

PLAN ESTRATÉGICO 2006 – 2010

PRESENTACION

La Universidad Academia de Humanismo Cristiano ha tenido un progresivo desarrollo desde su fundación en 1989, superando las naturales dificultades que presenta un proyecto de este tipo, alcanzando en la actualidad un nivel de desarrollo y consolidación, que le permite y le impone enfrentar renovados desafíos, para consolidar y fortalecer la Misión y Visión que ha venido desarrollando la Universidad.

El ejercicio realizado para elaborar el Informe Institucional que es parte del proceso voluntario de acreditación de la calidad de la educación superior que impulsa y coordina la Comisión Nacional de Acreditación de Pregrado, así como el informe de la Comisión de Pares Evaluadores, dejaron en evidencia los avances logrados por la UAHC, así como las áreas de mejoramiento que debe abordar para alcanzar un estadio superior de desarrollo.

La UAHC ha construido un sólido proyecto educativo, sostenido por una comunidad de directivos, docentes, administrativos y estudiantes, con una fuerte unidad en torno a una visión común de sociedad y una mirada compartida de universidad. Sin embargo, no ha tenido una acción consistente para hacer visibles sus fortalezas ante el mundo universitario y, especialmente, a los estudiantes de enseñanza media a quienes debe interesarlos en acoger esta valiosa oferta académica.

El desafío del futuro inmediato es hacer valer este proyecto de universidad de sólida vocación pública, comprometida con el pensamiento crítico y la excelencia académica, al servicio de la justicia, la democracia, los derechos humanos y los grandes requerimientos del país, **en el seno de una industria cada vez más competitiva**, en que las diversas universidades diseñan ofertas cada vez más diversificadas, en que se observa una fuerte tendencia a la concentración a través de integraciones verticales y horizontales, y en que la mayoría realiza una agresiva campaña de marketing para captar más estudiantes

Por ello, **las autoridades superiores de la UAHC iniciamos a comienzos de este año 2005 la tarea de elaborar un Plan Estratégico para el período 2006-2010** que, recogiendo la tradición, historia y cultura de esta universidad, impulse con decisión un conjunto de iniciativas que fundamenten y promuevan un sostenido crecimiento del número de alumnos y de los ingresos de la universidad.

Este Plan Estratégico valora, preserva y enriquece el particular proyecto académico que se ha construido en esta universidad, que tiene un fuerte contenido valórico que lo distingue y caracteriza. Con fidelidad al mismo, busca proyectarlo al mercado universitario con decisión, para mostrar la sólida identidad de esta universidad, la que

sin duda atraerá un mayor número de estudiantes y generará en otras instituciones un interés por celebrar alianzas estratégicas con esta universidad.

Este Plan Estratégico ha sido elaborado por una comisión especial integrada por componentes del Directorio y del Consejo Superior; y ha sido sometido a la consideración de ambas instancias en diversas oportunidades durante el proceso de elaboración. A su vez los jefes de unidades lo han analizado con los docentes respectivos. De manera que puede asegurarse que **este plan expresa un activo consenso**, lo que garantiza que será percibido como una construcción colectiva, lo que ciertamente facilitará su implementación efectiva. El paso siguiente será la elaboración de los planes de actividades de cada unidad, que se derivan de este Plan Estratégico central.

Este Plan Estratégico será, realmente, un instrumento de gestión. Será monitoreado en forma permanente por las autoridades superiores de la universidad. Una vez al año será revisado, recogiendo las observaciones que apunten a su continuo mejoramiento, con amplia participación.

Como es natural, este Plan Estratégico se construye sobre la base de los avances logrados por la universidad en el proceso de constitución y desarrollo que ha seguido desde su creación hasta la actualidad. De manera que el propósito es consolidar, desarrollar, fortalecer, profundizar y mejorar aquellos procesos, acciones y mecanismos que se han ido generando en la práctica cotidiana respondiendo a las necesidades de cada momento; y que en las actuales circunstancias es preciso revisar con una mirada de futuro, en función de los nuevos requerimientos que se asumen en esta propuesta.

NUESTRA MISION

La Universidad Academia de Humanismo Cristiano es una comunidad académica pluralista y participativa cuya misión es la de contribuir de manera crítica al desarrollo del pensamiento, la cultura y la formación continua de profesionales comprometidos con la tolerancia, la democracia y la justicia, en concordancia con los requerimientos del país. A la vez, proporciona oportunidades de acceso a todos aquellos postulantes que cumplen con adecuados niveles académicos y con una vocación de integración social de los sectores de bajos ingresos.

NUESTRA VISION

Ser el principal referente en la formación de graduados, profesionales y posgraduados con espíritu crítico, compromiso social y de calidad reconocida; y ser un actor relevante del debate nacional en el ámbito de las ciencias sociales y económicas, las humanidades, la educación y las artes, desde los principios y valores que la animan.

NUESTROS VALORES

1. La Universidad concebida como una entidad con vocación pública y auténticamente sin fines de lucro, animada por una permanente reflexión acerca del rol de la educación superior en la sociedad
2. La Universidad comprometida con la promoción y defensa de los derechos humanos y de la democracia como imperativos básicos de convivencia y desarrollo entre los seres humanos.
3. La Universidad comprometida con un desarrollo sustentable e incluyente de todos los sectores del país, con especial énfasis en la equidad y en la eliminación de todo tipo de discriminación, especialmente de género y étnica.

4. La Universidad con una mirada abierta y pluralista, que hace del pensamiento crítico un sello formativo de su docencia.
5. La Universidad en que la participación en la vida universitaria cotidiana de los diferentes estamentos que la componen constituye un valor central de su gestión.
6. La Universidad que no se reduce a la docencia sino que, fiel a la esencia de la universidad, tiene una permanente preocupación por desarrollar la búsqueda de la excelencia en la docencia, en la investigación, en la extensión, en la prestación de servicios y en la gestión institucional.

Resumen Plan Estratégico: Propósito, Ejes, Estrategias y Objetivos

Proyección y crecimiento sustentable

- Propósito del período 2006-2010:

Fortalecer la sustentabilidad del proyecto académico que identifica a la Universidad Academia de Humanismo Cristiano

- Objetivos estratégicos del período 2006-2010:

1. Consolidar el proyecto académico en sus valores esenciales y métodos pedagógicos
2. Crecer sostenidamente

- Metas estratégicas del período 2006-2010:

1. Consolidación de la calidad del proyecto académico al año 2010, alcanzando una satisfacción y reconocimiento de egresados y titulados, académicos y empleadores mayor 80%.
2. Crecimiento al año 2010 a 4.500 estudiantes
3. Incrementar el excedente institucional al 10% al año 2010

- Ejes, Estrategias y Objetivos del período 2006-2010

1. Eje de Fortalecimiento y diversificación de la propuesta académica

a. Estrategia de Consolidación y fortalecimiento de la innovación académica

Objetivos:

- i. Fortalecer y desarrollar la innovación académica
- ii. Incrementar la utilización de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) para la innovación
- iii. Perfeccionar una política integral de desarrollo de carrera y formación del personal
- iv. Potenciar académicamente la formación vespertina
- v. Fortalecer los programas regionales y especiales de la universidad.
- vi. Nivelar las capacidades académicas de los estudiantes que ingresan la Universidad
- vii. Ingresar al proceso de acreditación obligatoria de programas

b. Estrategia de Diversificación de la Propuesta Académica

Objetivos:

- i. Ampliar la gama de programas académicos que permitan dar sustentabilidad y presencia al proyecto de la Universidad

c. Estrategia de Mejoramiento de los Servicios de la Universidad

Objetivos:

- i. Mejorar la calidad y cantidad de los servicios disponibles para estudiantes y académicos de la Universidad.

d. Estrategia de Fortalecimiento de la Investigación, Extensión y Publicaciones como Apoyo a la Docencia

Objetivos:

- i. Ser un referente válido a nivel nacional respecto de las áreas temáticas que desarrolla la Universidad
- ii. Priorizar líneas institucionales para el desarrollo de investigación, extensión y publicaciones
- iii. Incrementar la producción de los académicos en la investigación desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo
- iv. Mejoramiento de los mecanismos que garanticen el traspaso de las investigaciones y estudios a los estudiantes
- v. Fortalecer las publicaciones institucionales

e. Estrategia de Incremento de prestaciones de consultorías y capacitación

Objetivos:

- i. Fortalecimiento de la preparación y ejecución de proyectos presentados en el marco de las prestaciones de servicios

2. Eje de Fortalecimiento de Estructura y Procesos de Gestión

a. Estrategia de Fortalecimiento Tecnológico

Objetivos:

- i. Consolidar el uso eficiente de la información y la tecnología para comunicación, gestión académica y financiera institucional

b. Estrategia de Mejoramiento continuo de la gestión

Objetivos:

- i. Fortalecer la instalación de una cultura orientada a la calidad Institucional
- ii. Fortalecer la capacidad de gestión estratégica de las direcciones de Áreas y Escuelas

c. Estrategia de Comunicaciones Internas

Objetivos:

- i. Mejorar los procesos de comunicación interna con académicos, personal administrativo y estudiantes

3. Eje de Desarrollo de la visibilidad y proyección institucional

a. Estrategia de Universidad y Sociedad

Objetivos:

- i. Potenciar y visualizar el sello académico distintivo de la Universidad en la sociedad.
- ii. Potenciar la vinculación entre universidad y sociedad

b. Estrategia de Posicionamiento Institucional

Objetivos:

- i. Estudiar y caracterizar el mercado
- ii. Gestionar un plan de marketing apuntando a los distintos grupos objetivo
- iii. Desarrollar un plan comunicacional
- iv. Elevar el grado de conocimiento y atracción en estudiantes potenciales y actuales, egresados, titulados, empleadores y profesores de la institución.

c. Estrategia de Alianzas Estratégicas

Objetivos:

- i. Consolidar y ampliar los vínculos con Universidades Nacionales y Extranjeras.
- ii. Generar vínculos con el sector privado para el fortalecimiento y desarrollo de programas y servicios
- iii. Consolidar y profundizar los vínculos con el sector público para el fortalecimiento, desarrollo y evaluación de programas y servicios