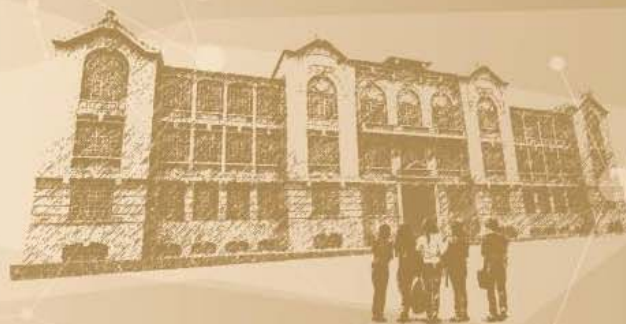




PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATOLICA
DE VALPARAISO

CUENTA ANUAL 2012



Dirección General de Vinculación con el Medio

Período 2012 (01 de enero al 31 de diciembre)

Orlando de la Vega Luna

Índice

I.	Introducción	3
II.	Presentación General de la Cuenta	5
III.	Aportes a los Objetivos del PDEI	6
III.1.	Área de Pregrado	6
III.2.	Área de Estudios Avanzados	8
III.3.	Área de Investigación	9
III.4.	Área de Internacionalización.....	10
III.5.	Área de Vinculación con el Medio.....	11
III.6.	Área de Gestión.....	16
IV.	Principales Conclusiones	17
V.	Anexos	18



I. Introducción

La Pontificia Universidad Católica de Valparaíso ha desarrollado tres procesos de planificación. En una primera aproximación se definió un conjunto de orientaciones que guiaron la Institución desde el año 2000. Una segunda etapa iniciada a comienzos del año 2005, implementó un nuevo plan de desarrollo que incorporó indicadores de resultados, dicho plan concluyó el año 2010. Finalmente, a mediados del año 2010, la Universidad comenzó a diseñar un nuevo plan de desarrollo, esta vez con un escalamiento superior conteniendo planes de acción detallados para sus distintas entidades, metas e indicadores de gestión en un contexto globalizado.

La madurez alcanzada en los procesos de formulación e implantación de la estrategia han evidenciado la necesidad de perfeccionar los mecanismos e instrumentos de aseguramiento de la calidad de la Institución, que permitan evidenciar los avances y logros de los planes propuestos de forma más precisa en beneficio del mejoramiento continuo en la ejecución de las distintas iniciativas definidas por la Universidad.

Con el fin de facilitar la obtención de datos e indicadores para responder a requerimientos internos y externos de información, la Universidad ha desarrollado importantes avances en materia de sistematización de la misma. No obstante lo anterior, los desafíos de hoy están en a) la recopilación de información cualitativa que permita explicar el logro y o retraso en la consecución de resultados y b) la recopilación de información cuantitativa no disponible en los sistemas de la Institución.

Históricamente el mecanismo central de rendición de información cualitativa y cuantitativa que evidencia los logros y avances de un determinado periodo de cada entidad de la Universidad ha sido su **Cuenta Anual**. Si bien es cierto, los contenidos de este reporte son de valiosa cuantía, dado el escenario actual de planificación y de requerimientos de información, internos y del medio, para la toma de decisiones, se hace imprescindible perfeccionar los instrumentos existentes de tal forma de recabar información pertinente y oportuna para una mejor gestión y desarrollo institucional.

Dado este escenario, el presente documento tiene por finalidad constituirse en un instrumento estándar de rendición de cuentas de las Unidades Administrativas de la Universidad, que facilite la consolidación de la información generada en beneficio de la transparencia y de una mirada integral del desarrollo y avances de la institución.

Estructura del instrumento:

- 1- La primer parte contiene la Presentación General de la Cuenta. Esta sección hace referencia al periodo que se informa, al responsable de la elaboración de la cuenta, la metodología utilizada para construirla, entre otros aspectos.
- 2- La segunda parte resume los aportes generados por cada Unidad a la ejecución del Plan de Desarrollo Institucional. En este punto se enumeran todos los aportes de la Unidad Administrativa al logro de los objetivos estratégicos de la Universidad, entendiéndose por ello:

- a) Aportes a indicadores estratégicos, indicadores operativos y al cumplimiento de las actividades sobre los cuales la Unidad tiene responsabilidad directa en el Plan Estratégico.
- b) Aportes complementarios al cumplimiento de objetivos estratégicos, se refiere a aquellos aportes que no están comprometidos por la Unidad Administrativa en el Plan de Desarrollo Institucional, pero que igualmente aportan al cumplimiento de este.

En aquellos aportes en los cuales se requiera mayor especificidad y explicación de los logros obtenidos, la Unidad los podrá incorporar en anexos, referenciándolos desde el componente del Plan que corresponda.

- 3- La tercera parte del documento resume las principales conclusiones, aprendizajes y desafíos de la Unidad en relación al trabajo realizado en el año 2012.



II. Presentación General de la Cuenta

Describe la metodología utilizada para su elaboración y los participantes del proceso. (Máximo una página).

El presente documento fue elaborado el día 15 de julio de 2013 y resume los principales logros, resultados y actividades desarrolladas por la DGVM entre el 01 de enero y el 31 de diciembre del año 2012.

La cuenta fue preparada por el Director de la Unidad, Orlando de la Vega Luna, con la colaboración de los profesionales que conforman la Dirección General de Vinculación con el Medio.

Dirección de Cooperación Técnica, Directora Mabel Keller Mena

Dirección de Difusión Institucional, Directora Jacqueline Espinal Zepeda

Coordinación General de Comunicación Institucional, Directora Paulina Chacón Lolas

Unidad de Relaciones Públicas, Jefa Kareen Stock Castro

Unidad de Extensión Cultural, Jefa Verónica Muñoz Sobenes

Unidad de Exalumnos, Jefe Juan Torrejon Crovetto

Los anexos se organizan en función de los objetivos del plan estratégico, a saber :

Fortalecer el posicionamiento de la Institución.

Incrementar la Vinculación con la Sociedad y sus Organizaciones.

Fomentar y Fortalecer los Vínculos con los Ex Alumnos.

III. Aportes a los Objetivos del PDEI

Describa a continuación los aportes a indicadores estratégicos, indicadores operativos, ejecución de actividades de los cuales es responsable la Unidad Administrativa. También describa aquellos aportes complementarios que la unidad ha realizado para contribuir al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Universidad.

III.1. Área de Pregrado

Área	Objetivo Estratégico
Pregrado	Fortalecer el sello valórico institucional como eje transversal de la formación de pregrado
	<p>Describa actividades que aportaron al logro de este objetivo, a modo de ejemplo:</p> <p><i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i></p>

Área	Objetivo Estratégico
Pregrado	Asegurar la calidad y efectividad de los procesos formativos de pregrado
	<p><i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i></p>

Área	Objetivo Estratégico
Pregrado	Asegurar una oferta académica con identidad institucional al servicio de la sociedad y del desarrollo del conocimiento

Área	Objetivo Estratégico
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>



III.2. Área de Estudios Avanzados

Área	Objetivo Estratégico
Estudios Avanzados	Asegurar la calidad y efectividad de los programas de estudios avanzados
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>

Área	Objetivo Estratégico
Estudios Avanzados	Impulsar el crecimiento de los programas de estudios avanzados
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>



III.3. Área de Investigación

Área	Objetivo Estratégico
Investigación	Fortalecer y consolidar las líneas de investigación activas y desarrollar nuevas líneas en diversas áreas del conocimiento
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>

Área	Objetivo Estratégico
Investigación	Impulsar la innovación y el emprendimiento en la PUCV
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>

III.4. Área de Internacionalización

Área	Objetivo Estratégico
Internacionalización	Consolidar la cooperación académica internacional
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>

Área	Objetivo estratégico
Internacionalización	Consolidar la movilidad estudiantil
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>



III.5. Área de Vinculación con el Medio

Área	Objetivo Estratégico
Vinculación con el medio	Fortalecer el posicionamiento de la Institución
	<p>En materia de posicionamiento, las principales publicaciones que editan rankings universitarios a nivel nacional e internacional, sitúan a nuestra Universidad dentro de posiciones destacadas a nivel país.</p> <p>En efecto, en la Revista América Economía, la PUCV ocupa el quinto lugar manteniendo igual posición del año 2011, dentro de un universo de 59 instituciones. Particularmente, en relación a la Vinculación con el Medio, aumento el indicador de 78,7 a 80,2.</p> <p>En el ranking global de conocimiento y prestigio de la Revista Qué Pasa, la PUCV conserva el séptimo lugar dentro del ranking, y se instala en el quinto lugar en el ranking de percepción de calidad promedio del mercado laboral. Ambos indicadores proporcionan una señal de cómo nos encontramos posicionados en la mente de los empresarios nacionales, lo cual es sumamente relevante al momento de la búsqueda y contratación de profesionales.</p> <p>El Ranking QS de América Latina, coloca a nuestra Universidad en la posición 5 dentro de las universidades chilenas, y en la ubicación 34 a nivel latinoamericano.</p> <p>La PUCV mantuvo el cuarto lugar en la posición relativa de las universidades del Consejo de Rectores, respecto del promedio PSU de los seleccionados con 608,8 puntos, y de 611 en los matriculados.</p> <p>El área de Comunicaciones cuenta con tres soportes que contribuyen al posicionamiento de la Universidad: portal de Prensa, portal PUCV y la Revista PUCV.</p> <p>La web de la Universidad, tiene un volumen de más de 2 millones de visitas al año, siendo aproximadamente un 40% visitantes únicos.</p> <p>Por su parte, la Revista PUCV se publica 3 veces al año con un tiraje de 2500 ejemplares por edición. Ésta última se distribuye internamente entre autoridades, académicos y estudiantes de la Universidad, como asimismo entre públicos externos de relevancia institucional, entre los que cuentan autoridades nacionales y regionales, centros público-privados, empresarios y ex alumnos, además de periodistas de medios de comunicación.</p> <p>En relación a la presencia en prensa, hubo 1077 menciones noticiosas de la PUCV tanto en medios impresos como web, siendo un 40% de ellas apariciones y menciones en medios de cobertura nacional.</p> <p>En materia de publicidad, el 2012 se incrementó la cobertura y presencia en páginas sociales, publlirreportajes y publicaciones tipo inserto. Se estableció convenios anuales con medios de prensa que involucraron publicaciones semanales, dando espacio a diversas temáticas de las distintas Unidades Académicas.</p> <p>A ello se suma la instalación de letreros camineros en la Ruta 68 Santiago – Valparaíso y la Avenida España en Valparaíso.</p> <p>A fin de fortalecer los vínculos con los medios de comunicación de cobertura nacional y local, la Universidad realiza anualmente una Cena de Camaradería con directores y periodistas,</p>

Área	Objetivo Estratégico
	<p>alcanzando en su última versión la asistencia de 40 representantes de canales de televisión, diarios, periódicos y revistas especializadas.</p> <p>A esta gestión se ha incorporado el uso intensivo de redes sociales, donde la Universidad alcanzó 5762 seguidores en Twitter y 9139 seguidores en Facebook a diciembre de 2012.</p> <p>Con el propósito de apoyar la acciones de posicionamiento ejecutadas por Unidades Académicas, programas y centros de la Universidad, la Dirección General de Vinculación con el Medio desarrolló el Concurso de Apoyo a la Extensión, que el 2012 aportó financiamiento a 23 iniciativas, por un total de \$31.363.799.</p> <p>A partir del septiembre del 2012 y como una manera de facilitar el acceso y dar mayor visibilidad a actividades de naturaleza institucional, académica y cultural, se implementó un sistema de transmisión audiovisual en vivo vía internet (streaming) con el que se dio cobertura a 9 eventos, entre ellos foros, seminarios y conciertos. El material permanece almacenado en un sitio web para ser visto en línea conforme a demanda.</p> <p>En la línea del posicionamiento en materia de discusión de actualidad académica, la Dirección General de Vinculación con el Medio organizó y coorganizó importantes encuentros como el “Foro Valparaíso” y el “Congreso Internacional Hegel”.</p> <p>Las actividades de difusión del pregrado de la PUCV alcanzaron a una cifra cercana a las 500 anuales, abarcando un extenso territorio. De ellas, el 59% corresponde a la región de Valparaíso, mientras que el 41% de las acciones se ejecutan en distintos puntos del país, desde Arica hasta Punta Arenas, exceptuando las regiones del Bío Bío y la Araucanía. Se efectuaron más de 300 charlas en colegios y liceos de las principales comunas de las regiones, participando además en las 114 ferias vocacionales que dichos establecimientos organizan. A ello se agregan actividades de pasantía y paneles vocacionales. Con esto, la gestión del 2012 registró un incremento en la tasa diaria de actividades con relación al año anterior, que se tradujo en un 29% más de actividades. Así, se registró un volumen 55.000 contactos con potenciales postulantes, lo que arroja una estimación promedio de 110 personas por actividad. A ello debe agregarse los contactos mediante call center, que corresponde a llamados a potenciales postulantes de todo el país durante el período de postulaciones, con una cobertura cercana a los 5000 contactos.</p> <p>Apuntando al posicionamiento de la Universidad, la Unidad de Relaciones Públicas de la DGVM apoya y asesora las diferentes actividades que realizan tanto del nivel central como de las Unidades Académicas. Este apoyo se tradujo el 2012 en la participación de la Unidad de RR.PP en 171 actividades, entre las que se cuentan seminarios, titulaciones, ceremonias solemnes y eventos de diversa naturaleza. El 80% de estas actividades correspondieron a instancias organizadas por las Unidades Académicas.</p> <p><i>Se adjunta:</i></p> <p><i>anexo 1 informe de Dirección de Difusión Institucional</i></p> <p><i>anexo 2 Informe Coordinación General de Comunicaciones Institucionales</i></p> <p><i>Anexo 3 Informe Unidad de Relaciones Públicas.</i></p>

Área	Objetivo Estratégico

Área	Objetivo Estratégico
	<p>Incrementar la Vinculación con la Sociedad y sus Organizaciones</p> <p>La DGVM apoya a las distintas entidades al interior de la Universidad con el fin de incrementar y fortalecer la vinculación con la Sociedad. Destacan la vinculación con las comunidades escolares, con la comunidad a través de actividades culturales y la relación con diferentes actores, tanto del mundo público como privado, a través de la asistencia técnica y la capacitación.</p> <p>La Dirección de Cooperación Técnica ha facilitado la participación de las Unidades Académicas, Centros y Programas de la Universidad en el desarrollo de actividades de cooperación técnica de naturaleza nacional y regional, otorgándoles apoyo, orientación, coordinación, promoción y divulgación de los servicios que éstas ofrecen.</p> <p>Así también se ha formalizado la vinculación con el medio a través de la suscripción de convenios de cooperación con diversas instituciones públicas y privadas. Durante el año 2012 se suscribieron 242 convenios. Las actividades de extensión académica realizadas fueron 194, en las que participó un total de 8491 estudiantes. La facturación anual durante el año fue de 5335 millones de pesos.</p> <p>Junto al Centro de Extensión del Senado, la Dirección General de Vinculación con el Medio realizó en la Casa Central de la Universidad el ciclo de conferencias “Pensando Chile”, que incluyó 6 encuentros para debatir en torno a temas de interés nacional, con invitados como senadores, personalidades del mundo académico y representantes de 18 empresas, alcanzando una asistencia total en torno a las 900 personas. Estos encuentros fueron transmitidos con posterioridad a través del canal del Senado.</p> <p>Durante el período, la Universidad participó en diversas ferias empresariales y gremiales, como ASIVA, EXPOMIN, EXPONOR y FIRA. Además, se vinculó en distintas instancias con entidades del mundo público-privado como la Fundación Ganamos Todos, ASIVA, CRCP, Cormuval, Centro Regional de Turismo y Patrimonio, ICARE y Paz Ciudadana.</p> <p>El área de Extensión Cultural tuvo un prolífico año 2012, con actividades ofrecidas en forma gratuita para estudiantes, egresados, académicos y funcionarios, como también la comunidad regional y nacional. En total, fueron 246 eventos, entre los que cuentan conciertos, ciclos de cine, exposiciones y festivales. La asistencia total para eventos en los que la Universidad tuvo presencia -a través de elencos y/o como organizador- alcanzó a más de 48 mil personas. Buscando la asociatividad con distintas instituciones, el 2012 se trabajó en vinculación con corporaciones culturales, municipios, centros binacionales, embajadas y productoras audiovisuales. Entre ellas cabe mencionar actividades junto a la Alianza Francesa de Valparaíso, Goethe Institut de Santiago, Instituto Chile- Británico Viña del Mar-Valparaíso, Cineteca Nacional del Centro Cultural Palacio de la Moneda, Embajada de Palestina, Embajada de Marruecos, Embajada de Israel, Embajada de Corea, Departamento de Cultura de la Ilustre Municipalidad de Viña del Mar, Biblioteca Municipal Santiago Severin de Valparaíso y un convenio junto a la Corporación Cultural de Viña del Mar, entre otras.</p>
Vinculación con el medio	

Área	Objetivo Estratégico
	<p>Entre los eventos especiales organizados por el área, está el preestreno exclusivo para la comunidad universitaria de la película chilena “No”, junto a Fabula Producciones; coloquios con directores de cine chileno; incorporación de la Universidad a las celebraciones Día del Patrimonio, convocadas por el Consejo de Monumentos Nacionales, con un concierto junto a la Banda de la Armada de Chile y solistas femeninas como actividad central, recreando canciones de principios de siglo XX y la organización del concierto de celebración de la actividad del Día de la Música, junto al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes – Región de Valparaíso en noviembre de 2012.</p> <p>A fines del 2012 la Universidad estableció convenio con la Corporación Semanas Musicales de Frutillar, pasando a ser uno de sus patrocinadores.</p> <p>Durante el 2012, el Coro Femenino de Cámara realizó un viaje de extensión musical a la ciudad de Mendoza, donde ofreció en conciertos en iglesias y talleres, organizados por el Centro de Estudios de Música Contemporánea de la ciudad.</p> <p>El 2012 se dio inicio a la temporada artística en Curauma, ofrecida gratuitamente a la comunidad del campus local, como también a organizaciones sociales y culturales, colegios y vecinos del sector.</p> <p>La Unidad de Extensión Cultural postuló durante el 2012 un Fondo de Fomento Audiovisual del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, con el que posteriormente se adjudicó financiamiento por 14 millones de pesos para el equipamiento con tecnología de Alta Definición para la Cineteca PUCV.</p> <p><i>Se adjunta</i></p> <p><i>Anexo 4 informe de Dirección de Cooperación técnica</i></p> <p><i>Anexo 5 Informe de Extensión Cultural</i></p>

Área	Objetivo Estratégico
Vinculación con el medio	<p>Fomentar y Fortalecer los Vínculos con los Ex Alumnos.</p> <p>En relación al fomento y fortalecimiento de los vínculos con los EX alumnos, durante el 2012 se terminó el diseño del Sistema de información de exalumnos, herramienta que facilitará la gestión de información y contacto y que será puesto a disposición de las unidades académicas.</p> <p>El Portal de Empleo de la PUCV, dirigido a los exalumnos, se ha consolidado en los últimos años. Durante el 2012, sus usuarios ingresaron más de 1200 nuevos currículums vitae aumentando a más de 14.000 registrados. Más de 50 empresas ofrecieron trabajo a través de este portal, con una cifra superior a los 6000 ofrecimientos.</p> <p>El 2012 se instauró el Día del Encuentro, realizado en el campus Curauma, que se realizará en octubre de cada año. La instancia está dirigida a ex alumnos, familiares y amigos, en un espacio recreativo y solidario. A la primera versión, organizada a beneficio de una corporación caritativa, asistieron alrededor de 250 personas y contó con el patrocinio y auspicio del mundo público y</p>

Área	Objetivo Estratégico
	<p>privado.</p> <p>Durante el año 2012, la Unidad de Ex Alumnos realizó difusión de las distintas actividades, e informó de noticias y hechos de interés, a través del envío de correos electrónicos y el uso de la página web www.exalumnos.ucv.cl, permanentemente actualizada. A ello se suma un uso permanente de redes sociales.</p> <p><i>Se adjunta:</i></p> <p><i>Anexo 6 Informe de la unidad de Ex alumnos.</i></p>



III.6. Área de Gestión

Área	Objetivo Estratégico
Gestión	Fortalecer el desarrollo del cuerpo académico.
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>

Área	Objetivo Estratégico
Gestión	Asegurar la concordancia entre la planificación estratégica institucional y la de las unidades académicas.
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>

Área	Objetivo Estratégico
Gestión	Contribuir al desarrollo institucional, asegurando la provisión de infraestructura, equipamiento y Tecnologías de Información y Comunicaciones de calidad.
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>

Área	Objetivo estratégico
Gestión	Asegurar la provisión de servicios de apoyo de calidad a las funciones sustanciales de la Universidad.
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>

Área	Objetivo estratégico
Gestión	Asegurar la sostenibilidad económica del quehacer institucional.
	<i>Referencia a Anexos en caso de ser necesario</i>

IV. Principales Conclusiones

Describe las principales conclusiones, aprendizajes y desafíos del trabajo realizado en el periodo que se informa. (Máximo una página).



V. Anexos

Incorpore los anexos que estime pertinente.

