



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO
CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO
ACTA No. 090 de 2018

- FECHA:** 7 de diciembre de 2018
- LUGAR:** Salón 402, Fundación Universitaria María Cano - Medellín
- HORA:** 10:00 a.m.
- ASISTENTES:** Ligia González Betancur, Consejera
César Augusto Pérez González, Consejero
Jairo Hernández Navas, Consejero
Sergio Serna Hernández, en representación de la Consejera Nhorela Hernández de Serna
Guillermo Gaviria Zapata, Consejero
Hugo Alberto Valencia Porras, Rector
Diana María Gaviria Palacio, Secretaria General
Isabel Cristina Espinosa Duque, Representante de los Estudiantes
Silvia Patricia Peñaranda Padilla, Representante de los Profesores
Mary Luz Osorio Montoya, Representante de los Egresados
- INVITADOS:** Oscar Alberto Gaviria Palacio, Vicerrector Administrativo
Jorge Albeiro Herrera Builes, Vicerrector Académico
Carlos Julio Escobar Noreña, Vicerrector Extensión y Proyección Social
Gustavo Ríos Fernández, Director Planeación y Calidad

ORDEN DEL DÍA

1. Verificación del quórum
2. Lectura y aprobación del Acta Ordinaria No. 089 del 20 de noviembre de 2018
3. Plan de acción 2019
4. Comportamiento de los ingresos de Extensión
5. Área de Mercadeo
6. Proposiciones y varios

DESARROLLO DEL ORDEN DEL DÍA

1. Verificación del quórum.

Se verifica y se constata que existe quórum para deliberar.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO
CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO
ACTA No. 090 de 2018

2. Lectura y aprobación del Acta Ordinaria No. 089 del 20 de noviembre de 2018

Se aprueba por unanimidad el Acta N° 089 del 20 de noviembre de 2018; la cual fue enviada previamente a los miembros del Consejo.

3. Plan de Acción 2019

El director de Planeación y calidad realiza la presentación del Plan de Acción para la vigencia 2019, el cual da cuenta de la planificación para el logro de los compromisos institucionales con su Plan de Desarrollo al 2026, describiendo la ruta metodológica que se llevó a cabo para su construcción y sus principales metas por línea estratégica. ***Se anexa el informe.***

Las metas que integran el Plan de Acción Institucional para el 2019 incluyen los siguientes conceptos:

- Las metas que no se lograron al 100% en el 2018, según su evaluación de ejecución.
- Metas definidas en el Plan de Desarrollo para el 2019.
- Metas originadas de los procesos de autoevaluación.
- Metas originadas por el seguimiento a los procesos y las auditorías internas y externas.

La Dirección de Planeación y Calidad socializó la metodología para la medición del Plan de Acción de 2018, la identificación de las metas requeridas para el 2019 con el cronograma de construcción del Plan y entregó a los líderes de área los insumos y formatos necesarios.

Las áreas procedieron a la formulación del plan indicando para cada meta su conjunto de actividades, el presupuesto requerido para la ejecución y el indicador a través del cual se va a medir su cumplimiento. Posteriormente, cada uno de los Vicerrectores según su línea estratégica correspondiente realizó la consolidación y aprobación.

Además del trabajo realizado por la Vicerrectoría Administrativa y Financiera para la definición del Presupuesto Institucional, de manera específica, la Dirección de Planeación y Calidad revisó el presupuesto construido por cada una de las facultades y áreas de la Institución asociados a las actividades que se van a llevar a cabo para el cumplimiento de metas programadas en el plan de acción para la vigencia 2019. Posteriormente el presupuesto fue consolidado por las vicerrectorías, la Dirección Financiera y Contable y la Dirección de Planeación y Calidad, se realizaron las revisiones y los ajustes pertinentes.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO
CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO
ACTA No. 090 de 2018

El Plan de Acción 2019 pasó por diferentes niveles de aprobación, desde lo operativo por los líderes de área a lo estratégico por Rectoría y las vicerreorías para presentarlo finalmente ante el Consejo Superior.

Al plan se le realizarán seguimientos mensuales a través de los grupos primarios de las vicerreorías y la Dirección de Planeación y Calidad mantendrá las mediciones trimestrales del cumplimiento de acciones (Gestión) y de metas (resultados).

El informe fue acogido sin observaciones por parte del Consejo Superior.

4. Comportamiento de los ingresos de Extensión

El Vicerrector de Extensión y Proyección Social inicia la presentación del Comportamiento de los ingresos de Extensión, indicando que las cifras presentadas en el informe fueron cotejadas por la Sección Financiera de la Institución.

Estos resultados son el fruto y el esfuerzo de toda una Institución, a partir de la articulación de sus capacidades de docencia e investigación, por generar relacionamiento con el entorno para atender necesidades de la sociedad; es decir, el Proceso Misional de la Extensión y Proyección Social.

El Vicerrector plantea una serie de preguntas antes de presentar los resultados indicando que todas serán resueltas en la presentación. A renglón seguido, definió los resultados obtenidos en 2018 para las siguientes fuentes de conocimiento:

- Facultad de Ciencias de la Salud
- Facultad de Ciencias Empresariales
- Facultad de Ingeniería
- Centro de Formación Avanzada y Continua
- Sedes de Cali, Neiva y Popayán
- Centro de Idiomas
- Idiomas en las Sedes de Cali, Neiva y Popayán
- Bienestar Institucional
- IPS María Cano
- Formación Continua Institucional
- Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial - CIDE
- Servicios corporativos



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO
CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO
ACTA No. 090 de 2018

Entre los datos presentados resalta el valor que se obtuvo a través del servicio de *fundraising* liderado en Bienestar Institucional, donde la empresa donante entrega el 125% del valor de matrícula de los becados.

También explica la importancia de los servicios corporativos presentados, pues para el año 2018 se formularon proyectos por 2.114 millones de pesos y fueron aprobados de estos 951 millones, es decir, un 45% del total del valor de los proyectos formulados.

Dentro de las organizaciones que fueron atendidas con servicios de Extensión y Proyección Social de la Institución tenemos:

- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar – ICBF
- Universidad del Rosario
- ARL SURA, Administradora de Riesgos Laborales
- Colanta
- Federación Nacional de Agentes Aduanales de Honduras – FENADUANAH
- CREAME Incubadora de Empresas
- Alcaldía de Medellín

En programas servidos por fuera de Colombia, se contó con actividades formativas de extensión universitaria en Argentina, Panamá, Honduras y México. En el año 2018 se duplicaron los convenios internacionales para llegar a 29 en total (6 en México, 5 en España, 5 en Argentina, 5 en Chile y 3 en Estados Unidos; Honduras, El Salvador, Panamá, Bolivia y Venezuela, cada uno con un convenio).

La facturación por estas actividades internacionales de Extensión y Proyección Social en 2018, superó en más de tres veces los ingresos del año 2017.

La participación porcentual por fuentes de conocimiento en la generación de estos ingresos, la lidera la Facultad de Ciencias de la Salud con un 28%, luego Centro de Idiomas con un 23% y, en tercer lugar, la Facultad de Ciencias Empresariales con un 13%.

Dentro de los datos más representativos se contó con más de 4.700 estudiantes matriculados en programas de Formación Continua, 129 programas abiertos en el año, 23 Diplomados, 2 pasantías Internacionales, 63 cursos de inglés (distintos del inglés curricular) y se presentaron 215 exámenes APTIS (la María Cano es la única universidad en Medellín autorizada por el British Council para prestar este servicio).



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO
CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO
ACTA No. 090 de 2018

Al cierre del año, los ingresos por Extensión y Proyección Social de la Institución, superan los 2.465 millones de pesos, sobre una meta de 1.650 millones, es decir que se superó la meta en un 49% adicional al reto establecido para el año 2018.

Los excedentes que se generaron por esta actividad para el año, corresponden a 886 millones. Aclara el Vicerrector que los mismos se verán mermados debido a que a partir de 2018, toda la operación de la IPS (en términos financieros) empieza a ser soportada desde esta Vicerrectoría con los recursos generados por servicios de extensión y no por los de pregrado.

Para el año 2019, la meta propuesta de facturación por Extensión y Proyección Social es de 3.000 millones de pesos, lo que podrá representar un 10% de los ingresos institucionales, superando ampliamente los estimados en el Plan de desarrollo propuesto para 2019, ajustando el Plan de acción del año.

Se anexa el informe.

Una vez culminada la presentación, los Consejeros acogen el informe presentado sin observaciones.

5. Área de Mercadeo

El Jefe de Mercadeo presenta las Estrategias Posicionamiento de marca que se han trabajado durante el 2018 y cómo éstas permiten dar a conocer la institución. Se mostraron las acciones que responden al fortalecimiento de la identidad y el reconocimiento del cliente por la María Cano durante el año 2018.

El mercadeo de la María Cano se ha realizado en 2018 a través de 3 líneas estratégicas:

- Línea de Marketing tradicional con Radio, prensa y tv
- Línea de Marketing interactivo con un plan de marketing digital
- Línea de marketing alternativo a través de algunas acciones como: ferias, eventos, convenios, Emailmarketing, telemercadeo, sms, mensajes de voz, asistencia a través de WhatApps, mensajes focalizados a través de piezas con fotografías de los estudiantes.

Estas son acciones que responden al fortalecimiento de la identidad y el reconocimiento del cliente por la María Cano



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MARÍA CANO
CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO
ACTA No. 090 de 2018

Continuando con el informe se presentan las estrategias para asegurar los ingresos de pregrados de 2019-1, posgrados y cursos de extensión.

Se anexa el informe.

Concluida la presentación surgen algunas observaciones por parte de los integrantes del Consejo Superior:

La consejera Ligia González manifiesta la importancia de tener en cuenta la medición del impacto de visibilidad y recomienda:

- Continuar trabajando de la mano con comunicaciones todas las estrategias de la marca.
- Continuar fortaleciendo el mercadeo digital con los distintos públicos.
- Darle valor a la marca a través de las estrategias.
- Intensificar el mercadeo relacional con los estudiantes y aspirantes.

El consejero Jairo Hernández sugiere preparar para el mes de enero el brochure con todos los programas de la María Cano.

6. Propositiones y varios

No se presentaron.

Para constancia, se firma a los 7 días del mes de diciembre de 2018.

LIGIA GONZÁLEZ BETANCUR
Presidenta

DIANA MARÍA GAVIRIA PALACIO
Secretaria