

INFORME DE EVALUACION ESTRATEGIA DE RENDICIÓN DE CUENTAS
AÑO 2019



Objetivo de la rendición de cuentas:

Fortalecer el desarrollo de los mecanismos para la realización de la Rendición de Cuentas de la IUCMC, con el fin de generar canales efectivos de retroalimentación relacionada con la gestión Institucional.

Acciones desarrolladas en cumplimiento de la Estrategia de Rendición de Cuentas

Planificación, ejecución y evaluación de la Audiencia Pública de Rendición de cuentas

Meta: ≥ 2 Audiencia realizada

Resultado:

1 Audiencia Pública más 1 Rendición a Grupo de valor para un total de 2 audiencias.

Resultados:

Fecha de Audiencia: 22 de Febrero de 2019

Actividad 1 Planificación

Fechas de reunión Planificación Audiencia: 11 de febrero de 2019 asistentes: 9

Planificación Audiencia: 11 de febrero de 2019 asistentes: 12

Actualización Reglamento audiencia Publica

Publicación Información página web institucional

Fase Propuestas para audiencia Pública.

Actividad II Estrategia de participación RDC Vig. 2018.

Fases de promoción y participación de Comunicaciones.

Fase 1 (21 de Enero al 12 de Febrero): El Subproceso de comunicaciones enfocó la estrategia de comunicación a la convocatoria para que la comunidad académica en general, y grupos de valor de UNIMAYOR, propusieran temas para la audiencia pública de rendición de cuentas, vigencia 2018.

Fase 2 (4 de Febrero al 22 de Febrero): La estrategia de comunicación se enfocó a la invitación para que la comunidad académica y grupos de valor de UNIMAYOR, participaran en el evento presencial de Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, UNIMAYOR Vigencia 2018.

Fase 3 (21 de Enero al 22 de febrero): El equipo de Comunicaciones UNIMAYOR, se enfocó, por un lado, en la logística o metodología comunicativa de la Audiencia Pública, y por otro, en la logística para la transmisión en vivo, el cubrimiento periodístico, y el desarrollo participativo de la audiencia presente en el auditorio y de los seguidores de la transmisión online.

Fase 4 (Desde el 22 de Febrero): Finalmente, el equipo se enfoca en la divulgación de los resultados, y la promoción de la audiencia pública de rendición de cuentas en el portal web institucional, links de transparencia y participación ciudadana. El sitio donde se alberga la información también se promociona en redes sociales.

Productos mediáticos producidos para RDC Vig. 2018

- ✓ Para las Fases 1 y 2 de la RDC, se diseñó un promedio de 11 piezas publicitarias para cada uno de los medios digitales de la Institución, y medios de comunicación externos aliados.
- ✓ Se diseñaron 3 piezas publicitarias impresas como afiches para carteleras y volantes de invitación.
- ✓ Se produjo y promocionó dos comerciales para radio de 20 segundos, y dos comerciales para televisión de 30 segundos, publicados en medios institucionales y aliados externos de comunicación.
- ✓ Se produjo la tarjeta de invitación personal, para invitados especiales a la Audiencia Pública de RDC.
- ✓ Se generó un afiche especial para carteleras, en el cual los grupos de valor pudieron proponer algunos de los temas para la RDC Vig. 2018.
- ✓ Si diseñó, publicó y promocionó un formulario digital para la participación y propuesta de temas para la RDC Vig. 2018.
- ✓ Se diseñaron (Diagramaron) 61 diapositivas, para la presentación de los temas de la RDC Vig. 2018. Se procuró entregar los datos más relevantes de cada tema, con cifras y un lenguaje libre de tecnicismos para la mejor comprensión de la gestión.

Medios de comunicación para promoción Fases RDC. Vig. 2018

Para cada una de las fases, y como se propuso en la estrategia de comunicación, el proceso de comunicaciones elaboró productos que fueron publicados y promocionados por los siguientes medios internos y aliados externos.

Página Web: Se divulgó y promocionó la información a través del Banner, la sección de noticias, las páginas internas de cada uno de los Procesos y Subprocesos de la Institución, los links de participación ciudadana y transparencia, la ventana publicitaria de inicio y las páginas internas de los sitios más visitados en la estructura del portal, como el de la presentación de la oferta académica. Con esta gestión se alcanzó a un promedio de 275 visitas y/o usuarios del portal institucional.

Redes Sociales: Se publicaron, enlazaron y promocionaron periódicamente productos relacionados con la RDC Vig. 2018 en el banner, la sección de eventos, y la sección de inicio dentro del perfil. Entre las fases 1, 2 y 3 se alcanzaron un promedio de 8.755 usuarios de la red social Facebook, 1227 en Twitter, 5.087 en Instagram y 160 reproducciones en los videos comerciales en YouTube. (Datos hasta la entrega de este informe).

Pantallas Publicitarias Internas: Con una periodicidad de cada 2 minutos, se promocionó a nivel interno (Y para visitantes de las sedes La Encarnación y Bicentenario) tarjetas y afiches digitales con la información de las fases 1 y 2 de la RDC Vig. 2018. A su vez, se transmitió los comerciales de video de 30 segundos. (Uno por cada fase)

Carteleras Institucionales y Externas: Se emplearon las carteleras de UNIMAYOR y de la Gobernación del Cauca, para la divulgación de la información a través de afiches impresos publicitarios. A su vez, se utilizaron estos medios para recoger los temas propuestas para la Audiencia Pública, a través de un afiche con espacios de escritura.

E-Mail Marketing: A través de la base de datos de correos institucionales y de correos externos, se realizó la promoción para cada una de las fases de la RDC. Toda la información de este medio estuvo enlazada con el portal institucional para su profundización y participación. También, se empleó el correo para la divulgación de los comerciales audiovisuales de 30 segundos.

Medios Externos de Comunicación: Por un lado, a través de comunicados de prensa se compartió información de la RDC con medios de comunicación, por otro, se realizó un recorrido por distintos medios de comunicación locales, para la promoción en vivo de la diferentes etapas de la RDC. Finalmente, se contó con la visita de algunos periodistas de diferentes medios a las instalaciones de la UNIMAYOR.

Según el monitoreo de medios, se encontraron publicaciones del tema en Radio 1040 a.m. (Programa: Notas y café), en Cable Cauca (Programas: Planeta Informativo y Zempro Noticias), Notivisión (Programa: Algo de alguien), Radio Súper A.M (Programas: Noticias 12:30, Noticias 6:00 a.m. y Magazín del Cauca), entre otros.

Con los medios, también se compartieron los comerciales de radio y TV, que fueron promocionados en las visitas de los directivos UNIMAYOR, para transmisión desde los estudios de cada medio.

CamarínTV: A través del espacio informativo de UNIMAYOR, CamarínTV, emitido todos los jueves de 7:00 a 7:30 p.m. por el canal 29 de la Fundación EMTEL, se promocionó la información por medio de notas periodísticas, invitados especiales y comerciales de TV.

Participación Grupos de Valor en la Fase 1 de RDC Vig. 2018

Mecanismos para la participación

Junto con la oficina asesora de Planeación UNIMAYOR y el Subproceso de Gestión de Recursos Tecnológicos, Comunicaciones puso a disposición de la comunidad los siguientes canales para la participación o propuesta de temas, por parte de los grupos de valor, para la RDC Vig. 2018. Para ello se habilitó:

Correo electrónico institucional: Los interesados podían escribir un mensaje de correo electrónico a la dirección planeacion@unimayorcauca.edu.co, adjuntando cada uno de los requisitos mencionados en el Reglamento para la RDC.

Portal Institucional: Se dispuso de un formulario electrónico para el diligenciamiento por parte de los interesados. Este formulario estuvo enlazado al 80% de las piezas publicitarias en la fase 1 de la RDC, y fue promocionado, a su vez, de manera digital por todos los medios institucionales.

Correo certificado o Unidad de correspondencia: Los grupos de valor podía enviar la pregunta o propuesta en sobre cerrado a nombre de Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, a la Carrera. 5ª. # 5-40 Popayán, con la Referencia: Audiencia Pública para la Rendición de Cuentas Vigencia 2018.

Atención directa: las propuestas o preguntas se podían presentar verbalmente en la Oficina Asesora de Planeación ubicada en la sede de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca – Claustro de la Encarnación, en horarios de oficina.

Carteleras Institucionales: Se creó un afiche con un diseño especial para dejar la pregunta, propuesta o sugerencia, en espacios asignados para ello. Estos fueron dispuestos en las principales carteleras institucionales de las 4 sedes UNIMAYOR.

WhatsApp Corporativo: Se habilitó el Móvil Corporativo de Comunicaciones UNIMAYOR, para dejar un mensaje de no más de 150 caracteres, en el que se describía el contexto y la pregunta o propuesta.

Buzón de entrada redes sociales y portal institucional: Se habilitó el chat y/o espacio de comentarios de Facebook, Instagram, Twitter y el portal institucional.

Resultados de la participación

A través de esta estrategia de comunicación se logró recibir 98 participaciones para la presentación de la Audiencia, entre preguntas, propuestas y sugerencias. A través de las carteleras se obtuvieron 50 participaciones, 39 en el formulario digital, 5 en el buzón de entrada de redes sociales (La publicidad emitida por redes, enlazaba al formulario digital) y 4 vía WhatsApp.

En el evento de audiencia pública, se recibieron 3 participaciones por escrito, una vía Facebook, 1 por WhatsApp y 1 oralmente, las cuáles fueron resumidas en 4 ejes temáticos para 4 respuestas por parte de directivos y asesores UNIMAYOR.

Transmisión en Vivo de la Audiencia Pública de RDC Vig. 2018

Medios de Comunicación Empleados

El evento de Audiencia Pública de Rendición de Cuentas UNIMAYOR, vigencia 2018, fue transmitido por Facebook Live, y el canal de videos de UNIMAYOR en YouTube. Esta transmisión fue apoyada por el Subproceso de Gestión de Recursos Tecnológicos, y promocionada desde las redes sociales.

Resultados de la transmisión online

En el canal de videos de YouTube, se tuvo un alcance de 122 visualizaciones, según las estadísticas y usuarios de la plataforma, y en el Facebook Live, se logró un alcance de 3661 usuarios de esta red social, para un total de 3783 usuarios y seguidores de estas plataformas.

Es de resaltar que tanto en YouTube, como en Facebook, no se invirtió ningún recurso económico para la promoción de la transmisión. Los resultados se dan por la gestión, publicidad y número de seguidores.

Medios de comunicación externos participantes en la Audiencia Pública

Para la RDC vigencia 2018, se contó con la participación de medios de comunicación externos, locales y regionales, a quienes se les abrió el espacio no solo para la divulgación de información, sino también para las preguntas referentes a la gestión de UNIMAYOR y su plan de desarrollo 2016-2020.

Entre los participantes estuvieron Radio 1040 A.M, Radio Súper Popayán, Planeta Informativo Televisión, RCN Televisión, Zenpro Noticias TV y Notivisión Cauca.

Promoción Post – Audiencia Pública de RDC

Una vez terminado el evento de Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, el equipo de Comunicaciones desarrolla la Fase de Participación No. 4, que consiste en la divulgación de los principales resultados socializados en la audiencia. Para ello:

- ✓ Se envió boletín de prensa con el resumen de los datos más relevantes presentados en la audiencia, y con la orientación para profundizar o revisar la información completa.
- ✓ Se publicó el video completo con la grabación de la audiencia pública, en la plataforma de videos de YouTube, y en la red social Facebook.
- ✓ Se publicó el video completo de la audiencia pública, con la socialización de la gestión de UNIMAYOR en el 2018, junto con la presentación del día y el Informe de Gestión Vigencia 2018, en PDF, en el portal web institucional.
- ✓ Se reeditó la grabación del video de la audiencia pública, y se resumió en una edición especial para CamarínTV, espacio informativo de UNIMAYOR que se transmite a través del Canal 29 de la Fundación EMTEL, y en vivo a través de redes sociales.

Actividad 3: Temas abordados en la –RDC según los resultados de participación:

Sede: Claustro la Encarnación

Participación	No de personas
Como se manejan las garantías para la libre movilización, en la lucha por la educación superior y futuras marchas sociales - MESU	1

Aclaración sobre los 35 hallazgos de la procuraduría general en la auditoría realizada en el año anterior (2018) MESU	1
Una cancha de fútbol o algo deportivo mesas de ping pon	2
Parqueadero para (motos) personal estudiantes y administrativos	5
Nuevas disciplinas formativas en el deporte y cultura	1
Recursos destinados (infraestructura)	4
Cuales son los beneficios para egresados?	1
Recursos destinados a elementos de diseño (cámaras, MAC, Tablet etc.)	1
¿Cuáles fueron las ayudas a los estudiantes?	1
Sobre el compromiso de la UNIMAYOR con el medio ambiente proyectos ambientales, estrategias implementadas y futuras , inversión	1
Se tiene planeado extender otros servicios de salud para los estudiantes	1
¿Por qué a los delineantes de Arquitectura e Ingeniería no les celebran el aniversario? Cumplimos el mismo día que la U somos el programa anfitrión	3
A nivel de investigación Que se hizo y que viene	1
Para cuando las licencias de programas para los delineantes (3D Max, sketd, upvray y mas)?	9
Sobre la sede Norte en costos y su uso	2
Más comida, menos precio	10
sobre los proyectos a futuro y los planes de la universidad	1
Que paso con la acreditación de los delineantes?	1
	46
Sede:	Norte
¿ El Colegio Mayor como invierte el dinero de las matrículas de	1

nosotros?	
¿Qué pasa con el Bienestar Universitario? ¿No alcanza la plata?	1
¿Dónde están los recursos de la sede norte? No hay transporte, No hay cafetería, no hay buen internet, no hay computadores	1
¿y el edificio para cuándo?	1
Las instalaciones de la sede norte no tienen las condiciones adecuadas para el trabajo de Arquitectura falta todo	1
Los computadores son realmente deficientes, los salones son imposibles en días cálidos. No existe una papelería es indispensable, sillas en la cafetería, y mesas, las barras nunca se anclaron o para cuando el proceso y la remodelación de la universidad?	1
Edificio nuevo sede norte	1
Que es rendición de cuentas	1
El parqueadero necesita intervención urgente en la sede norte	1
Se necesita un sistema de sonido en caso de emergencia para poder tener comunicación en la sede norte	1
Se piensa invertir en el mejoramiento de las condiciones para los estudiantes de arquitectura?	1
sede norte asonada no hay internet, no hay bienestar universitario, enfermería, sala de sistemas, ¿Qué pasa? Donde queda la plata de la matrícula?	1
Porqué los docentes en 2019 no tuvieron alza en el sueldo?	1
	13

Total de participantes carteleras	59
Total de participantes página	39

Total	98
--------------	-----------

Administrativos página	4
------------------------	---

comunidad general	2
Docente	10
Egresados	4
Estudiante	19
Total formulario Página web	39

Los temas solicitados para grupos de valor y grupos de interés fueron abordados por los siguientes funcionarios responsables Vicerrectoría Académica en lo relacionado a preguntas académicas y de investigación , P.U Presupuesto ejecución de recursos , secretaria General infraestructura física, Asesor Tic infraestructura Tecnológica medios educativos.

Actividad 4Evaluación de la RDC:

Total de participantes según listado 189

Se realiza encuesta de evaluación a participantes obteniendo percepción positiva en lo relacionado con:

Organización, la profundidad y claridad de los temas dando respuesta a los requerimientos realizados por las partes interesadas antes de la rendición y durante la rendición.

Se abren los espacios para lograr la participación endoble vía entre las directivas, los responsables de la información, comunidad estudiantil, ciudadanos, actores interesados en los resultados de la gestión de la institución y la sociedad en general.

La estrategia de comunicaciones ha permitido lograr un número mayor de participaciones en el ejercicio de rendición de cuentas, logrando interactuar de manera más constante con la comunidad en general.

Rendición de cuentas: Dirigido a Representantes de los Estudiantes ante los consejos de la IUCMC

Fecha de realización: 20 de noviembre de 2019

No de asistentes: 6

Tipo de audiencia: Conversatorio

Lugar Sala de Juntas de Rectoría

Temas tratados: Carácter de la Institución, Nueva misión y visión institucional, estructura organizacional, oferta académica, Presupuesto, recursos adicionales, servicios para los estudiantes.

2. Publicación de informes de gestión en página web institucional.

Se publican en página institucional los informes de gestión y seguimiento a la planeación en los periodos de enero, junio.
<https://unimayor.edu.co/web/transparencia?layout=edit&id=2852#ano-2019>

Se revisa la página institucional frente a los requerimientos de la ley de transparencia.
<https://unimayor.edu.co/web/transparencia>

Se logra puntaje del 99% de cumplimiento de medición Procuraduría en medición ITA 2019.

3. Rendición información a Entes de control:

100% de informes presentados a entes de control en fechas establecidas y en los formatos solicitados.

4. Rendición cuentas Consejo Directivo: durante la vigencia 2019 se presentan las siguientes rendiciones de cuenta a solicitud de los consejeros:

Acta No 10 del 2 de diciembre tema Informe de políticas y estrategias relacionadas para beneficiar a la población constitucional.

Acta No 07 del 30 de agosto: presentación informe área Investigaciones

5. Rendición cuentas en espacios con partes interesadas:

Se realizan rendiciones parciales en Eventos realizados bienvenida de primíparos 1ro y Segundo semestre.

Se transmite por CAMARIN TV resultados de la gestión institucional durante todo el año.

Elaboró

GLORIA X. HURTADO PAREDES
Asesora de Planeación.

ORIGINAL FIRMADO

Aprobado

HÉCTOR SÁNCHEZ COLLAZOS
Rector