

Tarea 3

Nicolás GÓMEZ MORGADO

Gestión Estratégica

5 de junio de 2024

1. Desarrollar 3 estrategias competitivas para que la UBB logre el aumento de matriculas de alumnos nuevos el año 2025, argumentando y explicando cuáles son las 3 variables más importantes a considerar en el análisis.

Para desarrollar estrategias competitivas en la toma de decisiones que aumenten la matrícula de nuevos alumnos en la Universidad del Bío-Bío, es necesario realizar un análisis FODA. Este análisis permitirá identificar variables específicas y centradas en el entorno interno y externo de la institución.

Elementos internos del análisis

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ■ Su tamaño y locaciones en dos regiones del país ■ Recorrido histórico y prestigio en la región ■ Oferta académica variada ■ Cercanía con empresas y organizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Descontento estudiantil en mas de una oportunidad ■ Seguridad del campus y alrededores ■ Publicidad negativa ■ Desconocimiento de la institución misma

Elementos externos del análisis

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ■ Multitud de nuevos estudiantes que buscan educación superior ■ Crecimiento de la población en la región ■ Aumento de la demanda de educación superior ■ Nuevas ofertas académicas y tecnológicas en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Competencia con otras universidades ■ Aumento de la exigencia de calidad en la educación ■ Cambio en las políticas educativas del estado ■ Dependencia del financiamiento estatal

Una vez identificadas estas variables, nos enfocaremos especialmente en las fortalezas, debilidades y oportunidades. Estos son los factores sobre los cuales la institución puede influir, considerando especialmente aquellos que lógicamente afectarán más el nivel de matrículas en los próximos años.

a) **Estrategia 1:** *Aumentar la oferta académica*

La Universidad del Bío-Bío cuenta con una oferta académica variada, sin embargo, se puede mejorar y aumentar la cantidad de carreras y programas que se ofrecen, de esta manera se puede atraer a un mayor número de estudiantes que buscan una carrera en específico.

Variables a considerar:

- Oferta académica
- Demanda de educación superior
- Crecimiento de la población en la región

b) **Estrategia 2:** *Mejorar la publicidad y la imagen de la institución*

La publicidad negativa y el desconocimiento de la institución misma son factores que pueden afectar la decisión de los estudiantes de elegir la UBB como su casa de estudios. Por lo tanto, es necesario mejorar la imagen de la institución y realizar una campaña publicitaria que muestre ventajas y elementos de aprendizaje que ofrece la universidad.

Variables a considerar:

- Publicidad
- Desconocimiento de la institución
- Crecimiento de la población en la región

c) **Estrategia 3:** *Establecer alianzas con empresas y organizaciones*

La cercanía con empresas y organizaciones es una fortaleza de la UBB, por lo que se puede aprovechar esta oportunidad para establecer alianzas que permitan a los estudiantes realizar prácticas profesionales y acceder a oportunidades laborales una vez que se gradúen.

Variables a considerar:

- Cercanía con empresas y organizaciones
- Demanda de educación superior
- Aumento de la exigencia de calidad en la educación

En conclusión, se pueden desarrollar muchas estrategias competitivas para aumentar o fomentar la matrícula de alumnos nuevos en la Universidad del Bío-Bío, sin embargo, es importante considerar las variables más importantes para la toma de decisiones, ya que estas pueden afectar directamente el éxito o fracaso de la estrategia.