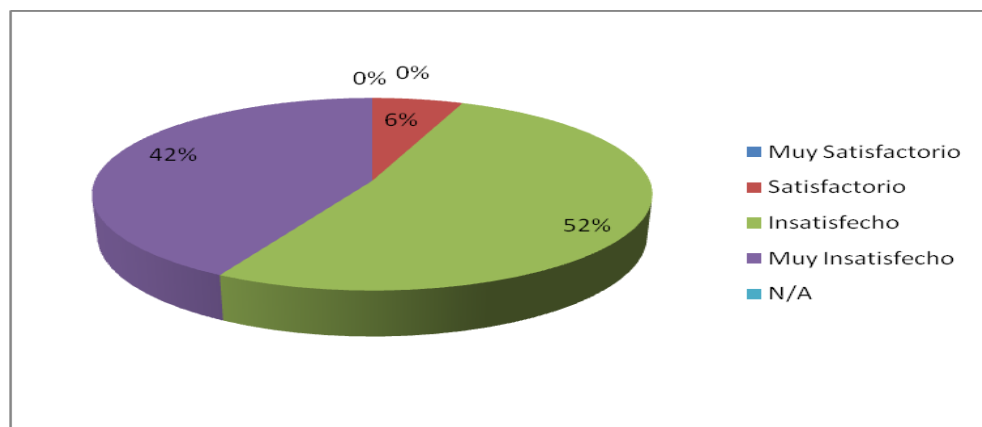
promoción y prevención. De la totalidad de la población insatisfecha, el 57,14% son hombres. (Ver gráfica 3).

Gráfica 3.



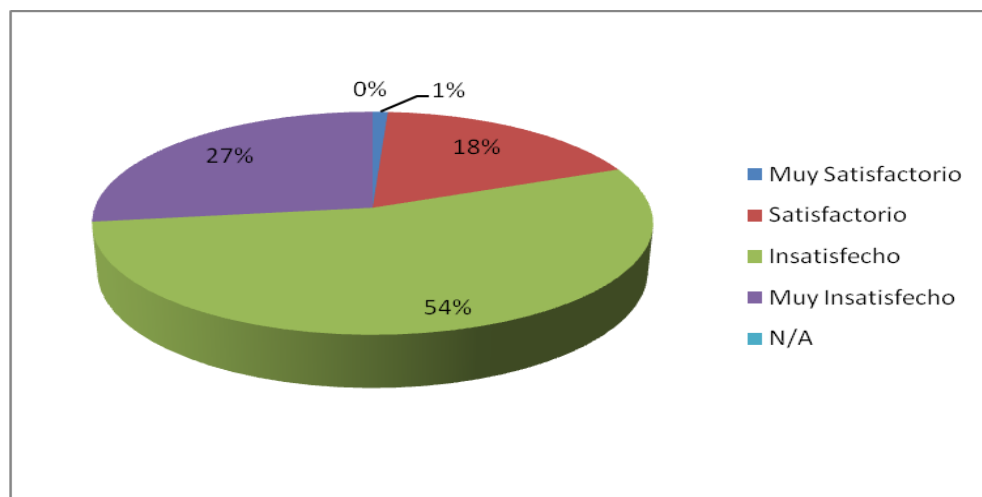
Más de la mitad de los encuestados se encuentran insatisfechos con los servicios prestados por el programa de salud ocupacional, y el 42% muy insatisfechos, evidenciando la falta de prácticas para la comunidad académica de aspectos como pausas activas, implementos ergonómicos, etc. En general las mujeres se encuentran más insatisfechas que los hombres, alcanzando un 57,69% del 100% que marcó esta respuesta. (Ver gráfica 4).

Gráfica 4



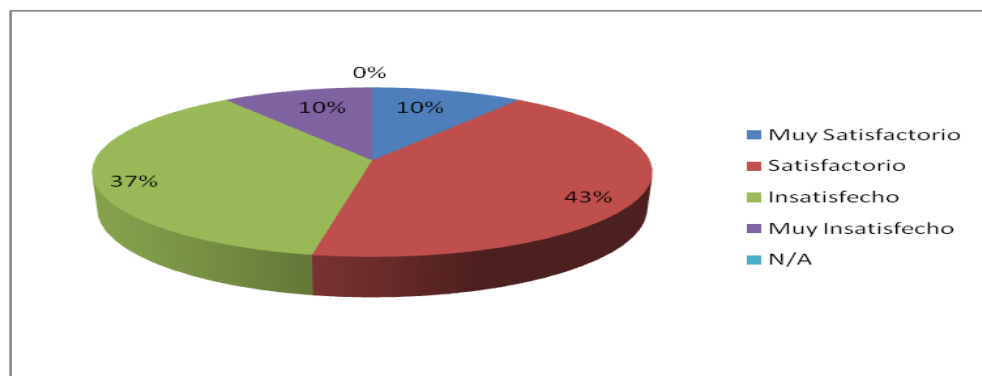
En la Gráfica 5 se puede observar que el nivel de insatisfacción en el programa de Recreación y Deporte, supera el 50% de la población académica seleccionada en la muestra, seguido de un 27% que manifiesta estar muy insatisfecho con este aspecto. Del 18 por ciento que dice estar satisfecho con el programa de Recreación y Deporte, el 16,66% tiene vínculo laboral con la Academia, el porcentaje restante equivale a estudiantes y egresados

Gráfica 5



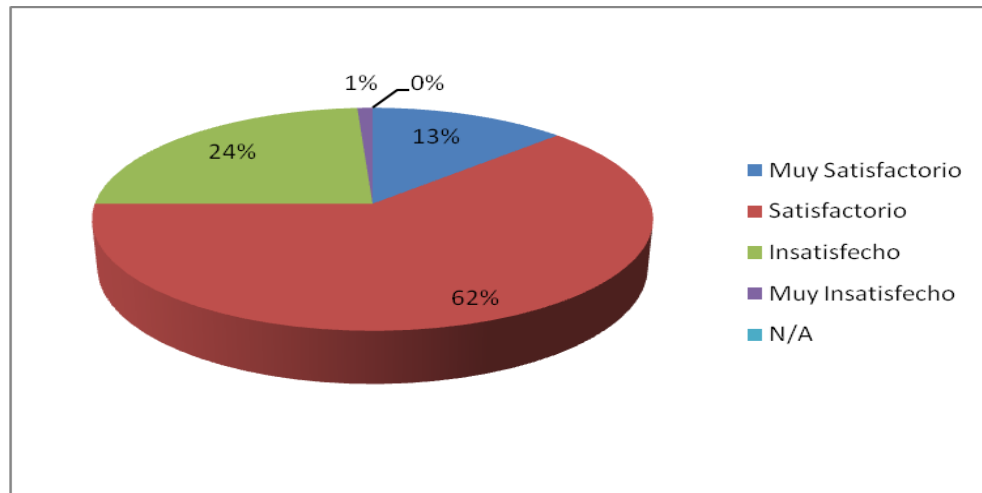
El nivel de mucha satisfacción y mucha insatisfacción mantiene la proporción, dividiendo las opiniones, no obstante, para el 43% de la comunidad académica, son satisfactorios los programas de promoción socioeconómica.

Gráfica 6



Al igual que en los puntos anteriores, como se puede observar en la gráfica 7, predomina la satisfacción en las mujeres, aunque hay que tener en cuenta que éstas fueron mayoría a la hora de aplicar la encuesta.

Grafica 7.

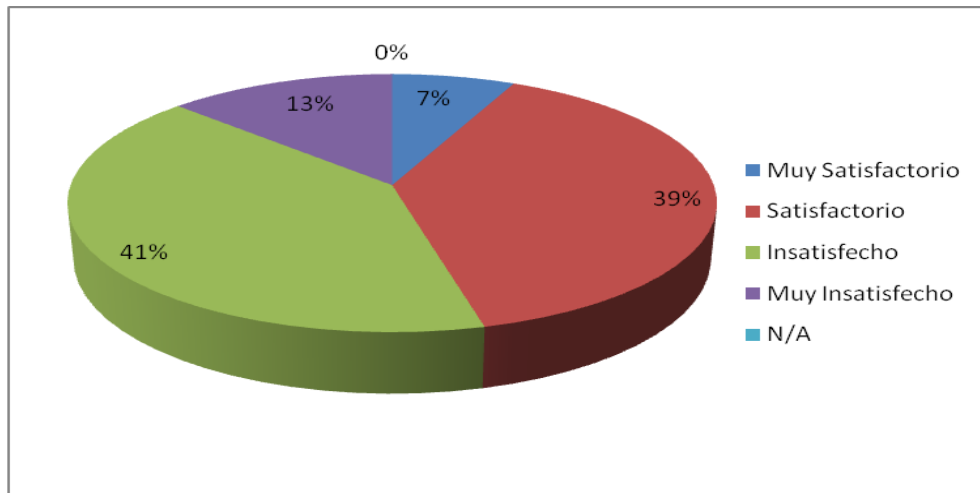


Los planes de intermediación laboral, son satisfactorios para el 62% de los encuestados, el 19,35% del 100% que considera que dichos planes son satisfactorios, corresponde a egresados.

En la gráfica 8 se puede observar que las opiniones se encuentran divididas entre el nivel de satisfacción y el nivel de insatisfacción, de los programas de incentivo estudiantil y administrativo, No obstante, predomina el nivel de insatisfacción por un 2%

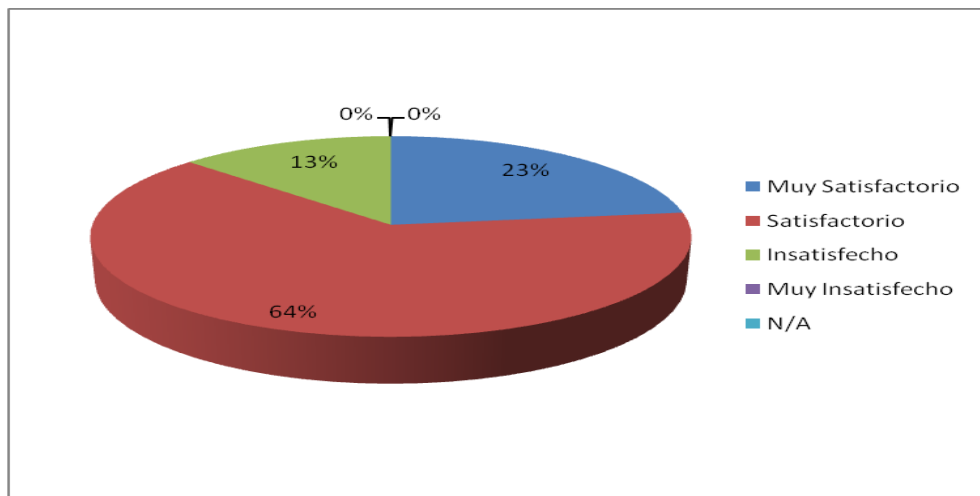
Del 100% de los encuestados que manifestaron su insatisfacción, el 24,39% de la población encuestada, tiene vínculo laboral, el 75,61% es o fue estudiante.

Gráfica 8.



En términos generales un 64% de la comunidad académica está conforme con la atención psicológica inmediata. Un mínimo porcentaje se encuentra insatisfecho, especialmente los estudiantes. (Ver gráfica 9).

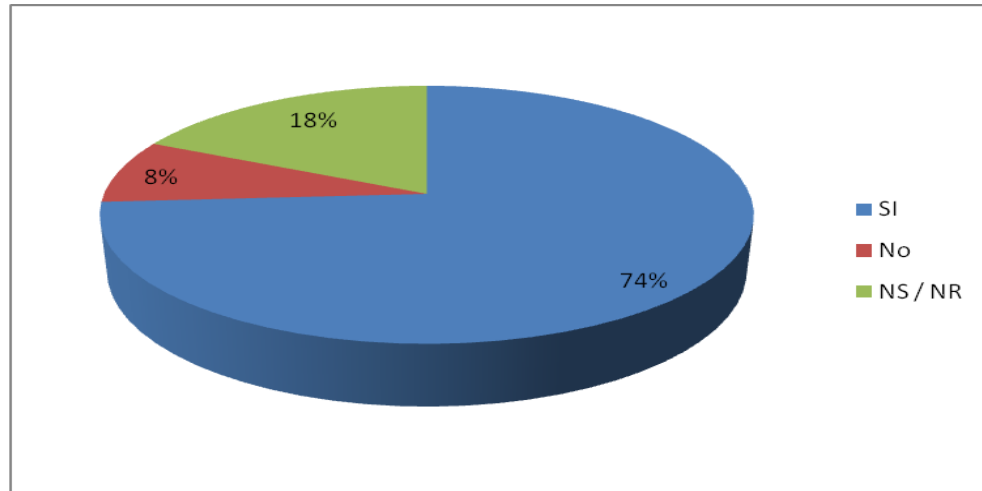
Gráfica 9.



Tan solo un 8% de la comunidad académica encuestada indicó que no le interesaría realizar un cambio en los planes de beneficios y servicios, sin embargo quienes si lo consideran pertinente, superan el 70%, siendo la población

estudiantil, incluidos los egresados quienes piensan en un cambio, con un 67,57% del total de las encuestas.

Gráfica 10.



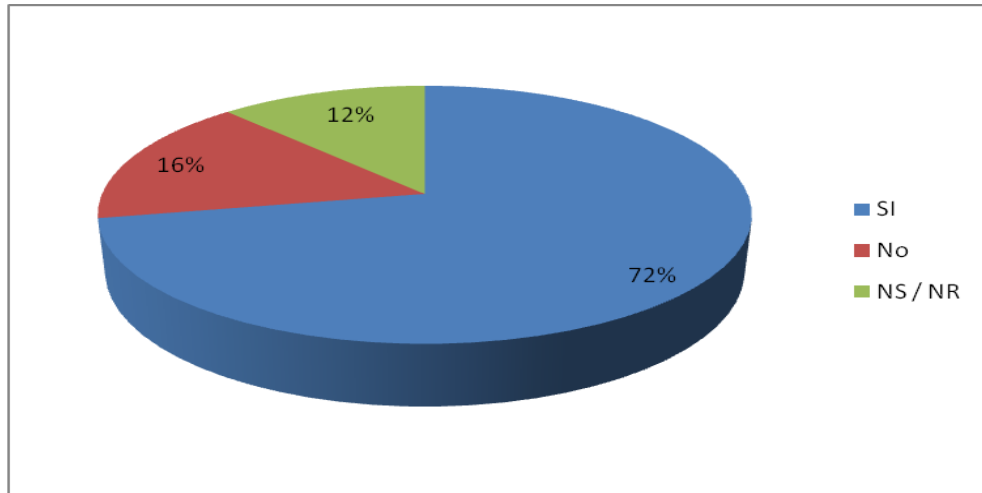
La ausencia de respuestas también fue mayor en la población estudiantil, específicamente en los egresados, pudiendo deducir, que al no pertenecer a la institución los cambios no serían beneficios para ellos.

En la gráfica siguiente, se puede observar que el 72% de la población encuestada que dijo que desea que se adapte otro beneficio o servicio al programa de Bienestar Institucional, el 100% coincidió en jornadas deportivas.

El 48,61% quiere que se incluyan actividades culturales, el 51,39% desea que se realicen convenios que beneficien a la población.

También coinciden en la solicitud de cursos en diferentes temáticas.

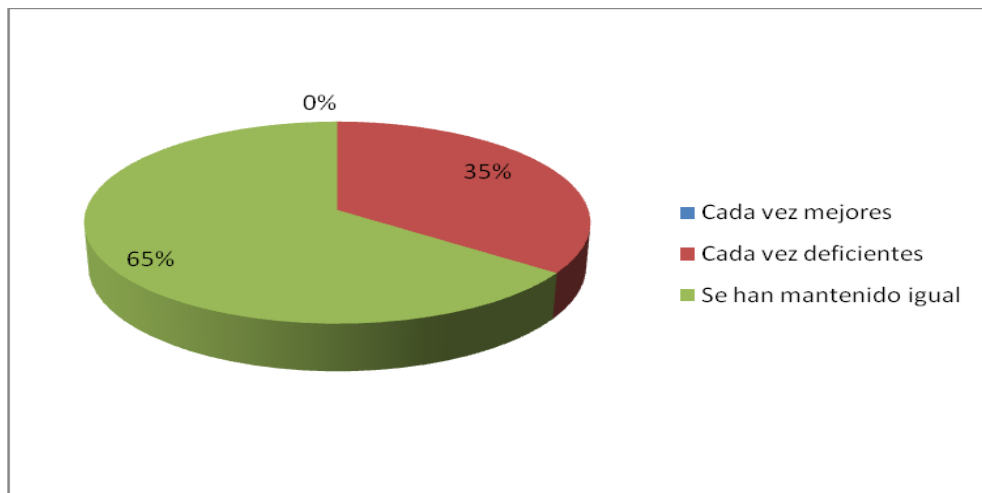
Gráfica 11.



Del 65% de la comunidad académica, piensas que los beneficios y servicios de bienestar institucional se han mantenido constantes en el tiempo y en lugar de mejorar se han vuelto deficientes. Del 100% El 52,30% son los hombres, frente al 47,69% de las mujeres.

Del 100% que consideran que se han mantenido igual, el 61,15% son estudiantes o pertenecieron a la institución. (Ver gráfica 12).

Gráfica 12.



6.4. RECOMENDACIONES

- Es necesario realizar investigaciones de marketing periódicas, que permitan observar resultados de fácil interpretación y análisis formales, como el presente plan y que además permitan identificar las posibles falencias en que puede estar incurriendo el área de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes y encontrar oportunidades en el mercado educativo interno y externo que permitan lograr una mayor participación.
- Es indispensable reforzar la imagen del Área de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes, si es posible elaborar un logotipo de identificación con su respectivo lema, que no se salga del contenido de la misión, visión y objetivos de la institución, tratando además de ser un respaldo para el slogan de la academia “Proyección de Ciudad”.
- La página Web debe ser revisada y refrescada, teniendo en cuenta que va dirigida a toda la comunidad académica y cuyos integrantes son jóvenes y adultos, además considerando que es la vitrina de la Academia. Adicionalmente es indispensable ampliar la base de datos ya existente, en el caso de los egresados, de esta manera suministrar información de la institución y dar a conocer los cambios que se están gestando.
- El número de estudiantes que por situación económica, deben buscar trabajos informales o en el mejor de los casos formales con baja remuneración, es cada vez mayor, por este motivo deben darse a conocer ampliamente los convenios ya existentes con entidades financieras y

realizar convenios nuevos con otras, así brindar tranquilidad en el aspecto económico a los estudiantes y comunidad en general, quienes se muestran interesados en los programas formales y de educación continua que ofrece la institución. Seguramente con nuevos aliados en este aspecto, que permitan brindar un abanico de posibilidades, generara mayor integración, oferta y fidelización de los clientes, esto permite además mayor bienestar y tranquilidad.

- Debe iniciarse un novedoso programa de incentivos, que motive las labores que realizan los mismos estudiantes, egresados docentes, administrativos y directivos fuera de la institución; es decir, pueden manejarse porcentajes de descuento, bonos, premios, o tan solo un diploma de reconocimiento por su sentido de pertenencia. Este tipo de actividades promueven el voz a voz y hacen que la comunidad académica se sienta más comprometida con su institución.
- El servicio al cliente debe ser la bandera de la Academia Superior de Artes, en este aspecto deben involucrarse a los distintos estamentos, de manera que administrativos, directivos y docentes brinden un saludo cordial, promocionen la institución en cualquier ámbito y orienten sus capacidades a satisfacer las necesidades de los estudiantes que finalmente son los clientes potenciales; de esta manera deben construirse campañas del buen trato, saludo y buena comunicación, incentivados desde el área de Bienestar Institucional.

- Debe elaborarse un plan estructurado de medios, es decir, canalizar todos los medios efectivos de comunicación internos como carteleras, correos electrónicos, pagina Web, correos internos, volantes, canal de tv interno, entre otros, donde permitan enviarse mensajes tanto informativos como de incentivo y motivación.
- Bienestar Institucional debe participar en los diferentes eventos educativos, que se cursan en otras instituciones homologas, quienes desarrollan eventos de corte cultural, social, deportivo y educativo, esta área debe estar al tanto de todas estas actividades y tener comunicación directa con sus colegas de bienestar de otras entidades educativas.
- Realizar alianzas con compañías de teatro, danza, deporte, cultura música, entre otros, de esta manera la comunidad educativa pueda tener una oferta de entretenimiento y bienestar tanto interna como externa.
- Con las investigaciones periódicas internas y externas, identificar las necesidades y junto a ellas realizar un buen portafolio de servicios y actividades del área de Bienestar Institucional, con ello la población en general se sentirá motivada y entusiasmada de hacer parte de la entidad.
- Generar un cronograma con todas las actividades a desarrollar de forma anual, donde también se pueda hacer un seguimiento de la misma y posterior evaluación.

- Realizar un boletín informativo creativo semanal, donde con ilustraciones se dé cuenta de las actividades, este será enviado y emitido por todos los canales de comunicación que cuente la institución.
- Brindarle a la comunidad educativa brigadas de salud pero que lleven un componente más pedagógico y didáctico, que de verdad quede un mensaje a la buena salud.

Con cada una de las recomendaciones estratégicas planteadas anteriormente y que fueron el resultado de las investigaciones e indagaciones realizadas a través de la metodología DRP, puedo manifestar que será la fortaleza estratégica del direccionamiento de Bienestar Institucional en la Academia Superior de artes de la ciudad de Medellín.

7. PROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO PARA EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE BIENESTAR INSTITUCIONAL

7.1. INTRODUCCIÓN

Las estrategias son direccionamientos estratégicos que se generan de acuerdo a las necesidades de cada empresa, en el caso específico de la Academia Superior de Artes y en su efecto el Área de Bienestar Institucional, surge a partir del análisis interno y externo y se plantean con el fin de incrementar la participación en el mercado de la oferta que realiza el área de Bienestar Institucional, para dar solución a problemas internos y aprovechar coyunturas externas.

La Academia Superior de Artes requiere establecer políticas claras para dar cumplimiento al direccionamiento estratégico del área de Bienestar Institucional, planteadas en el Plan de Mercadeo y a aquellas que surjan durante el desempeño de las actividades habituales.

7.2. OBJETIVO GENERAL

Realizar un Plan de Mercadeo anual, para el direccionamiento estratégico de Bienestar Institucional en la Academia Superior de Artes de Medellín, partiendo de las conclusiones y recomendaciones planteadas en la investigación.

7.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Construir un Portafolio de Servicios y Actividades de Bienestar Institucional, teniendo en cuenta las conclusiones y recomendaciones planteadas en la investigación.
- Realizar un Plan de Medios, que permita la difusión del portafolio de servicios.
- Desarrollar un Cronograma anual, que permita el seguimiento de los servicios y actividades que se realizan en el área de Bienestar Institucional.
- Generar una grafica, con el presupuesto establecido conforme a las sugerencias y conclusiones planteadas en la investigación.

7.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

7.4.1. Portafolio de Servicios de Bienestar Institucional.

Figura 4. Portafolio de Bienestar



Ver el archivo completo en Anexo 7.

7.4.2. Plan de Medios para Bienestar Institucional.

Estrategia de divulgación para llegar a los diferentes tipos de usuarios de Bienestar Institucional.

Tabla 1. Plan de medios

MEDIO O CANAL	OBJETIVO	OBSERVACIONES
IMPRESO	Imprimir y entregar el portafolio de servicios construido después de realizado el plan de mercadeo estratégico para bienestar a toda la comunidad académica interna presente, llámense estudiantes, docentes, administrativos y directivos, así mismo a los egresados que alleguen a la Institución.	Es importante que el portafolio impreso sea entregado de manera personal ojala en la entrada de la institución
CARTELERAS	Utilizar las carteleras como canal de comunicación de cada uno de los puntos que trae tanto el portafolio de servicios como las actividades y	Lo importante es que el cambio de carteleras se haga periódico, más o menos semanal, donde a través del colorido del diseño, se incentive a

	<p>campañas que se realicen desde el área de Bienestar Institucional.</p> <p>Este será uno de los iconos de recordación permanentes para la comunidad académica.</p>	<p>leer los mensajes. Cabe resaltar que bienestar debe tener su propia cartelera, esto permite identificación, pero en otras carteleras de la institución también es posible para masificar la información, publicar.</p>
<p>PÁGINA WEB</p>	<p>Publicar por medio de la página Web, los eventos y acontecimientos que se realizan desde el área de Bienestar, así mismo generar un espacio solo de bienestar institucional, donde la comunidad a través de un llamativo icono llegue a este sitio.</p> <p>Desde la pagina se puede crear una campaña de expectativa para evaluar como va el plan de comunicaciones de Bienestar Institucional y su portafolio de servicios</p>	<p>Quizás uno de los canales de comunicación mas importantes que se tiene es la pagina Web, Bienestar Institucional tiene que aprovecharlo y realizar cambios periódicos, adaptados a todos los públicos incluso a los externos, quienes pueden motivarse hacer parte de la comunidad académica, es una importante ventana que sabiéndole manejar puede atraer mucho, incluso generar expectativa y motivación.</p>

CANAL YOUTUBE	Crear un mensaje animado de audio y video para publicarlo en el canal youtube, que incluso esta publicado en la página web de la institución, de esta manera se dará también sentido al programa de diseño y televisión fotografía y video.	El video tiene que ser corto, y creativo, aquí se resalte las actividades de bienestar y se presente de manera general el portafolio de servicios y actividades que se ofrece.
VOLANTES	Generar una campaña a través del volanteo, donde se invite a la comunidad educativa en general a utilizar los servicios de bienestar, además a entregar sugerencias y aportes al trabajo que realiza esta dependencia.	El diseño de este volante tiene que ser muy creativo, la idea es que sea la motivación a participar de todas las actividades y servicios de bienestar
CORREO ELECTRÓNICO	Enviar por medio de los correos electrónicos del personal que hace parte de la academia superior de artes, el portafolio de servicios, y generar una política para cada 15	Quizás este el medio mas directo que se tiene con quienes integran la comunidad académica, la idea es generar un buen trabajo para que los correos que se envíen no sean

	días o cada mes, se envíen mensajes de recordación con los puntos del portafolio de servicios que estén por cumplirse.	rechazados.
VOZ A VOZ	Planificar reuniones cortas con integrantes de la comunidad académica, estas reuniones dirigidas permiten el voz a voz, además es una manera para evaluar como va el plan y el trabajo.	Esta estrategia es buena siempre y cuando se planee con anterioridad y se pongan tiempos de las reuniones, para que no se tilden cansonas.

La Idea es que a través de estos medios y canales de información, Bienestar Institucional publique constantemente. Es deber de la dependencia, ponerle fechas a cada una de las casillas anteriormente mencionadas e ir evaluando las campañas de difusión y el plan en general.

7.4.3. Cronograma anual de Bienestar Institucional

Tabla 2. Cronograma

ACTIVIDAD	ENE.	FEB.	MAR.	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOS.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.
Planeación												
Bienvenida de semestre												
Despedida de semestre												
Cursos de música, danzas, arte, software, entre otros												
Charlas didácticas												
Olimpiadas Internas												
Brigadas de salud												
Celebración día del maestro												
Celebración día de la familia Administrativos												
Navidad												
Encuentro de Egresados												
Publicación carteleras, correos o mensajes por canales internos												

7.4.4. Presupuesto sugerido

Presupuesto vigencia 2012 Bienestar Institucional cifras expresadas en millones de pesos.

Ingresos promedio \$1.456.000.000

Si bien es cierto que el presupuesto por ley es el 2% del ósea \$29.000.000, adicional a este, se tiene previsto desde el punto financiero partidas adicionales, de esta manera se tendría que repartir el presente presupuesto en cada uno de los ítems, generados en el plan estratégico que estamos construyendo, dando prioridad a las estrategias más visibles

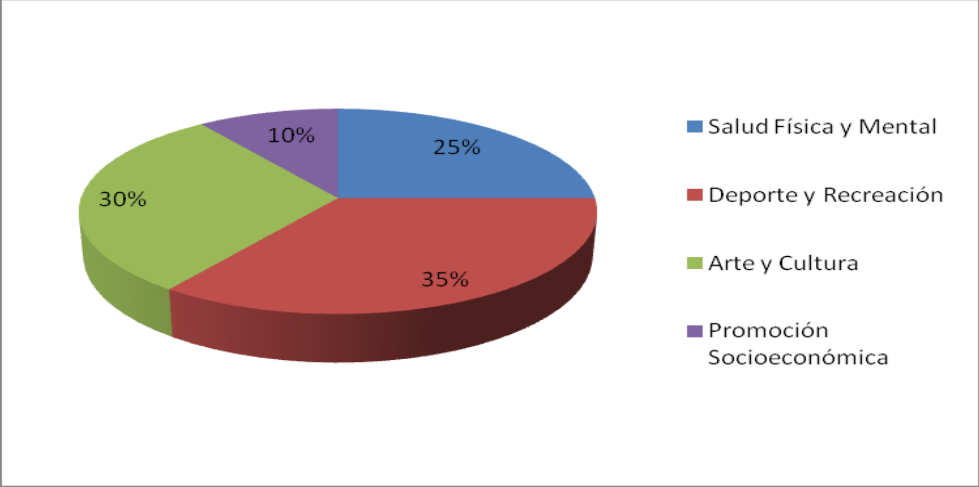
Presupuesto para Bienestar Estudiantil de Ley del 2%	\$29.000.000
Presupuesto para Bienestar de partidas adicionales del 1%	\$15.000.000
Presupuesto Bienestar Institucional 0,5%	\$ 7.000.000
Total del Presupuesto	\$51.000.000

Como el presupuesto de ley son 29 millones de pesos, se realizo la partición de dicho presupuesto en los items planteados en el plan estratégico, sin olvidar que por instrucción de la Instituciones se tienen recursos adicionales como los apreciamos en el anterior costeo.

Salud Física y Mental	\$ 7.250.000
Deporte y Recreación	\$ 10.150.000
Arte y Cultura	\$ 8.700.000

Promoción Socioeconómica \$ 2.900.000

Gráfica 13. Presupuesto



8. BIBLIOGRAFÍA

- **APELLIDOS Y NOMBRE DEL AUTOR.** (Año). Nombre de la obra. N° de edición. Lugar de edición: editorial, año de edición. N° de páginas.

ANEXOS

ANEXO 1. Acta de la Reunión

1. Copia del Acta de la Reunión.

ACADEMIA SUPERIOR DE ARTES		ACTA DE REUNIÓN		AÑO: 2012	
CITANTE					
Esneda Bonilla Sepúlveda					
Citación a Reunión de		Acta No.	Carácter de la Reunión		
Dirección Administrativa y Financiera		012	Ordinaria	<input type="checkbox"/>	Extraordinaria X
Fecha de Reunión			Lugar de Reunión		Hora inicio
Día	Mes	Año			Hora final
04	junio	2012	Dirección de Extensión		8:30 10:15
ORDEN DEL DIA					
8:30 a 8:45. Saludo de Bienvenida y Proclamación motivo de la reunión					
8:45ª 9:45. Aportes sobre antecedentes que influyen en el crecimiento de Bienestar Institucional					
9:45 a 10:15. Derrotero de aportes y construcción del acta final					

ASISTENTES	
1. Esneda Bonilla Sepúlveda. Directora Administrativa y Financiera.	
2. Jairo Hernán Meneses Ordoñez. Director de Extensión	
3. Guillermo Alfaro. Director de Investigación.	

4. Franklin Galeano. Jefe de Bienestar Institucional

DESARROLLO Y DECISIONES

Se da inicio a la reunión con el saludo por parte de la Directora Administrativa y Financiera, Esneda Bonilla, quien comenta de qué se trata la reunión y la importancia que tiene para ello el aporte de cada uno de los asistentes referente al proceso de Bienestar Institucional dentro de la Academia Superior de Artes.

La Doctora Esneda, entrega la palabra al Director de Extensión Jairo Hernán Meneses Ordoñez, quien manifiesta que se está realizando un estudio para la realización del Plan de Mercadeo para el direccionamiento estratégico de Bienestar Institucional, el cual es un ejercicio de tesis para otorgar al grado de especialización en Mercadeo Estratégico, estudios adelantados en la Fundación Universitaria Luis Amigo de esta ciudad.

El director de extensión quien moderara la siguiente parte de la reunión, invita a los asistentes a mencionar cuales creen ellos que son los antecedentes, si los hay, por los cuales el área de Bienestar Institucional no deja ver un comportamiento de crecimiento por parte de la Comunidad Académica.

Se le solicita al Jefe de Bienestar, tomar apuntes para la realización de la respectiva acta.

El Director de Investigación Guillermo Alfaro, toma la palabra y manifiesta, que muchos factores radican en que no se tiene un buen portafolio de servicios para antojar a la comunidad académica de los beneficios y servicios de bienestar.

Agrega que hace falta realizar más convenios con diferentes entidades para que todos quienes integramos la Academia podamos disfrutar de actividades culturales, deportivas, recreativas y porque no económicas.

Finaliza argumentando que la parte económica influye mucho en las jefaturas de Bienestar de las Instituciones de Educación y que tiene que darse pleno cumplimiento a las directrices del Ministerio de Educación Nacional, referente al aporte del 2 % reglamentario.

Por su parte la Directora Administrativa y Financiera argumenta que se ha trabajado en esa dependencia, claro está que no se tiene una organización clara referente al manejo de esa dependencia, que además se están construyendo los

perfiles para tal fin; sin embargo, hasta el momento se le da cumplimiento desarrollo de ciertas actividades de Bienestar Institucional.

El Director de Extensión manifestó, que lo que se trata con este ejercicio es brindar a la academia superior de artes un soporte, para atendiendo a todas las deficiencias que se han visto poder confluir con un plan de mercadeo, que sirva al crecimiento de esta dependencia, que además una de las más importantes en cuanto a la imagen, como al clima laboral.

Agregó el señor Meneses, que aunque se tienen algunas tareas desde esta dependencia, es importante tomar el concepto de quienes integran la Comunidad Académica y partir adicional de los históricos que se tienen desde esta área.

El Jefe de Bienestar Institucional concluyó estar atento de todo lo relacionado con dicho estudio y posterior Plan, desde el momento que el Director de Extensión le comentó de su trabajo y desde el instante en que la Directora Financiera y Administrativa le diera la orden de colaborar.

Agregó que es una buena oportunidad para realizar este proceso, ya que la Institución se encuentra en una reestructuración administrativa y se encuentra ad portas de tener visita de pares.

Finalizó augurando lo mejor en este proceso.

El Director de Extensión, agradeció a los presentes su participación y les pidió toda la colaboración en el proceso.

La Directora Financiera y Administrativa, agradeció al señor Meneses, estudiante de la especialización por haber tomado este tema dentro de las prioridades del trabajo de grado y le pidió al Jefe de Bienestar, trabajar de la mano con él.

Finalizó solicitándole al Director de Investigación su colaboración en el seguimiento del proceso y la investigación

COMPROMISOS		RESPONSABLE
1.	Realizar un análisis puntual de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se tienen referentes al tema de Bienestar Institucional. Enviar al	Director de Extensión, Dirección

	Jefe de Bienestar para construcción de DOFA	Administrativa y Financiera, Dirección de Investigación, Jefatura de Bienestar.
2.	Enviar al Director de Extensión, todos los soportes que se tienen desde el área de Bienestar Institucional y que pueden servir como base a la Investigación.	Jefe de Bienestar
3.	Prestar su colaboración en cuanto a personal y permisos si se requieren para la realización de encuestas y reuniones con integrantes de la comunidad académica.	Dirección Administrativa y Financiera
4.	Prestar toda la colaboración en los soportes financieros para mirar los gastos y aportes que se tienen desde esta área para el desarrollo de plan de Mercadeo a Construir.	Dirección Administrativa y Financiera
5.	Colaborar en el seguimiento de la investigación.	Dirección de Investigación,
6.	Entregar todos los soportes de la investigación a la institución.	Dirección de Extensión
7.	Entregar y hacer partícipe a los directivos de la Academia del documento, una vez sea culminado.	Dirección Extensión

ESNEDA BONILLA SEPULVEDA.

Directora Administrativa y Financiera.

ANEXO 2. Modelo de la encuesta.

La siguiente encuesta le tomará cinco minutos. La información que entregue permanecerá en el anonimato y sus respuestas serán estrictamente confidenciales. Agradecemos su sinceridad.

1. En general, ¿Cuál es su grado de satisfacción con los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes?

Muy satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho	N/A
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Por favor evalúe su nivel de satisfacción respecto de cada uno de los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes? Si no tiene experiencia con algún beneficio en particular, rogamos seleccione N/A:

	Muy satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho	N/A
Seguro estudiantil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programas de Promoción y Prevención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programa de Salud Ocupacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Programa de Recreación y Deporte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programa de Arte y Cultura.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programas de Promoción Socio económica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plan de Intermediación Laboral.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programa de incentivo Estudiantil y Administrativo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ¿Hay algún cambio que le interesaría realizar a los planes de beneficios existentes?

4. ¿Hay algún otro beneficio o servicio que le gustaría fuera adaptado al área de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes?

5. ¿Cómo evalúa la evolución que ha tenido en los beneficios y servicios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes, a partir del momento en que usted empezó a hacer parte de ella?

- Cada vez mejores
- Cada vez deficientes
- Se han mantenido igual

Muchas Gracias su aporte será de gran importancia para este estudio

ANEXO 3. Resultados, Sistematización, Fórmulas y Gráficas de las Encuestas.

SISTEMATIZACIÓN DE ENCUESTAS

Con el fin de conocer la opinión de quienes hacen o hicieron parte de la Academia Superior de Artes, se realizó una encuesta que buscaba identificar si las actividades de bienestar se ajustaban a las necesidades de la población a las que están dirigidas, por tal razón fueron escogidas 100 personas así:

- 50 estudiantes, 18 hombres y 32 mujeres entre los 17 y 35 años de edad
- 15 docentes, 8 hombres y 7 mujeres, entre los 31 y 55 años de edad
- 12 Administrativos, 5 hombres y 7 mujeres entre los 29 y 65 años de edad
- 3 Directivos, 1 hombre y 2 mujeres entre los 30 y 48 años de edad
- 20 egresados, 10 hombres y 10 mujeres entre los 28 y 55 años de edad

Cada encuesta estaba diseñada para ser respondida entre 5 y 10 minutos.

Para obtener los porcentajes se utilizó la siguiente regla de tres:

Total de encuestas aplicadas (TEA) = 100%

Respuestas por categoría (RC)

TEA = 100%

RC = X

$RC \times 100 / TEA$

Para obtener los resultados según el género u ocupación se aplicó la siguiente fórmula:

Total de encuestados con la misma ocupación o Género (OG) = 100%

Respuestas por pregunta (R)

OG = 100%

R = X

R x 100 / OG

Tabla 1. Pregunta 1

En general, ¿Cuál es su grado de satisfacción con los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes?			
Categoría		Hombres	Mujeres
Estudiantes	Muy Satisfactorio	3	2
	Satisfactorio	9	25
	Insatisfecho	4	1
	Muy Insatisfecho	2	4
	N/A	0	0
Docentes	Muy Satisfactorio	2	1
	Satisfactorio	5	4
	Insatisfecho	1	1
	Muy Insatisfecho	0	1
	N/A	0	0
Administrativos	Muy Satisfactorio	0	1
	Satisfactorio	5	5
	Insatisfecho	0	1
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Directivos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	1	2
	Insatisfecho	0	0
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Egresados	Muy Satisfactorio	2	1
	Satisfactorio	7	7
	Insatisfecho	1	2
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Total		42	58

En general la mayoría de las personas encuestadas (70%), afirman estar satisfechas con los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes. Del 100% de las personas que dicen estar satisfechas el 61,4% son mujeres entre todas las categorías y el 68,57% son estudiantes o pertenecieron a la comunidad estudiantil, en este punto se encuentran incluidos los estudiantes sin distinción de género.

Gráfica 1.

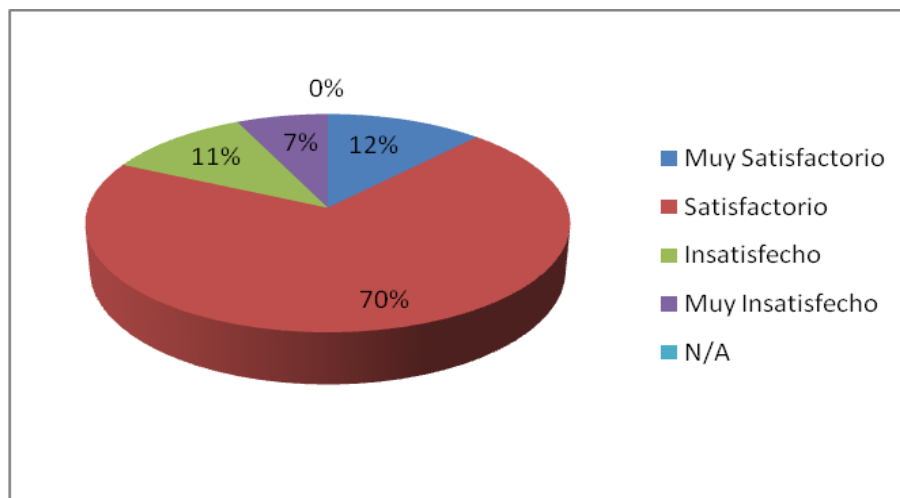
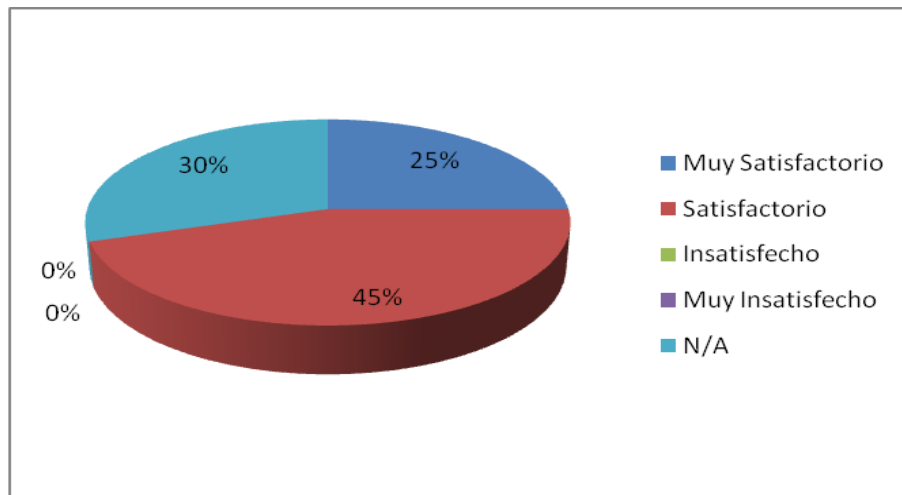


Tabla 2. Pregunta 2 Ítem 1.

Por favor evalúe su nivel de satisfacción respecto de cada uno de los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes? Si no tiene experiencia con algún beneficio en particular, rogamos seleccione N/A:			
Categoría		Hombres	Mujeres
Seguro Estudiantil			
Estudiantes	Muy Satisfactorio	7	10
	Satisfactorio	11	22
	Insatisfecho	0	0
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Docentes	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	0	0
	Insatisfecho	0	0

	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	8	7
Administrativos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	0	0
	Insatisfecho	0	0
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	5	7
Directivos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	0	0
	Insatisfecho	0	0
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	1	2
Egresados	Muy Satisfactorio	3	5
	Satisfactorio	7	5
	Insatisfecho	0	0
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0

Gráfica 2.

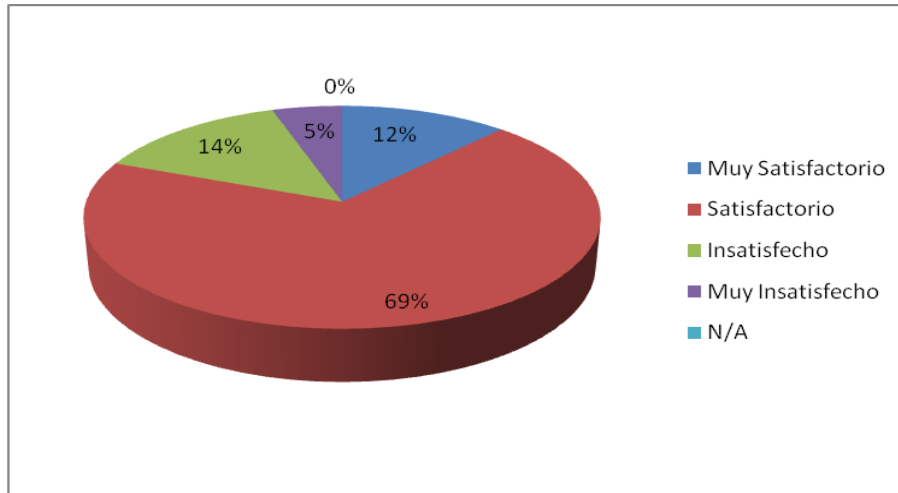


Para el 30% correspondiente la comunidad académica no aplicaba este punto, no obstante se puede apreciar que para los estudiantes, incluidos quienes ya no pertenecen a la institución, el servicio prestado por el carné estudiantil es satisfactorio.

Tabla 3. Pregunta 2, Ítem 2.

Por favor evalúe su nivel de satisfacción respecto de cada uno de los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes? Si no tiene experiencia con algún beneficio en particular, rogamos seleccione N/A:			
Categoría		Hombres	Mujeres
Programas de Promoción y Prevención			
Estudiantes	Muy Satisfactorio	5	0
	Satisfactorio	6	28
	Insatisfecho	7	2
	Muy Insatisfecho	0	2
	N/A	0	0
Docentes	Muy Satisfactorio	2	1
	Satisfactorio	5	4
	Insatisfecho	1	2
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Administrativos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	5	6
	Insatisfecho	0	1
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Directivos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	1	2
	Insatisfecho	0	0
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Egresados	Muy Satisfactorio	1	3
	Satisfactorio	7	5
	Insatisfecho		1
	Muy Insatisfecho	2	1
	N/A	0	0
Total		42	58

Gráfica 3.



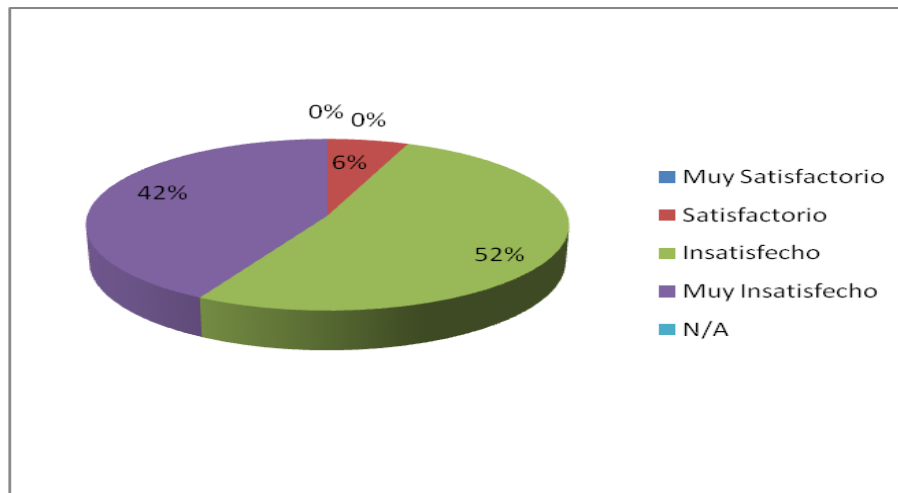
Un 14% de la población se encuentra insatisfecho con los programas de promoción y prevención. De la totalidad de la población insatisfecha, el 57,14% son hombres.

Tabla 4. Pregunta 2, Ítem 3.

Por favor evalúe su nivel de satisfacción respecto de cada uno de los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes? Si no tiene experiencia con algún beneficio en particular, rogamos seleccione N/A:			
Categoría		Hombres	Mujeres
Programa de Salud Ocupacional			
Estudiantes	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	3	1
	Insatisfecho	7	17
	Muy Insatisfecho	8	14
	N/A	0	0
Docentes	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	0	0
	Insatisfecho	4	3
	Muy Insatisfecho	4	4
	N/A	0	0
Administrativos	Muy Satisfactorio	0	0

	Satisfactorio	1	1
	Insatisfecho	3	4
	Muy Insatisfecho	1	2
	N/A	0	0
Directivos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	0	0
	Insatisfecho	1	1
	Muy Insatisfecho	0	1
	N/A	0	0
Egresados	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	0	0
	Insatisfecho	7	5
	Muy Insatisfecho	3	5
	N/A	0	0
Total		42	58

Gráfica 4.



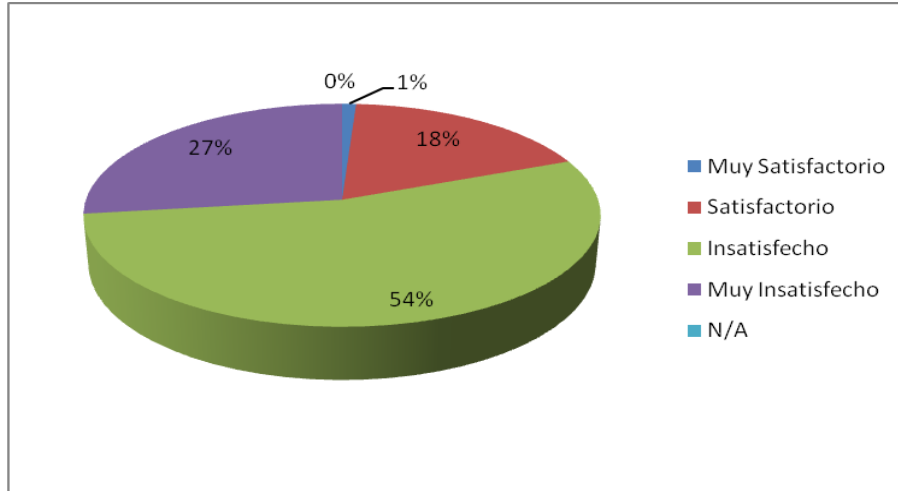
Más de la mitad de los encuestados se encuentran insatisfechos con los servicios prestados por el programa de salud ocupacional, y el 42% muy insatisfechos, evidenciando la falta de prácticas para la comunidad académica de aspectos como pausas activas, implementos ergonómicos, etc. En general las mujeres se

encuentran más insatisfechas que los hombres, alcanzando un 57,69% del 100% que marcó esta respuesta.

Tabla 5. Pregunta 2, Ítem 4.

Por favor evalúe su nivel de satisfacción respecto de cada uno de los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes? Si no tiene experiencia con algún beneficio en particular, rogamos seleccione N/A:			
Categoría		Hombres	Mujeres
Programa Recreación y Deporte			
Estudiantes	Muy Satisfactorio	1	0
	Satisfactorio	6	9
	Insatisfecho	6	17
	Muy Insatisfecho	5	6
	N/A	0	0
Docentes	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	1	0
	Insatisfecho	4	3
	Muy Insatisfecho	3	4
	N/A	0	0
Administrativos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	1	1
	Insatisfecho	2	4
	Muy Insatisfecho	2	2
	N/A	0	0
Directivos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	0	0
	Insatisfecho	0	1
	Muy Insatisfecho	1	1
	N/A	0	0
Egresados	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	0	0
	Insatisfecho	10	7
	Muy Insatisfecho	0	3
	N/A	0	0
Total		42	58

Gráfica 5.



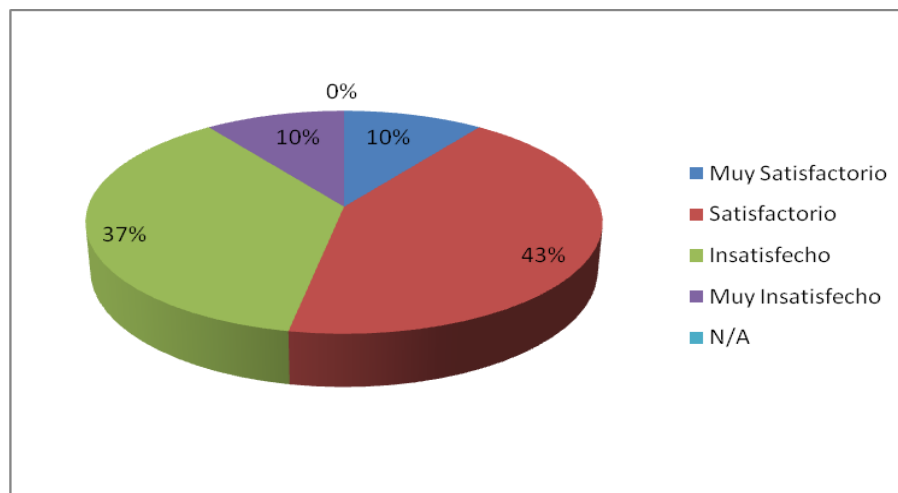
En la Gráfica 5 se puede observar que el nivel de insatisfacción en el programa de Recreación y Deporte, supera el 50% de la población académica seleccionada en la muestra, seguido de un 27% que manifiesta estar muy insatisfecho con este aspecto. Del 18 por ciento que dice estar satisfecho con el programa de Recreación y Deporte, el 16,66% tiene vínculo laboral con la Academia, el porcentaje restante equivale a estudiantes y egresados.

Tabla 6. Pregunta 2 Ítem 5

Por favor evalúe su nivel de satisfacción respecto de cada uno de los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes? Si no tiene experiencia con algún beneficio en particular, rogamos seleccione N/A:			
Categoría		Hombres	Mujeres
Programas de Promoción Socio Económica			
Estudiantes	Muy Satisfactorio	1	3
	Satisfactorio	9	15
	Insatisfecho	8	12

	Muy Insatisfecho	0	2
	N/A	0	0
Docentes	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	1	0
	Insatisfecho	4	3
	Muy Insatisfecho	3	4
	N/A	0	0
Administrativos	Muy Satisfactorio	1	1
	Satisfactorio	2	3
	Insatisfecho	2	2
	Muy Insatisfecho	0	1
	N/A	0	0
Directivos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	1	1
	Insatisfecho	0	1
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Egresados	Muy Satisfactorio	3	1
	Satisfactorio	4	7
	Insatisfecho	3	2
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Total		42	58

Gráfica 6.



El nivel de mucha satisfacción y mucha insatisfacción mantiene la proporción, dividiendo las opiniones, no obstante, para el 43% de la comunidad académica, son satisfactorios los programas de promoción socioeconómica.

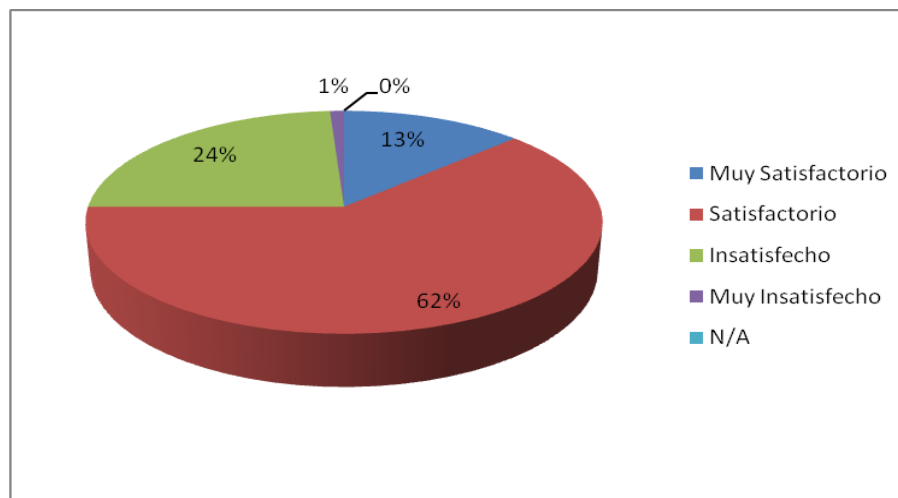
Al igual que en los puntos anteriores, predomina la satisfacción en las mujeres, aunque hay que tener en cuenta que éstas fueron mayoría a la hora de aplicar la encuesta.

Tabla 7. Pregunta 2 Ítem 6

Por favor evalúe su nivel de satisfacción respecto de cada uno de los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes? Si no tiene experiencia con algún beneficio en particular, rogamos seleccione N/A:			
Categoría		Hombres	Mujeres
Plan intermediación Laboral			
Estudiantes	Muy Satisfactorio	1	3
	Satisfactorio	13	19
	Insatisfecho	4	10
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Docentes	Muy Satisfactorio	2	2
	Satisfactorio	5	4
	Insatisfecho	1	1
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Administrativos	Muy Satisfactorio	1	2
	Satisfactorio	3	4
	Insatisfecho	1	1
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Directivos	Muy Satisfactorio	0	1
	Satisfactorio	1	1
	Insatisfecho	0	0

	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Egresados	Muy Satisfactorio	1	0
	Satisfactorio	6	6
	Insatisfecho	3	3
	Muy Insatisfecho	0	1
	N/A	0	0
Total		42	58

Grafica 7.



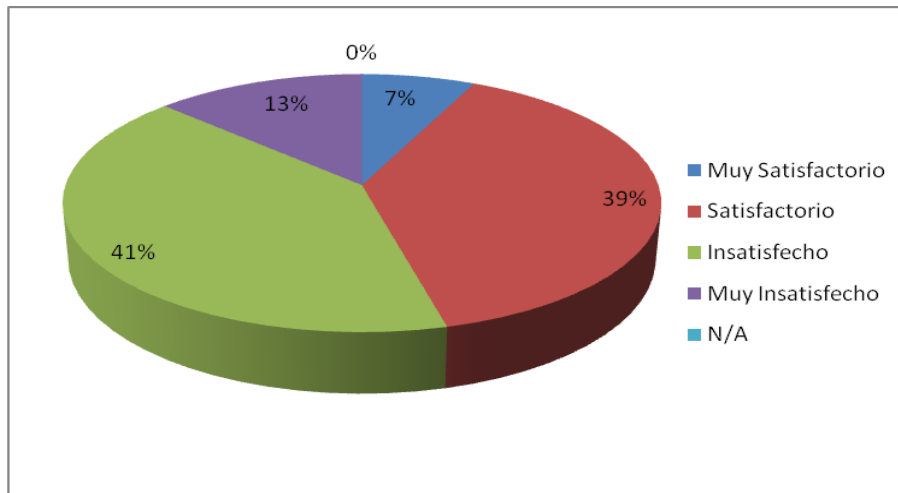
Los planes de intermediación laboral, son satisfactorios para el 62% de los encuestados, el 19,35% del 100% que considera que dichos planes son satisfactorios, corresponde a egresados.

Tabla 8. Pregunta 2 ítem 7

Por favor evalúe su nivel de satisfacción respecto de cada uno de los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes? Si no tiene experiencia con algún beneficio en particular, rogamos seleccione N/A:			
Categoría		Hombres	Mujeres
Programa Incentivo Estudiantil y Administrativo			
Estudiantes	Muy Satisfactorio	2	3

	Satisfactorio	9	15
	Insatisfecho	5	12
	Muy Insatisfecho	2	2
	N/A	0	0
Docentes	Muy Satisfactorio	1	1
	Satisfactorio	4	4
	Insatisfecho	2	1
	Muy Insatisfecho	1	1
	N/A	0	0
Administrativos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	3	1
	Insatisfecho	2	4
	Muy Insatisfecho	0	2
	N/A	0	0
Directivos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	0	0
	Insatisfecho	0	1
	Muy Insatisfecho	1	1
	N/A	0	0
Egresados	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	3	0
	Insatisfecho	7	7
	Muy Insatisfecho	0	3
	N/A	0	0
Total		42	58

Gráfica 8.



Las opiniones se encuentran divididas entre el nivel de satisfacción y el nivel de insatisfacción, de los programas de incentivo estudiantil y administrativo, No obstante, predomina el nivel de insatisfacción por un 2%

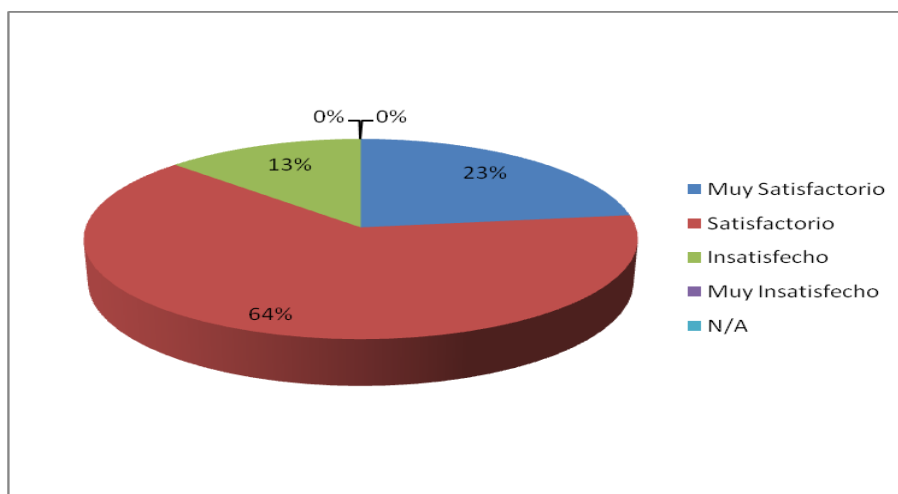
Del 100% de los encuestados que manifestaron su insatisfacción, el 24,39% de la población encuestada, tiene vínculo laboral, el 75,61% es o fue estudiante.

Tabla 9. Pregunta 2 Item 8

Por favor evalúe su nivel de satisfacción respecto de cada uno de los beneficios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes? Si no tiene experiencia con algún beneficio en particular, rogamos seleccione N/A:			
Categoría		Hombres	Mujeres
Atención psicológica inmediata			
Estudiantes	Muy Satisfactorio	4	7
	Satisfactorio	11	23
	Insatisfecho	3	2
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Docentes	Muy Satisfactorio	1	3

	Satisfactorio	5	4
	Insatisfecho	2	0
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Administrativos	Muy Satisfactorio	1	2
	Satisfactorio	3	4
	Insatisfecho	1	1
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Directivos	Muy Satisfactorio	0	0
	Satisfactorio	1	2
	Insatisfecho	0	0
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Egresados	Muy Satisfactorio	3	2
	Satisfactorio	6	5
	Insatisfecho	1	3
	Muy Insatisfecho	0	0
	N/A	0	0
Total		42	58

Gráfica 9.

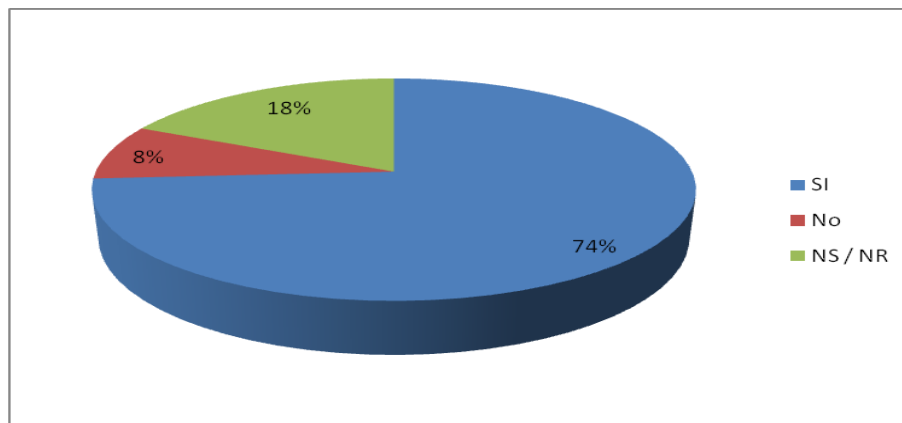


En términos generales un 64% de la comunidad académica está conforme con la atención psicológica inmediata. Un mínimo porcentaje se encuentra insatisfecho, especialmente los estudiantes.

Tabla 10. Pregunta 3.

¿Hay algún cambio que le interesaría realizar a los planes de beneficios existentes?			
Categoría		Hombres	Mujeres
Estudiantes	SI	15	31
	No	2	0
	NS / NR	1	1
Docentes	SI	7	5
	No	1	2
	NS / NR	0	0
Administrativos	SI	4	5
	No	1	2
	NS / NR	0	0
Directivos	SI	1	2
	No	0	0
	NS / NR	0	0
Egresados	SI	3	1
	No	0	0
	NS / NR	7	9
Total		42	58

Gráfica 10.



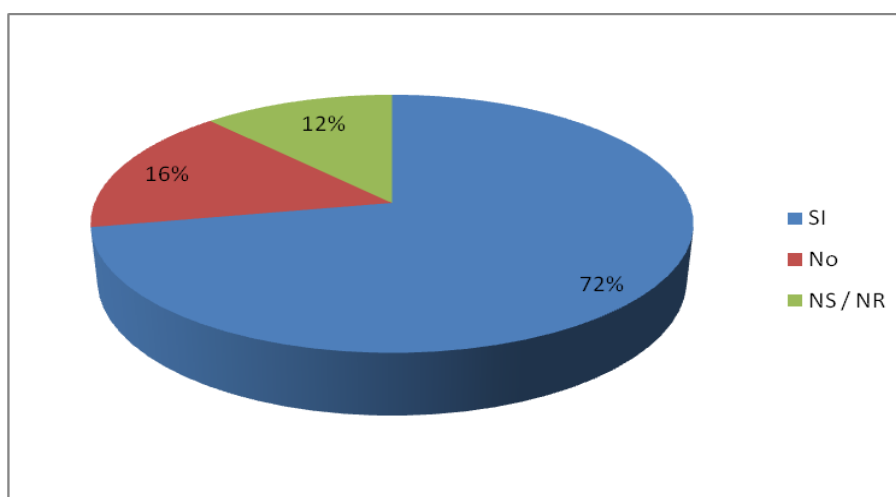
Tan solo un 8% de la comunidad académica encuestada indicó que no le interesaría realizar un cambio en los planes de beneficios y servicios, sin embargo quienes si lo consideran pertinente, superan el 70%, siendo la población estudiantil, incluidos los egresados quienes piensan en un cambio, con un 67,57% del total de las encuestas.

La ausencia de respuestas también fue mayor en la población estudiantil, específicamente en los egresados, pudiendo deducir, que al no pertenecer a la institución los cambios no serían beneficios para ellos.

Tabla 11. Pregunta 4

¿Hay algún otro beneficio o servicio que le gustaría fuera adaptado al área de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes?			
Categoría		Hombres	Mujeres
Estudiantes	SI	13	32
	No	5	0
	NS / NR	0	0
Docentes	SI	5	5
	No	3	2
	NS / NR	0	0
Administrativos	SI	4	6
	No	1	1
	NS / NR	0	0
Directivos	SI	1	1
	No	0	1
	NS / NR	0	0
Egresados	SI	3	2
	No	2	1
	NS / NR	5	7
Total		42	58

Gráfica 11.



Del 72% de la población encuestada que dijo que desea que se adapte otro beneficio o servicio al programa de Bienestar Institucional, el 100% coincidió en jornadas deportivas.

El 48,61% quiere que se incluyan actividades culturales, el 51,39% desea que se realicen convenios que beneficien a la población.

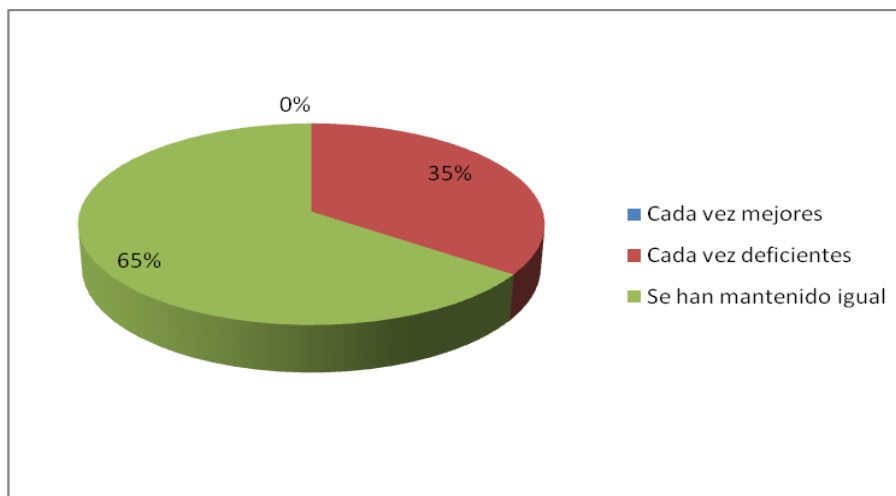
También coinciden en la solicitud de cursos en diferentes temáticas.

Tabla 12. Pregunta 5

¿Cómo evalúa la evolución que ha tenido en los beneficios y servicios que presta Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes, a partir del momento en que usted empezó a hacer parte de ella?			
Categoría		Hombres	Mujeres
Estudiantes	Cada vez mejores	0	0
	Cada vez deficientes	7	17
	Se han mantenido igual	11	15
Docentes	Cada vez mejores	0	0
	Cada vez deficientes	1	2
	Se han mantenido igual	7	5

Administrativos	Cada vez mejores	0	0
	Cada vez deficientes	2	3
	Se han mantenido igual	3	4
Directivos	Cada vez mejores	0	0
	Cada vez deficientes	0	0
	Se han mantenido igual	1	2
Egresados	Cada vez mejores	0	0
	Cada vez deficientes	1	2
	Se han mantenido igual	9	8
Total		42	58

Gráfica 12.



Según la comunidad académica, los beneficios y servicios de bienestar institucional se han mantenido constantes en el tiempo, y en lugar de mejorar se han vuelto deficientes. El 52,30% de los hombres, piensan que se mantienen, frente al 47,69% de las mujeres.

Del 100% que consideran que se han mantenido igual, el 61,15% son estudiantes o pertenecieron a la institución.

ANEXO 4. DOFA, de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín.

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> • La Academia Superior de Artes cuenta con programas interesantes, los cuales pueden ser soporte para el diseño de planes y servicios de este corte por parte del área de Bienestar Institucional y que fácilmente pueden tomar fuerza entre las los integrantes de la Comunidad Educativa • Los costos que puede acarrear la oferta de servicios por parte del área de Bienestar pueden ser mínimos, siempre y cuando se construyan actividades y servicios de corte Artístico y en diseño que son los énfasis que maneja la Institución. • Los programas que actualmente realiza Bienestar Institucional se encuentran estructurados y cumplen con los estándares establecidos por las autoridades educativas, a los mismos se requiere darles mayor fuerza y crear nuevos que permitan incentivar la comunidad educativa, sin salirse de los reglamentos establecidos. • La Academia Superior de 	<ul style="list-style-type: none"> • No se efectúan investigaciones continuas sobre la aceptación de los servicios que ofrece Bienestar Institucional a los Integrantes de la Comunidad Académica. • No se cuenta con métodos específicos para detectar en forma eficiente los niveles de satisfacción e insatisfacción entre comunidad académica e institución. • El área de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes, carece de políticas claras, que permitan incrementar e incentivar a quienes integran la comunidad académica. • No se cuenta con un plan de comunicaciones claro que permita la difusión de las actividades y servicios que presta bienestar institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín. • El presupuesto con que cuenta el área de bienestar institucional de la Academia Superior de Artes es muy deficiente,

	<p>Artes se encuentra ubicada en un buen sector de la ciudad de Medellín, con buenas zonas de acceso. Esto permite mejor participación y aprovechamiento de las actividades que se convoquen desde el área de Bienestar Institucional</p>	<p>esto no permite realizar actividades masivas y de participación general.</p>
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Existe un gran número de integrantes de la comunidad académica, que desean hacer parte de las actividades y servicios que ofrece Bienestar Institucional. • El mercado de una empresa depende de la fidelización del cliente y de la percepción de cómo fue atendido en interior, de esta manera en el exterior quedara una buena imagen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente el área de Bienestar de la Academia Superior de Artes cuenta con importantes competidores directos e indirectos oficiales y privados, que afectan la participación de las actividades y servicios que se prestan desde esta dependencia. • La situación socio económica del entorno, afecta directamente el flujo de estudiantes que deciden iniciar sus estudios a nivel técnico y profesional.

ANEXO 5. Respuestas Grupo Focal

En la reunión dirigida y cuyos participantes fueron estudiantes de primer y sexto semestre de los diferentes programas de la Academia Superior de Artes, se puso en consideración del público presente la siguiente pregunta:

¿Qué programas les gustaría que se implementaran desde el área de Bienestar Institucional?

El número de participantes en total en las dos secciones fueron 60

Las respuestas recolectadas dieron como resultado las siguientes apreciaciones:

- Sería importante que la Academia Superior de Artes a través del área de Bienestar Institucional realizara por lo menos una olimpiada deportiva interna por semestre, en las siguientes disciplinas:
 - Fútbol
 - Fútbol sala
 - Baloncesto
 - Voleibol
 - Tenis de mesa
 - Bolos
 - Villar

- Les gustaría que se implementara en la Academia Superior de Artes por medio del área de Bienestar Institucional, una charla mensual acompañada de testimonios de vida, algo muy lúdico que no se convierta orientación magistral y en temas como:
 - Drogadicción
 - Jóvenes de hoy
 - Música
 - Entretenimiento
 - Temas de actualidad
 - Sexualidad

- Les parece importante que la Academia Superior de Artes a través del área de Bienestar, realizara cursos cortos en los siguientes temas:
 - Música
 - Danzas

- Bisutería
 - Gastronomía
 - Modas
 - Sistemas
 - Software
 - Fotografía
- Les gustaría que en la Academia Superior de Artes realizaran más actividades culturales y musicales, bienvenida y despedida de semestre.
- Sería bueno que en la Academia Superior de Artes por medio del área de Bienestar, se realizaran convenios efectivos con:
- Gimnasios
 - Consultorios dentales
 - Canchas deportivas
 - Laboratorios fotográficos y almacenes de ropa
 - Entidades de actividades culturales
 - Entidades de financiación

ANEXO 6. Matriz de rastreo de instituciones de educación superior homologas en Medellín que ofrecen Servicios de Bienestar.

INSTITUCIÓN	SERVICIOS
IME Instituto Metropolitano de Educación	AULA BIME(AULA DE DESCANSO) CUENTA CON TV. COJINES Y OTRAS COMODIDADES PARA QUE LOS ESTUDIANTES DENCANSEN EN SUS HORAS LIBRES, ES UN LUGAR DONDE SE PUEDEN VER PELÍCULAS Y CELEBRAR LOS CUMPLEAÑOS DE LOS MISMOS ESTUDIANTES
	MESAS DE PIN-PON
	CONVENIO CON EL GIMNASIO DE LA REMINGTON Y CON INST. DE LA CROSS EN EL POBLADO
	FIESTAS INSTITUCIONALES
	LABORATORIOS DE TELEVISIÓN Y RADIO
	REALIZAN LA JORNADA DE LA SALUD
	REALIZAN LA SEMANA AUDIOVISUAL ENTRE ESTOS TORNEOS DE PIN-PON
	SE HACE UNA FIESTA TEMÁTICA DE BIENVENIDA DE SEMESTRE PARA TODOS LOS ESTUDIANTES SEGÚN LA JORNADA
	EVENTOS CULTURALES
	LES REGALAN A TODOS LOS NUEVOS CUADERNOS
CENSA	GIMNASIO GRATIS
	JORNADAS DE DEPORTE Y SALUD
	FIESTAS INSTITUCIONALES
	SERVICIO MÉDICO
	GUARDERÍA PARA LOS NIÑOS DE LOS ESTUDIANTES Y EMPLEADOS APARTIR DE LOS 3 AÑOS DE 7 AM A 7PM
ESDITEC	ME DEJARON EN LA LINEA
	ACTIVIDADES CULTURALES
	PARTICIPAN EN COLOMBIATEX
	ESTAN GESTIONANDO LOS CONVENIOS CON EL GIMNASIO DE LA AV. ORIENTAL
	NO HAY PARQUEADEROS
POLITECNICO CENTRAL	PARQUEADERO
	LA SEMANA POLITECNISTA
COMPUESTUDIO	CONVENIOS LA UNIV. SALAZAR Y HERRERA, ESCOLME, UNISABANETA.
	NO HAY PARQUEADEROS

	NO HAY CONVENIOS CON GIMNASIOS
ARTURO TEJADA	NO CUENTA CON NINGUNA COMODIDAD PARA LOS ESTUDIANTES
LILOS	HAY PARQUEADEROS
	CONVENIO CON EL GIMNASIO URUS DEL OBELISCO Y LES DAN A LOS ESTUDIANTE BONOS DE DESCUENTOS
UNIV. DE MEDELLIN	GIMNASIO
	MEDICOS Y ENFERMERAS
	CANCHA SINTÉTICA
	PARQUEADERO GRATUITO
	DAN BECAS SOCIALES
	DESCUENTO PARA LA REALIZACIÓN DE DIFERENTES CURSOS DEL 50% PARA ESTUDIANTES Y DEL 20% EGRESADOS
	LOS HIJOS DE LOS EMPLEADOS NO PAGAN MATRÍCULA
	PARA OTROS GRADOS DE CONSANGUINIDAD HACEN DESCUENTOS EN LA MATRÍCULA
	PISCINA
	TEATRO
SALAZAR Y HERRERA	SALUD: ATENCIÓN MÉDICA, SEMANA DE LA SALUD, ASESORÍA PSICOLÓGICA, TALLERES DE CRECIIENTO PERSONAL, ODONTOLOGÍA Y ORTODONCIA
	RECREACIÓN Y DEPORTES: FUTBOL Y FUTBOL DE SALÓN, BALONCESTO, VOLEIBOL, TORNEOS INTERFACULTADES
	GIMNASIO
	CAPILLA
	CULTURA: JORNADAS UNIVERSITARIAS, FESTIVAL DE LA CANCIÓN, EVENTOS CULTURALES
	GESTIÓN DE BECAS
	DESARROLLO DE PROYECTOS Y PROGRAMAS EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD
	FORMACIÓN DE VOLUNTARIOS PARA LA ACCIÓN SOCIAL
PASCUAL BRAVO	GIMNASIO, CLASES DE AERÓBICOS, SPINNING
	ENTRENAMIENTO PARA FUTBOL, FUTBOL DE SALA, VOLEIBOL, BALONCESTO Y NATACIÓN
	SEMILLERO INFANTIL DE FÚTBOL Y NATACIÓN: PARA NIÑOS FAMILIARES DE LA COMUNIDAD INSTITUCIONAL.
	TALLER DE BAILE: CLASES DE PORRO, TANGO, MERENGUE, SALSA Y TROPICAL. HORARIOS
	TALLER DE MÚSICA: CLASES DE GUITARRA, PIANO, BAJO, BATERÍA, TIMBAL, CONGAS, CLARINETE, BONGOES Y CANTO.

	CONFORMACIÓN DE AGRUPACIONES MUSICALES REPRESENTATIVAS DE LA INSTITUCIÓN.
	TALLER DE TEATRO
	CINE CLUB
	JORNADAS TECNOLÓGICAS: ESTÁ POR DEFINIR.
	COMPLEMENTO ALIMENTICIO: PROGRAMA QUE CONSISTE EN OFRECER UN REFRIGERIO A LOS ESTUDIANTES DE ESCASOS RECURSOS ECONÓMICOS Y CON UNA ALTA CARGA ACADÉMICA. SE OFRECEN 150 REFRIGERIOS DIARIOS DE LUNES A VIERNES.
	TIQUETE DE TRANSPORTE ESTUDIANTIL
IDEARTES	OFRECE PROGRAMAS CULTURALES Y LÚDICOS QUE CONTRIBUYAN A LA FORMACIÓN INTEGRAL, EL FORTALECIMIENTO DE LOS VALORES Y EL DESARROLLO DE ESPACIOS DE SOCIALIZACIÓN.
	CONTRIBUIR AL BIENESTAR A TRAVÉS DE PROGRAMAS DE APOYO Y DE PROMOCIÓN ECONÓMICA.
	LA INSTITUCIÓN REALIZARA PROGRAMAS Y ACTIVIDADES QUE CONTRIBUYAN AL CUIDADO FÍSICO Y MENTAL DE LOS INTEGRANTES DE LA COMUNIDAD INSTITUCIONAL.
	CONTRIBUIR AL BIENESTAR A TRAVÉS DE PROGRAMAS DE APOYO Y DE PROMOCIÓN ECONÓMICA.
	FOMENTAR LA EDUCACIÓN AMBIENTAL A TRAVÉS DE CURSOS, CHARLAS, TALLERES, CONFERENCIAS Y EL CLUB DE CAMINANTES.
	GIMNASIO
	ENFERMERÍA
	SALÓN DE JUEGOS
	CONSULTORIO PSICOLÓGICO
	CAMPOS DEPORTIVOS (CONVENIO LIGA ANTIOQUEÑA DE NATACIÓN Y EL INDER)
UNIV. COOPERATIVA DE COLOMBIA	NATACIÓN
	TENIS DE MESA
	FÚTBOL DE SALÓN
	BALONCESTO
	VOLEIBOL
	ACTIVIDAD FÍSICA Y SALUD
	FOMACIÓN ARTÍSTICA EN EXPRESIÓN ORAL, GUITARRA, BAILE DE SALÓN, YOGA, APRECIACIÓN TEATRAL, DANZA ÁRABE, INICIACIÓN CANTO, APRECIACIÓN LITERARIA
	CONSULTA MÉDICA GENERAL
	PROGRAMAS DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN (ANTICONCEPCIÓN, PESO CORPORAL, CITOLOGÍAS, DESPARASITACIÓN, PRESIÓN ARTERIAL, ETC.)

	SALUD OCUPACIONAL.	
	ASESORÍA AL USUARIO ANTE EL SISTEMA GENERAL DE SEGURIDAD SOCIAL	
	GIMNASIO MULTIFUNCIONAL	
CESDE	PROGRAMACIÓN DEPORTIVA SEMANAL DE BALONCESTO, VOLEIBOL, TENIS DE MESA, AJEDREZ, MICROFÚTBOL, BOLOS,	
	ATENCIÓN CLÍNICA PSICOLÓGICA	
	ORIENTACIÓN VOCACIONAL	
	BRIGADA DE SALUD	
	SAFARI CESDE	
	FIESTAS DE INTEGRACIÓN	
	FERIA DEL BIENESTAR	
	CAMINATAS ECOLÓGICAS	
	CENDI	SALA DE AUDIOVISUALES, DISEÑO GRAFICO
		HORARIOS FLEXIBLES PARA CURSOS AISLADOS O DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL.
MÁS DE 100 COMPUTADORES AL SERVICIO DE LOS ESTUDIANTES		
SALA DE AUDIOVISUALES, DISEÑO GRAFICO		

ANEXO 7. Portafolio de Servicios Bienestar Institucional





ACADEMIA
SUPERIOR DE ARTES

Trabajo de grado para optar al título
Especialista en Mercadeo Estratégico

Por: Jairo H. Meneses Ordóñez



Tabla de Contenido

Presentacion.....1
Misión / Visión.....2
Mapa de Procesos.....3
Servicios y Actividades..... 5

Presentación

Presentamos a ustedes el portafolio de servicios y actividades de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín, institución de carácter tecnológico y técnico profesional, quien ha prestados sus servicios durante 50 años, entregando a la ciudad, el departamento y Colombia hombres y mujeres con conocimientos en arte y diseño con protección de ciudad.

De acuerdo con la Ley 30 de 1992, donde se enmarca el Bienestar Institucional, nuestra Entidad, pretende fortalecer esta área administrativa, partiendo desde su artículo 117 que manifiesta: "Las instituciones de Educación Superior deben adelantar programas de bienestar, entendidos como el conjunto de actividades que se orientan al desarrollo físico, psicoafectivo, espiritual y social de los estudiantes, los docentes y el personal administrativo", referencia que hace al papel del Consejo de Educación Superior (CESU) en la determinación de políticas de bienestar.

Esperamos poder entregarle a toda la Comunidad Educativa de la Academia Superior de Artes, espacios y servicios que contribuyan al bienestar y al crecimiento personal y profesional.



Misión

Promover el Bienestar de la Comunidad Educativa Institucional a través de un sistema de servicios múltiples e integrados, que permitan el mejoramiento continuo de la calidad de vida de quienes integran la Academia Superior de Artes. contribuyan al bienestar y al crecimiento personal y profesional.

Visión

Lostrar un modelo de Bienestar Institucional, que contribuya en la formación integral, enmarcado dentro de una concepción del ser humano dinámico y eficiente, capaz de generar transformaciones y asumir posiciones de sentido de pertenencia institucional con proyección de ciudad.

“La responsabilidad de promover el bienestar de la Comunidad Universitaria, le atañe a toda la institución universitaria y no solamente a las dependencias de Bienestar Universitario”



Mapa de Procesos

El del Mapa de Procesos de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín, maneja cuatro aéreas fundamentales como son: Salud Física y Mental, Deporte y Recreación, Arte y Cultura y Promoción Socioeconómica.

BIENESTAR INSTITUCIONAL
ACADEMIA SUPERIOR DE ARTES



MOTIVACION Y EQUILIBRIO

SALUD FISICA Y
MENTAL

DEPORTE Y
RECREACION

ARTE Y CULTURA

PROMOCION
SOCIOECONOMICA



Mapa de Procesos

Salud Física y Mental

Es la manera como se conoce, en términos generales el estado del equilibrio entre una persona y su entorno socio-cultural lo que garantiza su participación laboral, intelectual y de relaciones para alcanzar un bienestar y calidad de vida.

Deporte y Recreación

Se proporciona a la comunidad académica espacios para la ejecución de actividades deportivas y recreativas.

Arte y Cultura

Promover, impulsar y proteger la identidad artística y cultural de los entes activos institucionales, la cultura, la expresión y lo artístico, juegan un papel fundamental dentro de esta rama.

Promoción Socioeconómica

Orientación y apoyo económico a docentes, empleados y estudiantes, además identificación



Servicios y Actividades

y creación de espacios de promoción a sus logros o trabajos.

Área de Salud

Esta área reúne a dos actividades distintas, la salud física y la salud mental, en la Institución se aborda de la siguiente manera:

La salud física :

A nivel institucional se realizan dos jornadas de salud durante los dos periodos académicos la que invita a toda la comunidad académica a participar en eventos como:

- a) Donación de sangre.
- b) Peso saludable.
- c) Masajes anti-estrés.
- d) Consulta de optómetra.
- e) Consulta odontológica.
- f) Cuidados de la piel.
- g) Convenio con el consultorio psicológico de la UPB.
- h) Convenio con la Clínica Conquistadores.

Además se abren espacios para realizar jornadas de vacunación para la comunidad de acuerdo a las campañas a nivel local y nacional que realice el Ministerio de Protección Social.

La salud mental:

La institución cuenta con un consultorio acorde a las necesidades de privacidad de los estudiantes, allí se hace las asesorías psicológicas.

Servicios y Actividades

Salud Ocupacional:

Es importante tener en cuenta que en el consultorio posee dos camillas, una de ellas es móvil para casos de presentarse accidentes en los pisos superiores de la planta física, se cuenta con 3 botiquines de primeros auxilios para la atención primaria de los estudiantes.

Se tiene conformado el Comité Paritario de Salud Ocupacional, "COPASO" de acuerdo con la ley se capacitan en las distintas áreas de salud y prevención, apoyados por la ARP.

Es la manera como se conoce, en términos generales el estado del equilibrio entre una persona y su entorno socio-cultural lo que garantiza su participación laboral, intelectual y de relaciones para alcanzar un bienestar y calidad de vida.

Área Cultural

Promueve diferentes actividades culturales y artísticas, la imaginación, la creatividad y la manifestación de orígenes culturales variados, estimulando el desarrollo de aptitudes; facilitando la expresión y la divulgación de éstas, además de crear mecanismos de participación y divulgación permanente de los trabajos



Servicios y Actividades

artísticos ejecutados por los integrantes de la Academia Superior de Artes.

Se abren semestralmente actividades como:

- a) Talleres de teatro.
- b) Cursos de Baile de ritmos modernos, de salón y tropicales en convenio con academias de baile reconocidas en el medio local.
- c) Cursos de dibujo.
- d) Promoción de actividades extracurriculares como concursos de diseño (Etiqueta Pilsen para la feria de las flores), concursos de elaboración de cortometrajes (Premios Hetores). Se proporciona a la comunidad académica espacios para la ejecución de actividades deportivas y recreativas.

Área deportiva

Objetivo del Área de Deportes:

Facilitar a la comunidad institucional el derecho y la oportunidad de la práctica deportiva y la recreación, creando las condiciones materiales y espirituales que ofrezcan el cumplimiento de los principios constitucionales sobre deporte y recreación, contribuyendo así al bienestar social y al desarrollo integral de los miembros de la comunidad institucional.

Se busca generar el mejoramiento de la calidad de vida, el uso del tiempo libre y el sano esparcimiento de la comunidad académica por medio de las diferentes actividades como:

Servicios y Actividades

- a) Alquiler de canchas sintéticas de fútbol para la práctica deportiva.
- b) Prestamos de canchas de vóley playa.
- c) Prestamos de canchas de tenis de mesa.
- d) Convenios con gimnasios.
- e) Convenio con la liga de natación.
- f) Convenio con la liga de patinaje.
- g) Convenio con la liga de tenis de campo.
- h) Jornadas deportivas de integración estudiantil.

Área Socioeconómica

El área socioeconómica ofrece a los estudiantes de la institución los convenios con entidades como el fondo EPM, el Icetex y el Banco Pichincha; con el fondo EPM se busca fomentar el ingreso de los estudiantes a este beneficio, se tienen canales adecuados para la divulgación y socialización de todas las actividades que allí se realizan, la información llega a los estudiantes de diferentes maneras, vía internet, cartelera institucional y en la página oficial del fondo EPM.

Los estudiantes inscritos son contactados en caso de ser seleccionados como beneficiarios.



Servicios y Actividades

para informarle los pasos a seguir y que sean orientados por la asesora del Fondo EPM.

El Banco Pichincha ofrece los servicios de crédito educativo de forma ágil, se les brinda la posibilidad que por medio de volantes y de los asesores de la entidad visiten la Institución de forma frecuente durante el año académico.

Desde el departamento de Tesorería se les informa a los estudiantes sobre la forma de acceder al crédito ICETEX, y al fondo de presupuesto participativo, se les entregan los datos de ubicación y los requisitos para acceder a él.

Medios de divulgación.

Actualmente, la Jefatura de Bienestar Institucional de la Academia Superior de Artes de Medellín, cuenta con tres elementos fundamentales de divulgación: el correo electrónico, la cartelera de bienestar y el sistema voz a voz.

¡Anímate y participa con nosotros de todas y cada una de las actividades de Bienestar Institucional!



Portafolio de Servicios

Bienestar Institucional
Copyright Septiembre de 2012
Primera Versión

