

FACTOR 3

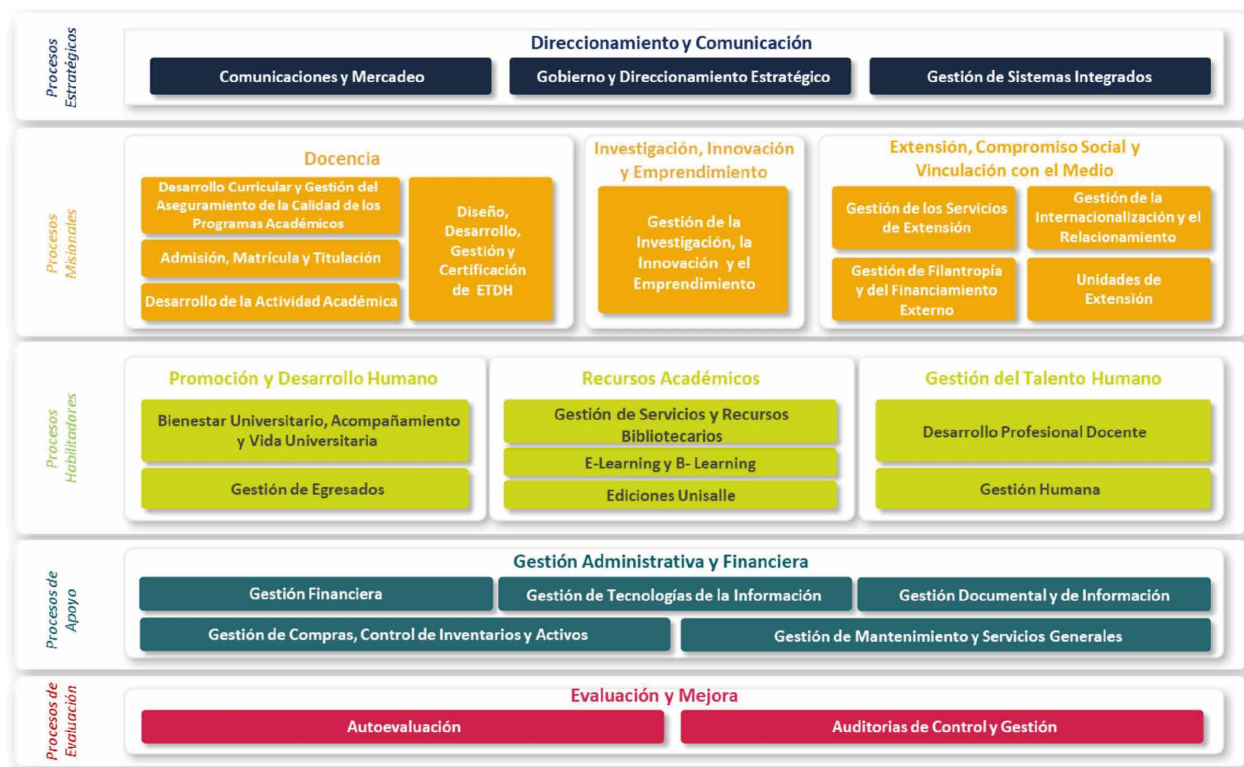
DESARROLLO, GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL

Características

7 Administración y gestión

Durante el período 2018 a 2024 el área de Gestión Humana se ha posicionado como una aliada del desarrollo humano, la satisfacción laboral, la productividad y la eficiencia en todos los procesos:

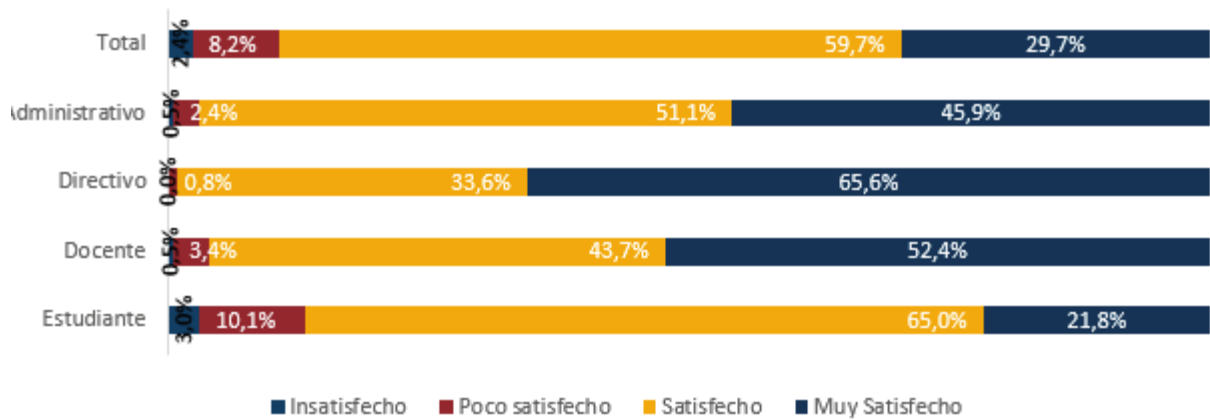
- Construcción e implementación del Plan de Desarrollo Laboral 2022-2026.
- Puesta en marcha de la estrategia líderes HIPO (High Potential).
- Implementación del teletrabajo como incentivo laboral (187 beneficiarios).
- Aplicación de la política de estímulos: Homenaje 20 años, Día de la secretaria, Fiestas patronales, Estrellas Lasallistas, Estrellas que te cuidan, Ruta 60/15 (3.896 beneficiarios).
- Implementación del portafolio de capacitación: inteligencia artificial, competencias blandas, liderazgo etc. (2.028 beneficiarios).
- Estrategia de ascensos y promociones para el personal administrativo (56 beneficiarios) y profesores en comisión administrativa (57 beneficiarios).
- Actualización del mapa institucional de procesos en el 2023.



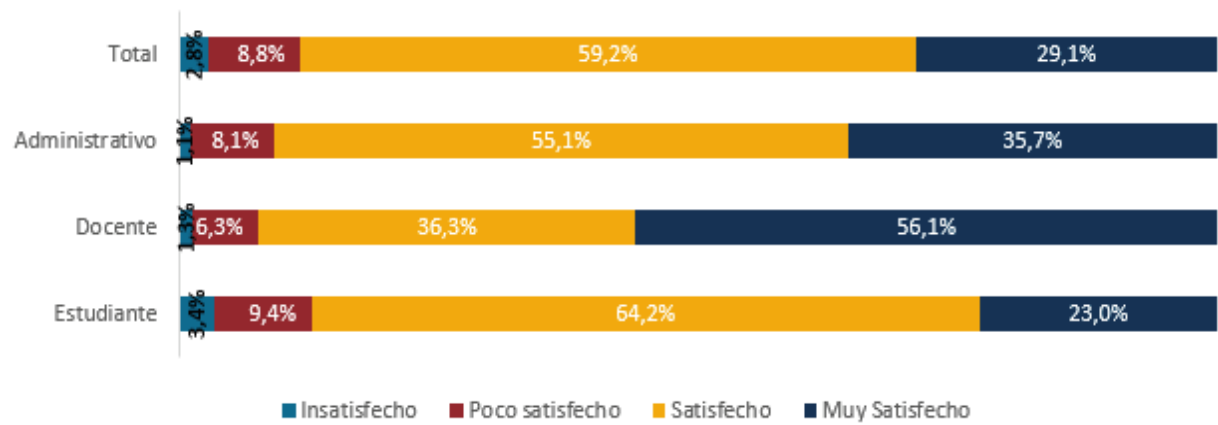
9 Capacidad de gestión

La Universidad realizó en el año 2021 la reforma estatutaria, modificó la estructura orgánica y reglamentó la conformación y funcionamiento de las Unidades académicas. Adicionalmente se han implementado estrategias articuladas al proyecto BUHO (Bajo un mismo horizonte) para promover el liderazgo transformacional y distribuido.

Gráfica 7. Apreciación sobre el liderazgo con eficacia por parte de las directivas de la Universidad (Rector, Vicerrectores)



Gráfica 8. Apreciación sobre el liderazgo con eficacia por parte de las directivas del programa y de la unidad académica (Director, Decano, Secretario, Asistente)



- Las acciones desarrolladas han tenido una percepción positiva por parte de los miembros de la comunidad sobre el liderazgo con eficacia por parte de las directivas de la Universidad (89,4%) y de las unidades académicas (88,3%).
- La comunidad considera que la Universidad aplica de manera transparente las políticas, normas y criterios académicos y administrativos establecidos para la selección, vinculación y evaluación de la permanencia de sus profesores y colaboradores (95,8%).



Oportunidades de mejora

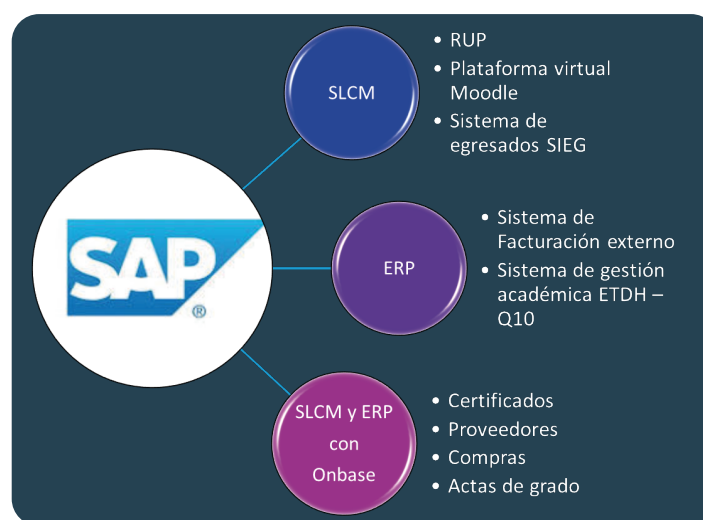
Característica 10:

- Mejorar las estrategias de comunicación y divulgación de los recursos y servicios disponibles para apoyar los procesos académicos y de investigación, y alcanzar a los usuarios potenciales que aún no los están utilizando (entre un 11% y un 23% no los utilizan).
- Continuar con la actualización de equipos.

Característica 12:

- Seguir fortaleciendo un modelo de gestión más flexible y participativo.
- Necesidad de mayor recurso en áreas específicas debido al aumento del número de programas académicos en oferta.
- Avanzar en la descentralización de algunos procesos y procedimientos.

8 Procesos de comunicación



Número de equipos comprados para las diferentes sedes

SEDE	2022		2023		2024	
	PC	Workstation	Portátil	PC	Portátil	MAC
Candelaria	50	2		61		8
Chapinero			412	150	10	134
Norte	86					
TOTALES	136	2	412	211	10	134

Número de equipos en las salas de sistemas

SEDE	CANTIDAD EQUIPOS
Candelaria	508
Chapinero	409
Norte	178
Total	1095

- Integración de RUP con otros sistemas como el sistema Nexus, Sistema de investigación, ORCID, EBSCO.
- Implementación de modelo de seguridad interna.
- Fortalecimiento de la seguridad de la red universitaria.
- Modernización y ampliación por fases de la cobertura WIFI en las sedes de Bogotá.
- Renovación y actualización de equipos de cómputo.

Modelo Sistémico de Comunicación

- Creación oficial de la Dirección de Comunicación y Mercadeo (DCM) en 2017.
- Sistema general de comunicaciones.
- Política institucional de comunicación.
- Proceso continuo de innovación tecnológica.
- Portal web fue renovado siguiendo los estándares de accesibilidad.
- Mejorando la experiencia de navegación para personas con discapacidad.
- Comunicación accesible para todos los públicos.
- Ampliación cualitativa y cuantitativa del alcance.

Interna

- Boletines electrónicos, campañas de correo institucional, WhatsApp corporativo, señalética accesible, etc.
- Gestión omnicanal mediante el CRM Clientify, acompañamiento personalizado y coherente de los públicos internos (correos, llamadas telefónicas y mensajería instantánea)

Indicador	2018	2024
Participaciones en ferias	193	> 400
Publicaciones en medios	~1.570	> 1.700
Contactos en CRM	N/A	160.000 activos
Usuarios web alcanzados	N/A	3.969.076 (GA4 2022-2024)
Mensajes enviados por WhatsApp	N/A	163.739 en 2024
Correos electrónicos enviados	~10.000/mes (estimado)	~200.000/mes

Externa (Ecosistema)

- Medios digitales (LinkedIn, Facebook, Instagram, Tik Tok, Spotify, YouTube)
- Presencia en medios tradicionales (prensa, radio y televisión)
- Acciones de marketing educativo con un enfoque 360°: estrategias BTL, ATL y digitales.

10 Recursos de apoyo académico

Durante el período 2018 a 2024 la Dirección de Bibliotecas y Recursos de Apoyo ha fortalecido su papel como Centro de Recursos para el apoyo al aprendizaje y la investigación - CRAI:

- Acceso a 571.476 volúmenes (el 60% corresponde a recursos digitales), 34 bases de datos en diversas áreas del conocimiento, software para apoyo a la investigación y más 60 convenios interbibliotecarios a nivel nacional.
- Fortalecimiento del portafolio de servicios CRAI: 22 talleres, 5 cursos electivos, apoyo a la investigación y bibliometría, agenda cultural y actividades promoción de lectura, escritura y oralidad.

- De 2018 a 2024 se han invertido \$ 12.089.782.273 en la adquisición de bases de datos y licencias no perpetuas.

El análisis del uso durante el período revela tendencias positivas en la utilización de los recursos digitales (1.796.664 consultas promedio), físicos (71.277 préstamos promedio) y participación de la oferta de capacitación (10.435 participaciones promedio).

11 Infraestructura física y tecnológica

- Durante los últimos 7 años la Universidad realizó inversiones orientadas a la modernización de espacios, creación de espacios de bienestar, construcción de laboratorios y adquisición de inmuebles con el objetivo de garantizar ambientes de calidad que apoyan las actividades académicas, investigativas, culturales y de extensión.
- Cuenta con un Plan Estratégico de Infraestructura Física y Tecnológica del cual hacen parte los proyectos implementados.
- Adaptación de espacios para personas con movilidad reducida: rampas, ascensores, señalética táctil y visual, baños accesibles.

TIPO DE ESPACIO	2018	2024	Variación
SALONES DE CLASE	229	225	-1,78 %
LABORATORIOS	36	26	-36,48 %
TALLERES Y AULAS ESPECIALIZADAS	71	91	+21,98 %
SALAS DE SISTEMAS	25	40	+37,5 %
AUDITORIOS/CONFERENCIAS/TUTORIAS	26	21	-23,81 %
CLÍNICAS	6	6	0 %

Comparativo de evolución de la infraestructura física 2018-2024

	Sede Norte	Sede Chapinero	Sede Candelaria
Laboratorios Hilo Luis Enrique		Clinica de Optometría	Adecuación gimnasios
Jurado		Preclínicos optometría	Sala de Exposiciones
Aúlas y oficinas		Espacios de bienestar	Plaza La Salle
Cancha múltiple		"Columpio"	Fase 1 Teatro
Dorms Eco-campus		Casa E-Learning	Área gofiro
Clinica Veterinaria		Casa Extensión	
Facultad de ciencias agropecuarias, VPDH e Infraestructura física	Casa Bienestar VPDH		Salas de sistemas
Necropsia	Espacio de atención al aspirante		Laboratorios Ciencias básicas
			Talleres arquitectura
			Laboratorio de Educación física
			Teatro-Movilidad reducida

SEDE	HORAS DE USO SEMESTRAL	HORAS DISPONIBLES SEMESTRALES	% DE USO SEMESTRAL	SALONES
Aulas	96.736	266.336	36,32%	205
Laboratorios	40.603	101.472	40,01%	74
Sistemas	19.240	48.648	39,55%	38

Seguimiento uso de espacios

12 Recursos y gestión financiera

- Entre 2018 y 2024, la Universidad ha evolucionado en su modelo de gestión financiera y operativa.
 - Incremento de la participación institucional en procesos licitatorios y convocatorias públicas y privadas.
 - Campañas exitosas con donantes, generando nuevas alianzas estratégicas y consolidando una cultura filantrópica alineada con los propósitos institucionales.
 - Mayor sostenibilidad y autonomía financiera, la Universidad ha disminuido su dependencia de los ingresos por matrícula, promoviendo nuevas líneas de generación de recursos.
 - Ampliación y diversificación de la oferta académica (pregrado, posgrado, técnicos laborales) y la oferta de programas de formación complementaria como cursos, diplomados, seminarios, talleres, entre otros.
 - Crecimiento sostenido de la oferta académica virtual.
 - Expansión de la presencia regional.
- Administración eficiente del portafolio de inversiones con rentabilidad superior a la del mercado.
- Uso de SAP y de instrumentos para el control del presupuesto.
- Para garantizar el acceso a la educación superior y mitigar las barreras económicas ha habilitado el crédito directo para los estudiantes a través de dos líneas de financiación (30/70) y (50/50).

Estadísticas colocación de crédito directo Universidad de La Salle 2022 - 2024

