Informe de Gestión 2020

Fecha: 30 de diciembre 2020

Uniempresarial
Fundación Universitaria Empresarial

Directivos

Presidente del Consejo Superior Universitario
Nicolás Uribe Rueda

Rectores:
Sonia Arciniegas
Betancourt Carl Henrik
Langebaek Rueda

Secretaria General
Nidia Johanna Robles Villabona

Vicerrectora Académica:
Yasmín Molina Rojas

Vicerrector de Proyección Empresarial y Relacionamiento con el Entorno
Jorge Mario Hurtado Rodríguez

Gerente de Planeación y Aseguramiento de la Calidad
Emma Emira Carrión Rodríguez

Gerente de Talento Humano
Luz Yazmin Lizarazo Jiménez

Gerente de Mercadeo y Admisiones
Dorys Andrea Sotelo Carreño

Gerente Administrativo y Financiero
Andrés Carrillo Gil

INFORME DE GESTIÓN PLAN DE ACCIÓN 2020

Una vez establecidos los pilares estratégicos y las 21 iniciativas estratégicas se inicia la ejecución de las mismas proporcionando resultados trimestrales para los periodos Enero-marzo, abril- junio y Julio – septiembre, como se describirá en este informe. Es de resaltar que, algunas de las iniciativas cuentan con varios proyectos e indicadores de medición de acuerdo con las actividades presupuestadas al iniciar el año 2020. La combinación de estos dos factores (pilares e iniciativas) constituyen el Plan de acción para el año 2020 periodo que está contemplado dentro de la planeación estratégica para el periodo 2020-2025.

Como resultado global por pilares estratégicos, el avance alcanzado para los periodos en mención cuenta con un cálculo promedio ponderado, que facilitará la lectura y la evaluación de sus resultados, por otra parte, no es acumulativo, lo que permite una lectura trimestral individual y un total de avance con corte enero - septiembre como lo muestra la siguiente tabla y gráfica:

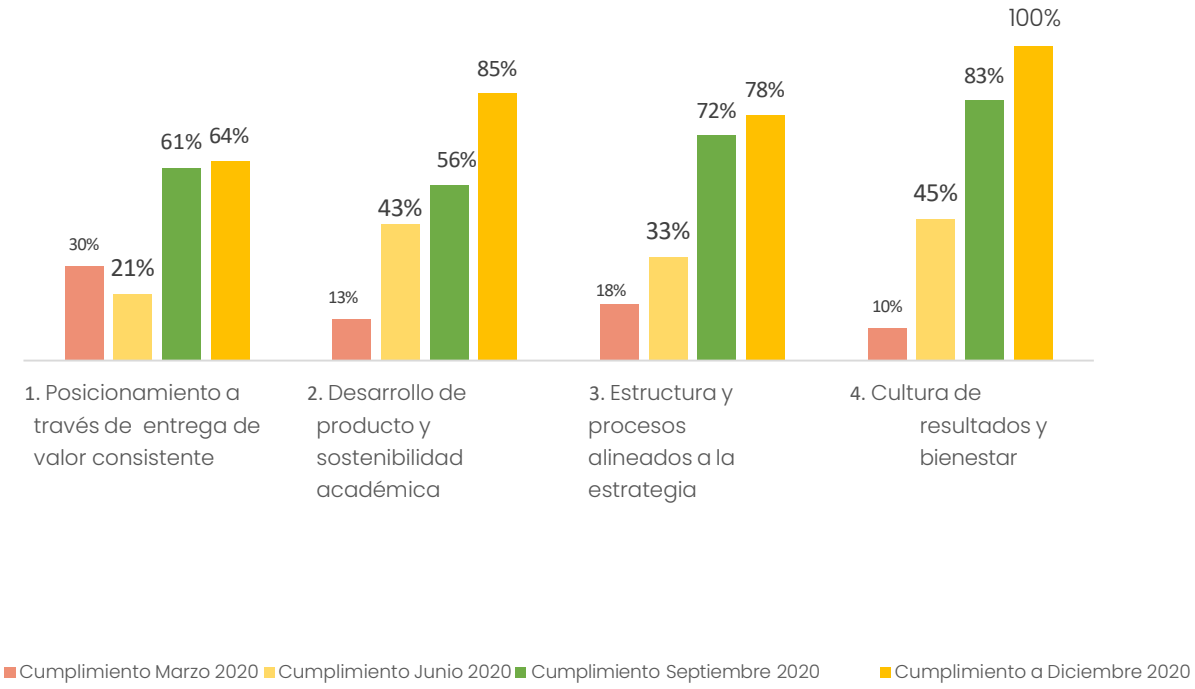
Tabla de valoración global avances por pilares estratégicos Plan de Acción 2020

Pilares estratégicos	Cumplimiento Marzo 2020	Cumplimiento Junio 2020	Cumplimiento Septiembre 2020	Cumplimiento a Diciembre 2020
1. Posicionamiento a través de entrega de valor consistente	30%	21%	61%	64%
2. Desarrollo de producto y sostenibilidad académica	13%	43%	56%	85%
3. Estructura y procesos alineados a la estrategia	18%	33%	72%	78%
4. Cultura de resultados y bienestar	10%	45%	83%	100%

Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de acción 2020.

La estrategia número 5 Sostenibilidad financiera no se incluye en la medición de los resultados globales del Plan de acción, debido a que son indicadores de carácter financiero que dependen de las ejecuciones monetarias y sus formas de medición no permiten una comparación con los demás pilares, por esta razón su descripción y resultados se harán de manera independiente.Avance Plan de

Acción enero - diciembre de 2020



Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de acción 2020.

Primer pilar estratégico: Posicionamiento a través de entrega de valor consistente: Este pilar está constituido por 8 iniciativas estratégicas, que cuentan por proyecto específicos como lo muestra la siguiente tabla y gráfico:

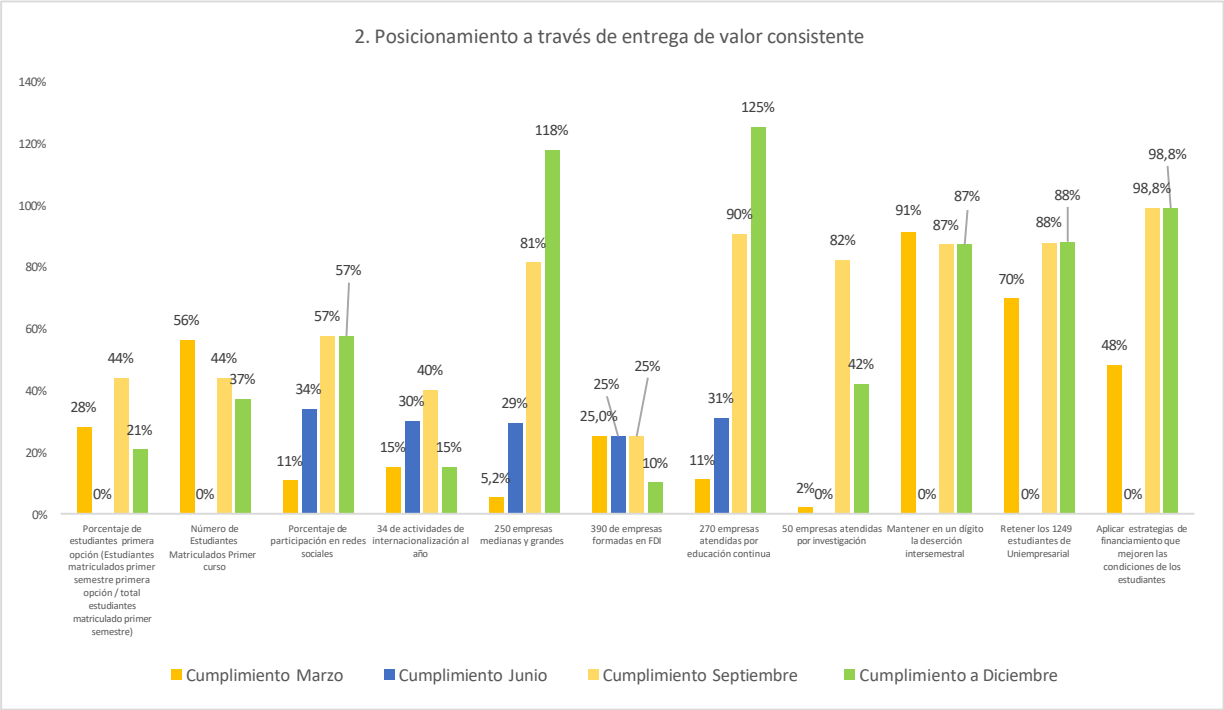
Pilar estratégico: Posicionamiento a través de la estrategia de valor consistente Plan de Acción 2020

EJE ESTRATÉGICO	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	Indicadores de medición	Cumplimiento Marzo	Cumplimiento Junio	Cumplimiento Septiembre	Cumplimiento a Diciembre	Meta 2020
2. Reciprocidad	2.5 Posicionar a Uniempresarial por el alto impacto en el desarrollo humano y empresarial de Bogotá	Porcentaje de estudiantes primera opción (Estudiantes matriculados primer semestre primera opción / total estudiantes matriculado primer semestre)	28%	N/A	44%	21%	93%

		Número de Estudiantes Matriculados Primer curso	56%	N/A	44%	37%	68%
2. Reciprocidad	2.5 Posicionar a Uniempresarial por el alto impacto en el desarrollo humano y empresarial de Bogotá	Porcentaje departicipación en redes sociales	11%	34%	57%	57%	82,6%
3. Diferenciación	3.4 Consolidar la internacionalizació n focalizada involucrando a las empresas en prácticas exitosas del Modelo Dual	34 de actividades de internacionalización al año	15%	30%	40%	15%	100%
3. Diferenciación	3.1 Transformar los currículos para que sea más efectiva la articulación entre teoría y práctica	250 empresas medianas y grandes	5,2%	29%	81%	118%	118%
		390 de empresas formadas en FDI	25,0%	25%	25%	10%	85%
2. Reciprocidad	2.4 Promover el diseño de nichos empresariales que soporten la oferta académica y la investigación	270 empresas atendidas por educación continua	11%	31%	90%	125%	
		50 empresas atendidas por investigación	2%	0%	82%	42%	126%
1. Transformación	1.1 Generar las condiciones académicas y de apoyo para que los estudiantes puedan desarrollar su proyecto de vida	Mantener en un dígito la deserción intersemestral	91%	N/A	87%	87%	
		Retener los 1249 estudiantes de Uniempresarial	70%	N/A	88%	88%	
3. Diferenciación	1.3 Garantizar un tamaño de población estudiantil que	Aplicar estrategias de financiamiento que mejoren las condiciones de	48%	N/A	98,8%	98,8%	

	sea coherente con la dinámica institucional	los estudiantes					
1. Transformación	1.4 Consolidar una red de egresados con sentido de fomento de la contribución social de Uniempresarial	NPS positivo				-6	
Promedio por periodo			**30%**	**21%**	**61%**	**64%**	**96%**

Fuente: Gerencia de Planea ción y Aseguramiento de la Calidad. Plan de acción 2020



Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de acción 2020

1) **El proyecto de Posicionamiento comercial y mercado** cuenta con dos indicadores:

   - **Porcentaje de estudiantes nuevos que escogen Uniempresarial como primera opción**: Con una meta del 15% de estudiantes nuevos que escogen a Uniempresarial como primera opción, para el primer semestre se cuenta con 28 estudiantes de 161 con esta característica, representando el 18% y para el segundo periodo con 15 estudiantes de 92 que representa un total de 16%, reflejando el cumplimiento de la meta a 2020. Es importante señalar que la selección de estudiantes nuevos para el primer periodo del año 2021, inicia en octubre de 2020 arrojando que de los 52 estudiantes matriculados el 20,63% escogen a Uniempresarial como primera opción.

   - **Número de estudiantes matriculados en primer curso**: De una meta de 374 anual para el primer periodo académico se reciben 161 estudiantes de 284 proyectados, indicador que refleja un 56% de cumplimiento, mientras que para el segundo semestre se matricula un total de 92 estudiantes de los 210 proyectados arrojando un cumplimiento del 44% anual.

2) **Estrategia de posicionamiento institucional**: Para la medición de esta iniciativa se definieron indicadores relacionados con el total de seguidores de las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn con el indicador de número de seguidores en las redes sociales 40.415 seguidores que corresponde a un 82,64 con respecto al año anterior.

3) **Plan de fortalecimiento de la Internacionalización Uniempresarial:** Esta iniciativa recoge 4 indicadores así: Porcentaje de graduados con experiencia internacional, Número de acciones relacionamiento estratégico en DHLA y ACBSP u otros aliados externos, Número de acciones específicas para la gestión de la Política de Internacionalización Uniempresarial y Número de estrategias de Internacionalización en casa y del currículo con impacto institucional (clases sincrónicas, currículo internacionalizado y dobles titulaciones).

   Estas actividades se centraron en la participación de directivos, administrativos, docentes y estudiantes en eventos de carácter internacional

como: eventos de representación en ACBSP en Kansas City, Taller Virtual Nuevos Estándares de Acreditación Internacional, Conferencia Anual Virtual de ACBSP 2020, Torneo Company Game (5 equipos), IV Congreso de Decanos y Directores de la Región 9 ACBSP y la participación como investigadores en los proyectos Medición de Satisfacción NPS y Centennials latinoamericanos en el mundo laboral, junto con la asistencia al Comité Central DHLA, que en peso porcentual representa un **100%** de la meta propuesta para el año 2020.

4) **Gestión y vinculación de empresas coformadoras medianas y grandes**: Este proyecto cuenta con dos (2) indicadores de acuerdo con la modalidad dual que caracteriza a Uniempresarial: 250 empresas activas grandes y mediana. Para este indicador se ajusta la metodología buscando pasar de empresas pequeñas a empresas a medianas y grandes, condición que dio lugar a la selectividad de las mismas, arrojando como resultado, que se cuenta con un total de 290 empresas coformadoras activas y con estudiantes en periodo de práctica, con un avance de 118% en el periodo de análisis.

   El segundo indicador tiene que ver con la formación en el FDI (instructores de las empresas coformadoras), indicador que para los años anteriores no superaba el 20% de los instructores de las empresas coformadoras, para el periodo de análisis se fortalece la formación de formadores y se capacita un total de 250 empresas formadas que representan un 85% de 390 propuesta para el año.

5) **Desarrollo de consultorios empresariales y servicios especializados para micro y pequeñas empresas**: Para esta iniciativa se definieron dos indicadores: atención de empresarios por cursos de educación continua y transformar el modelo de la investigación aplicada.

   Las actividades realizadas durante el periodo de análisis, relacionada la oferta en educación continua, logró un avance porcentual del 100% de la meta propuesta para el 2020 con la siguiente caracterización:

Seminarios y cursos de educación continua Plan de Acción 2020

Seminarios y cursos	No. Empresarios	Ingresos financieros
Gestión de proyectos de eficiencia energética	30 empresarios	$18.500.000
Diplomado en Insolvencia	19 abogados empresarios	$42.400.000
Seminario Amigable	15 abogados empresarios	$ 24.330.000
Taller de Bioseguridad	20 empresarios	$ 4.150.000
Remanso: (Profesionalización Directivos Funerarios)	30 empresarios	$ 39.447.000
Remanso: (Planeación Estratégica)	30 empresarios	$ 5.500.000
Cámara de Comercio de Bogotá	100 empresarios	$ 100.000.000
Certificaciones de Industria	20 empresarios	$ 2.660.000
(Universidad Santo Tomás, Konrad Lorenz, CREG, (Unisevilla, (Uniminuto)	56 empresarios	$ 63´360.000
TOTAL	**320 empresas atendidas**	**$278.450.000**

Fuente: Vicerrectoría de Proyección Empresarial. 2020

Frente a la investigación aplicada con una meta del 106 Empresas coformadoras que generaron impacto en la consultoría, durante el periodo se atendieron 98 empresas con un cumplimiento del 196%.

6. Proyecto de Modelo de bienestar, permanencia y graduación oportuna: Esta iniciativa presenta los resultados del indicador de retención estudiantil intersemestral, que muestra un valor no acumulativo trimestral, arrojando como resultado que para el periodo julio-septiembre decrece en un 4% con respecto a la meta propuesta para el año 2021; pasando del 91% a 87%, la razón de este resultado se asocia a la deserción intersemestral, resultado de la situación de salud pública del COVID19.

   Número de matrículas al año: Para el primer periodo académico se contó con un total de 955 estudiantes matriculados que corresponde a un 69,5% de la meta, para el segundo semestre se matricularon un total de 753 estudiantes

arrojando un cumplimiento del 87,5%.

7. Modelo educativo de Financiación:

Es importante resaltar que las medidas de apoyo al estudiante están representadas en tres frentes fundamentalmente: Descuentos aprobados por el Consejo Superior Universitario, becas otorgadas por organismos externos y los apoyos registrados a través de los convenios interinstitucionales de coformación, actividades que se constituyen en un apoyo a los estudiantes.

En este sentido, para el primer periodo académico donde se matricularon 955 estudiantes de los cuales 464 de estudiantes reciben descuentos otorgados por el CSU y 8 becas por instituciones externas como Banco Bogotá Fundación Neme y alianza estratégicas entre CCB, CORFERIAS y Uniempresarial, Alianza con centro de conciliación CCB, que representan un 48,5% de estudiantes apoyados financieramente, como lo muestra el siguiente cuadro:

Beneficios descuentos y becas 2020-1

	No. Total de estudiantes	**No. De estudiantes beneficiados**	**Descuento**
Primer periodo Académico 2020	955	464	10% por pronto pago
		8	Banco Bogotá, Fundación Neme Alianzas estratégicas entre CCB, CORFERIAS y UE.
		472	**TOTAL BENEFICIADOS 48,5%**

Fuente: Gerente Administrativa y Financiera. 2020

Para el segundo periodo académico, el comportamiento de los descuentos, apoyos y becas es el siguiente:

Beneficios descuentos y becas 2020-2

	No. Total de estudiantes	No. De estudiantes beneficiados	Descuento
Segundo periodo Académico 2020	752	624	30% apoyo COVID19
		8	Banco Bogotá, Fundación Neme Alianzas estratégicas entre CCB, CORFERIAS y UE.
		32	25% apoyo COVID19 nuevos
		62	50% apoyo CCB 'Empresario forma Empresario'.
		2	80% colaboradores
		728	**TOTAL, BENEFICIADOS 96,8%**

Fuente: Gerente Administrativa y Financiera. 2020

Por otra parte, los apoyos que otorgan las empresas coformadoras a los estudiantes a través de los convenios de formación son:

Beneficios otorgados por Empresas coformadoras a los estudiantes

	No. Total de estudiantes	No. De estudiantes beneficiados	Beneficio	Valor Apoyo
Año 2020 Empresas - coformadoras	413	25	Empresa coformadoras 50%	$64.125.000
		220	Sostenimiento mensual aproximado	$719.000.000
		245	**TOTAL, Beneficiados 59,3%**	$783.525.000

Fuente: Gerente Administrativa y Financiera. 2020

Segundo pilar estratégico: Desarrollo de producto y sostenibilidad académica.

El segundo pilar estratégico contempla la creación de la fábrica de producto, el desarrollo de la universidad virtual y los procesos relacionados con la

autoevaluación y acreditación Nacional e Internacional, cuyos avances se reflejan en el siguiente cuadro:

Pilar estratégico 2: Desarrollo de producto y sostenibilidad académica consistente

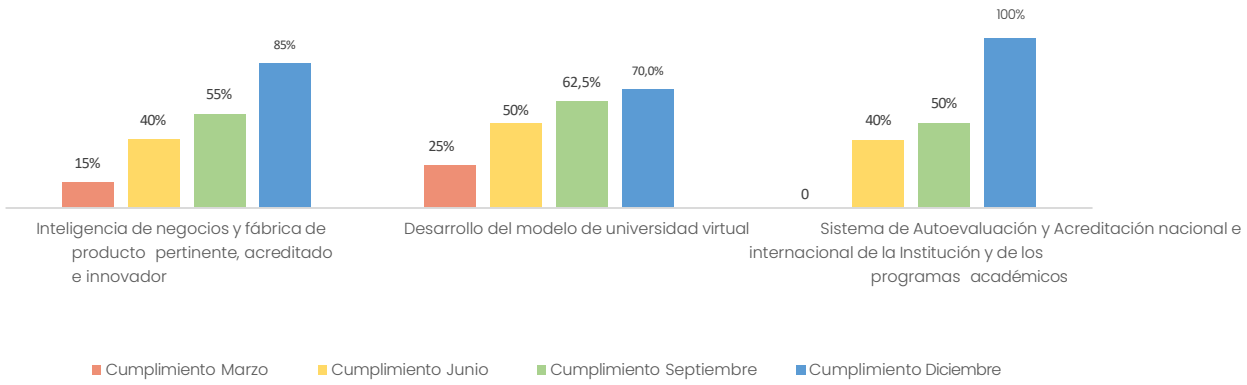
Plan de Acción 2020

EJE ESTRATÉGICO	DIRECCIONAMIENTO ESTRTÉGICO	Iniciativas estratégicas	Indicadores de medición	Cumplimiento Marzo	Cumplimiento Junio	Cumplimiento Septiembre	Cumplimiento a Diciembre	Meta 2020
3. Diferenciación	3.2 Ampliar la oferta de programas de pregrado que promuevan la competitividad de Bogotá	Inteligencia de negocios y fábrica de producto pertinente, acreditado e innovador.	5 programas académicos al año y 20 diplomados	15%	40%	55%	85%	100%
		Desarrollo del modelo de universidad virtual.	Exploración en el mercado 100% Capacitación con la universidad del área andina (24 docentes) 100% Construcción de los documentos de un modelo de formación virtual 5% Construcción de OVAS para la cátedra Uniempresarial 20% 100% de avance de la primera fase	25%	50%	62,5%	70,0%	100%
3. Diferenciación	3.3 Cumplir criterios de calidad nacional e internacional	Sistema de Autoevaluación y Acreditación nacional e internacional de la Institución y de los programas académicos.	Aplicación de 2 autoevaluaciones, Estructuración y presentación de 1 documento de pre registro institucional, 1 programa de pregrado y 1 programa de especialización en la plataforma del SACES MEN, 3 Actualizaciones de los programas de posgrado. en el SACES MEN	0	40%	50%	100%	100%

Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de Acción 2020

El avance de este pilar y de sus iniciativas cobran importancia en la medida en que su función es la creación y sostenimiento de la oferta académica de Uniempresarial y la medición de la calidad que retroalimenta la validación de los compromisos de la Institución con la comunidad académica y los actores de los procesos académicos y de prácticas, en esta dirección, el avance según las metas propuestas para el año 2020 se reflejan en el siguiente gráfico:

2. Desarrollo de producto y sostenibilidad académica.



Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de Acción 2020.

El pilar cuenta entonces con los siguientes resultados por iniciativa:

Inteligencia de negocios y fábrica de producto: La estructuración y el funcionamiento de la fábrica de producto se constituye en un ejercicio permanente de la académica en tanto que permite contar con soportes documentales que proporcionaron: La estructuración de 3 documentos de

modificación curricular que se radicaron en el SACES (Sistema del MEN) de las siguientes especializaciones: Alta Gerencia, Finanzas y Relaciones Internacionales y Marketing (en espera del concepto del MEN).

Una (1) especialización y un pregrado de la escuela de industrias creativas aprobadas por el consejo superior, 6 programas actualizados de la oferta académica de Uniempresarial, que se radicará una vez el Consejo Superior Universitario los apruebe, estos mismos se solicitará el registro único para que se ofrezcan en la jornada flexible y en la modalidad empresarial.

En el modelo de Universidad virtual se realizó la primera fase con la Fundación Universitaria del Área Andina y se inicia la segunda fase de proyecto relacionada con la capacitación en construcción de los objetos virtuales de aprendizaje.

En relación con los sistemas de Calidad se realizó la aplicación de las dos encuestas de autoevaluación, se realizó el comité central de Autoevaluación, el comité académico del CSU, para socializar sus resultados, junto con el reporte al SACES de las modificaciones curriculares de las especializaciones, la estructuración del documento de pre registro (con los correspondientes anexos) y el registro en la plataforma del MEN, actualmente se encuentra en la fase de nombramiento de pares académicos para la correspondiente visita.

Tercer pilar estratégico: Estructura y procesos alineados a la estrategia.

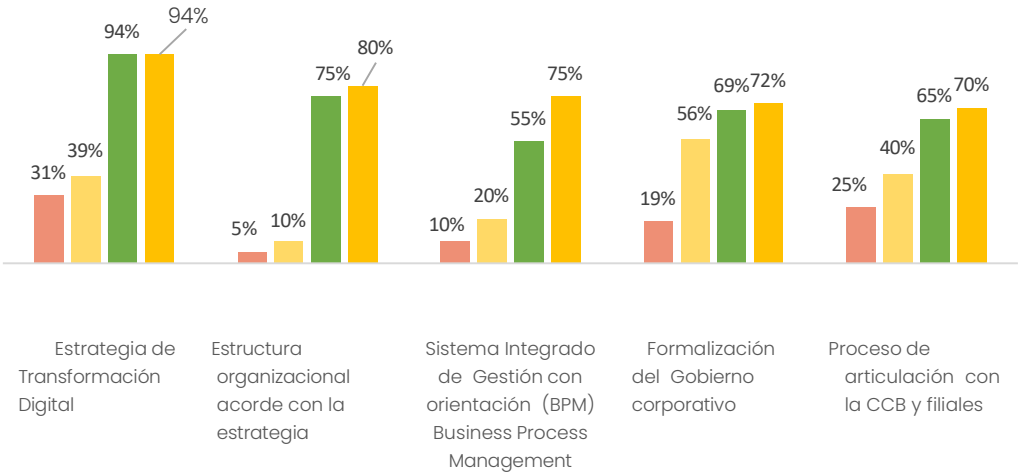
Los proyectos relacionados con este pilar son: Estrategia de transformación digital, estructura organizacional acorde con la estrategia, sistema integrado de gestión con orientación BPM, la formalización del gobierno corporativo y el proceso de articulación con la CCB, que arroja los siguientes resultados:

Pilar estratégico 3: Estructura y procesos alineados a la estrategia.

EJE ESTRATÉGICO	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	Iniciativas estratégicas	Indicadores de medición	Cumplimiento Marzo	Cumplimiento Junio	Cumplimiento Septiembre	Cumplimiento a Diciembre
4. Espacios de Interacción	4.2 Desarrollar un laboratorio urbano global por medio de una infraestructura ejemplarizante de excelencia arquitectónica y tecnológica	Estrategia de Transformación Digital	25% de actualización de la modernización tecnológica implementada.	31%	39%	94%	94%
3. Diferenciación	3.5 Adoptar las mejores prácticas de buen gobierno y gestión	Estructura organizacional acorde con la estrategia	30% de procesos levantados, mapeados y documentado con orientación BPM Estructuración del modelo de negocio Canvas.	5%	10%	75%	80%
		Sistema Integrado de Gestión con orientación (BPM) Business Process Management	60% Estructuración de la matriz de riesgo gerencial y operacional.	10%	20%	55%	75%
		Formalización del Gobierno corporativo	100% de Diagnóstico, formalización y actualización plan estratégico, construcción de 26 documentos de política y socialización de estas, establecimiento de estrategias para la implementación de las políticas institucionales.	19%	56%	69%	72%
2. Reciprocidad	2.2 Lograr sinergias con proyectos estratégicos que lidera la CCB	Proceso de articulación con la CCB y filiales	20% de la estructuración de estrategias e implementación de estas con la CCB.	25%	40%	65%	70%
Promedio				18%	33%	72%	78%

Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de Acción 2020 Cuyos avances se muestran en la siguiente gráfica:

Iniciativa Estratégica 3. Estructura y procesos alineados a la estrategia.



Cumplimiento Marzo Cumplimiento Junio Cumplimiento Septiembre Cumplimiento a Diciembre

Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de Acción 2020.

En el proyecto de Estrategia de Transformación Digital se realizaron las siguientes actividades: Migración de la docencia presencial mediadas mediante las tecnologías de comunicación, capacitación del 100 % de docentes de TC, MT y hora cátedra en plataforma Teams para ofrecer clases remotas. Propuesta de ruta de transformación digital con MICROSOFT, 100% Canal de Internet, 100% WIFI, 100% Telefonía IP, 100% Firewall. 100% implementación KAWAK, 100% la página WEB se migró a la Nube y la creación al 100% de un ambiente de pruebas, implementación del 100% del MLS (Moodle), 100% apoyo a la estructuración de la mesa de atención al usuario y usuario por tecnologías. Se construyeron 16 procesos y procedimientos a los sistemas de información. Se apoyó la actualización del KOHA (Sistema de Biblioteca), y la activación de sus bases de datos. Se realizó la implementación de los cursos de Andrago, la corrección de los subdominios de la página WEB.

En el proyecto de Estructura organizacional acorde con la estrategia, se realizaron actividades relacionadas con la construcción de indicadores institucionales, la adquisición del software de Gestión de la calidad, el levantamiento de los procedimientos y procesos dando un cumplimiento del 80% a diciembre de 2020. La estructuración de la matriz de riesgos operacionales, junto con jornadas de capacitación de Gestión de Riesgos.

En el proyecto de formalización del gobierno corporativo de la Fundación, se cuenta con dos resultados, el primero relacionado con la estructuración e implementación de la gestión documental con el siguiente resultado: Se han realizado 8 de 14 actividades administrativas y técnicas necesarias para la implementación de la gestión de la correspondencia y archivos documentales así: 1. selección de un aplicativo para el manejo de la correspondencia, 2. establecimiento de lineamientos de gestión documental, 3. Diseñar y elaborar el formato de TRD, 4. Realizar capacitación o conversatorio sobre la gestión documental, 5. establecimiento de un cronograma para el levantamiento documental. 6. levantamiento documental en cada área y se avanzó en la

actividad, 7. revisión de la TRD por parte de Secretaría General y 8. validación de las TRD en conjunto con las áreas.

Y el segundo la actualización y/o formulación de los reglamentos, políticas y documentos institucionales necesarios para dar cumplimiento a los requerimientos institucionales, legales y de calidad de las acreditadoras internacionales, identificando los siguientes: Estatutos, reglamentos o manuales: docente, estudiantil, prácticas, propiedad intelectual, rendición de cuentas, interno de trabajo, de órganos colegiados, elecciones, contratación, supervisión y Políticas de: tratamiento de datos, seguridad y salud en el trabajo, egresados, internacionalización, proyección social, curricular y de créditos académicos, bienestar, aseguramiento de la calidad e investigación, PEI, Modelo educativo, PEE, PEP y el Plan de Desarrollo Institucional. De las cuales se cuenta hoy con la actualización de estatutos y 14 de 26 documentos jurídicos y políticas que formalizan el buen gobierno de la institución.

En el proyecto de articulación con la CCB y filiales, se cuenta con las siguientes actividades:

La participación en las mesas de talento humano de los clústers de industrias creativas: prendas de vestir, joyería y bisutería se programó un taller de expertos con la participación de líderes y empresarios de los clústers que conforman, con el fin de identificar necesidades. Diplomado en Modelo de negocios exitosos para la industria creativa, Webinars en fabricación digital, Diseño y gestión de la innovación, Diseño de producto y Biónica y diseño de producto (para el clúster de prendas de vestir, calzado, cuero y marroquinería y joyería). Webinar de tecnologías para la fabricación de joyería y bisutería.

Desde la Dirección de Educación Continua se realizaron las siguientes acciones: Presentación Propuesta CAEM (PROPUESTA CONTRATAR EL CONCEPTO, DISEÑO Y DESARROLLO DE UN PLAN Y ESTRATEGIA (S) DE SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO NAMA INDUSTRIA). Finalización del curso para
capacitar 30 empresarios para la formulación de proyectos en energía realizado a CAEM. Formulación e inicio de ejecución del Diplomado en Sostenibilidad para la CCB, formulación de propuesta con CAEM para Formación de consultores en eficiencia energética, el desarrollo del seminario de amigable composición con el Centro de Arbitraje y Conciliación. Facilitar el relacionamiento entre SENA y CCB

para la certificación en la norma de competencia NTC ISO IEC 17024:2012. Formulación del proyecto con el SENA de acuerdo con los requerimientos de 17 clústers consultados.

Se realizó la primera reunión con el director de Gestión Regional de la Cámara de Comercio de Bogotá – Mauricio Molina, la Rectoría, Vicerrectoría de Proyección Empresarial y Relacionamiento Externo, con el objetivo de conocer las necesidades de la región y perspectivas y se identificaron posibilidades para ofrecer descuentos a los estudiantes de los colegios amigos del turismo en las regiones de Cundinamarca en las cuales la CCB ha llevado el programa de Rutas Turísticas. El descuento fue aprobado por el Consejo Superior de Uniempresarial. Sesiones de trabajo quincenales en el marco de la organización del evento 3DE Webinar Corparques "Prepárate para formar parte de la industria del entretenimiento".

Inicio del diplomado en Insolvencia con el CAC, Relacionamiento entre los clústers de Prendas de Vestir y Logística, con los Directores de Escuela de Uniempresarial. Capacitación en cursos de Andrago a la Gerencia de Formación de la CCB.
La Dirección de Emprendimiento de Uniempresarial se articuló con la Dirección de Emprendimiento de la CCB para el diseño del evento denominado 3 días de emprendimiento, en el cual participan 12 instituciones universitarias de Bogotá y la Región, Uniempresarial es uno de los organizadores del evento, participación en la Red Regional de Emprendimiento liderada por la Dirección de Emprendimiento de la CCB. Validación del componente de transversalidad en emprendimiento con la Dirección de Emprendimiento de la CCB e Innovalab.

Desde la dirección de prácticas se realizó una sesión de trabajo con el área de relacionamiento con el cliente de la CCB donde se presentaron y se recibió la retroalimentación para la consecución de empresas focalizadas en grandes y medianas. Ingreso de practicantes a Certicámara y Corparques y la propuesta del programa de desarrollo en competencias para Jóvenes Altamente Competitivos.

Cuarto pilar estratégico: Cultura de resultados y bienestar.

Este pilar contempla tres proyectos: Cultura organizacional basada en valores

institucionales, gestión de las capacidades de la Institución y el Plan de Bienestar y felicidad corporativa, que para el periodo enero-septiembre presenta el siguiente comportamiento:

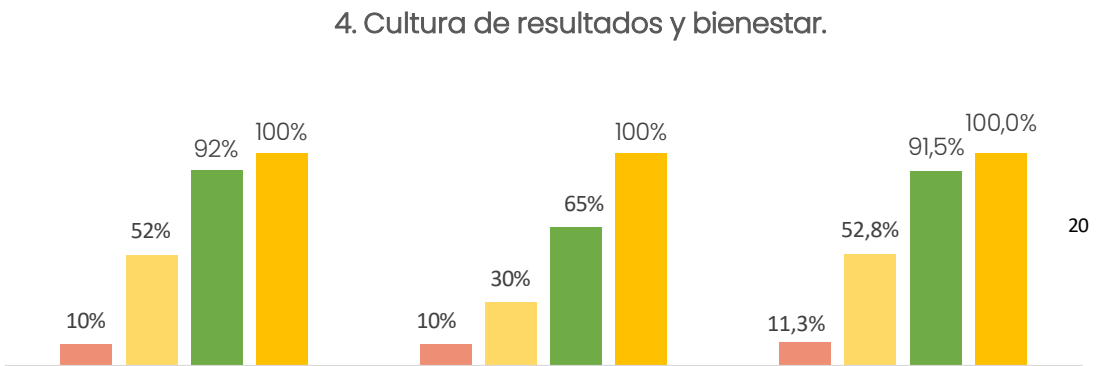
Pilar Estratégico 4. Cultura de resultados y bienestar.

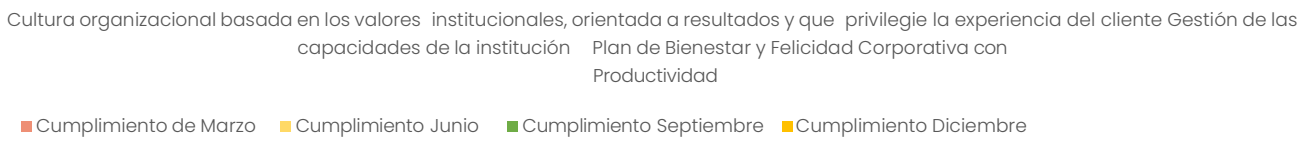
EJE ESTRATÉGICO	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	Iniciativas estratégicas	Indicadores de medición	Cumplimiento de Marzo	Cumplimiento Junio	Cumplimiento Septiembre	Cumplimiento a Diciembre
3. Diferenciación	3.5 Adoptar las mejores prácticas de buen gobierno y Gestión.	Cultura organizacional basada en los valores institucionales, orientada a resultados y que privilegie la experiencia del cliente.	% de avance de la experiencia de servicio.	10%	52%	92%	100%
3. Diferenciación	3.5 Adoptar las mejores prácticas de buen gobierno y Gestión.	Gestión de las capacidades de la institución.	Cumplimiento de las capacidades identificadas como necesarias para la institución (Capacidades identificadas cumplidas / total de capacidades identificadas como necesarias)	10%	30%	65%	100%
3. Diferenciación	3.5 Adoptar las mejores prácticas de buen gobierno y Gestión.	Plan de Bienestar y Felicidad Corporativa con Productividad.	Índice de encuesta de clima organizacional	11,3%	52,8%	91,5%	100,0%
Promedio				**10%**	**45%**	**83%**	**100%**

Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de Acción 2020.

Que gráficamente se puede observar de la siguiente manera:

Pilar Estratégico 4. Cultura de resultados y bienestar.





Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de Acción 2020.

Estructuración de la metodología de la evaluación de competencia de experiencia del servicio, 100% de la actualización de los descriptivos de cargo, un 100% en la actualización de los procedimientos del proceso Talento Humano, un 100% de las capacitaciones de experiencia al cliente, un 80% de la estructuración y puesta en funcionamiento de servicio al cliente a través de PQRS, un 100% de la estructuración de la metodología de competencias estratégicas y del rol, un 10% Estructura de la metodología para la evaluación de desempeño, un 40% en actividades de bienestar, salud y seguridad constante y el cumplimiento del 100% jornada de reinducción a los funcionarios de Uniempresarial; todas estas actividades acompañadas de capacitaciones a través de webinar tanto por la Gerencia de Talento como la ARL y Colsubsidio.

5. Sostenibilidad financiera: Cuenta con un conjunto de iniciativas estratégicas e indicadores que permitan desarrollar factores de éxito expresados en la participación del ingreso académico y por educación continua, como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla de valoración Pilares estratégico 5: Sostenibilidad financiera Plan de Acción 2020

Uniempresarial
Fundación Universitaria Empresarial

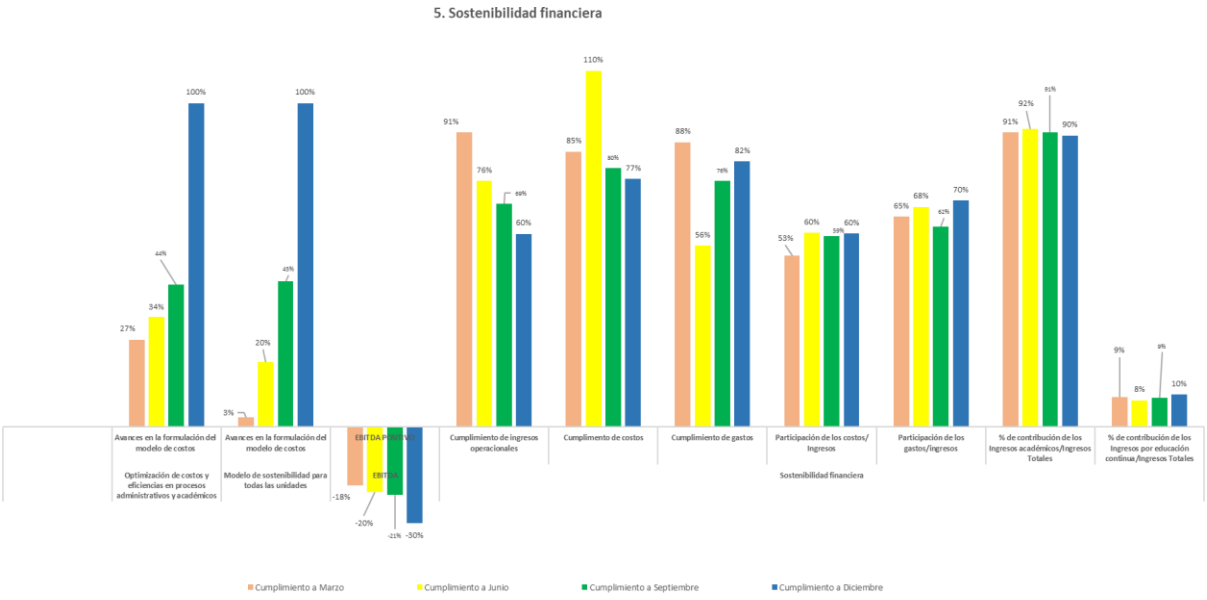
EJE ESTRATÉGICO	DIRECCIONAMIENTO ESTRTÉGICO	Iniciativas estratégicas	META 2020	Cumplimiento a Marzo	Cumplimiento a Junio	Cumplimiento a Septiembre	Cumplimiento a Diciembre
		Optimización de costos y eficiencias en procesos administrativos y académicos	Avances en la formulación del modelo de costos	27%	34%	44%	100%
		Modelo de sostenibilidad para todas las unidades	Avances en la formulación del modelo de costos	3%	20%	45%	100%
		EBITDA	EBITDA POSITIVO	-18%	-20%	-21%	-30%

3. Diferenciación	3.5 Adoptar las mejores prácticas de buen gobierno y gestión	Sostenibilidad financiera	Cumplimiento de ingresos operacionales	91%	76%	69%	60%
			Cumplimento de costos	85%	110%	80%	77%
			Cumplimiento de gastos	88%	56%	76%	82%
			Participación de los costos/ Ingresos	53%	60%	59%	60%

			Participación de los gastos/ingresos	65%	68%	62%	70%
			% de contribución de los Ingresos académicos/Ingresos Totales	91%	92%	91%	90%
			% de contribución de los Ingresos por educación continua/Ingresos Totales	9%	8%	9%	10%

Fuente: Gerencia de Planeación y aseguramiento de la calidad. Plan de acción 2020.

Arrojando resultados como lo muestra el siguiente gráfico:



Fuente: Gerencia de Planeación y Aseguramiento de la Calidad. Plan de Acción 2020.

Como lo muestra los resultados financieros, durante el periodo de análisis enero-septiembre de 2020, la Fundación realizó un esfuerzo importante para disminuir los costos y gastos operacionales, sin embargo, debido a situaciones relacionadas con el COVID19 que dificulta la llegada de estudiantes nuevos los compromisos adquiridos frente al EBITDA no se logra, arrojando un -30% para el mes de diciembre del año.

Frente a la participación de los ingresos, la meta a cumplir para el año 2020 es de un 90% en ingresos académico y un 10% en ingresos por educación continua, resultados trimestrales que se sitúan en un 9,3% para marzo, 8,3% para junio, 9% para septiembre y 10% en diciembre, resultados que demuestran el cumplimiento de la meta para el año 2020.

Para concluir la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio UNIEMPRESARIAL, durante el año 2020 busca consolidar su oferta académica tanto de pregrado, posgrado y educación continua; la creación y el fortalecimiento de las estrategias de apoyo financiero, que junto con otras medidas como el acompañamiento a los estudiantes, buscaron minimizar la deserción estudiantil y la crisis que hoy afronta la educación superior, resultado de la emergencia sanitaria mundial por el COVID19; de la implementación de estrategias relacionadas con la modernización tecnológica y el seguimiento permanente a los indicadores de sostenibilidad financiera de la Institución.