



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

INFORME de Gestión

Rectoría Centro Occidente
UNIMINUTO 2025-1

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

Consejo de Fundadores

Presidente

P. Diego Jaramillo Cuartas

Vicepresidente

P. Camilo Bernal Hadad, CJM.

Consejeros

P. Mario Alfredo Polo Castellanos, CJM.

María Fernanda Campo Saavedra

Gabriel Cadena Gómez

Hugo Fernando Valderrama

María Del Rosario Sintes

Fernando Ojalvo Prieto

Gabriel Burgos Mantilla

Rector General Sistema

Universitario UNIMINUTO

P. Harold Castilla Devoz, CJM

Vicerrectora General Académica

Dra. Stephanie Lavaux

Vicerrector General

Administrativo y Financiero

Mauricio Bustamante

Vicerrector General

Mercadeo y experiencia

María Isabel Vega

Secretaria General

Linda Guarín

Director Nacional de Planeación

Jorge Darío Higuera Berrio

Consejo Superior de UNIMINUTO

Rectoría Centro Occidente

Presidenta

María Fernanda Campo Saavedra

Representante de los Decanos y

Unidades Académicas

Bonel Fernando Mosquera Trujillo

Representante de los Estudiantes

José Daniel Zuleta Cortez

Representante de los Docentes

Henry Alberto Castaño Rojas

Consejeros externos designado por el

Consejo de Fundadores

Juan Ramon Guzmán Sánchez

Arbey Gomez Urbano

Gabriel Santiago Moreno Chávez

María del Rosario Carvajal Cabal

Victoria Eugenia Echeverry Arango

UNIMINUTO - Rectoría Centro Occidente

Rectora

Angela María Giraldo Quiceno

Directora de Planeación y Calidad

Lizeth Rocío Cortés Nuñez

Secretario de Sede

Juan David Álvarez

Subdirector de Mercadeo y Experiencia

Luz Carime Montoya

Coordinador de Comunicaciones

Andrés Steban Puentes

Director CU Cali

Pd. Diego Fernando Ospina Arias

Directora CU Buenaventura

Yudy Vanessa Burbano Rodríguez

Director CU Buga

P. Juan Pablo Mantilla Álvarez, CJM

Director CU Chinchiná

Bonel Fernando Mosquera Trujillo

Directora CU Pasto

Natalia Villota Benavides

Directora CU Pereira

Angela Castaño Bustos

CONTENIDO

Introducción	9
1. Asuntos contextuales: población universitaria	12
1.1. Registros calificados vigentes	13
1.2. Población estudiantil	14
1.3. Egresados	19
1.4. Administrativos.....	25
1.5. Profesores	26
1.6. Convenios	28
2. Frentes estratégicos	29
2.1. Frente 1: Identidad misional y cultura MD.....	30
2.1.1. Avances del frente 1 por mega	30
2.1.2. Acciones estratégicas Frente #1	30
2.1.3. Cumplimiento de las Megas por Centro Universitario	31
2.1.4. Avance por acción estratégica frente #1	32
2.1.5. En que nos debemos fortalecer	33
2.1.6. Para donde va	33
2.1.7. Medición del plan estratégico	34
2.2. Frente 2: Innovación académica, calidad y experiencia vibrante	36
2.2.1. Avances del frente 2 por mega	36
2.2.3. Acciones estratégicas Frente #2	37
2.2.4. Avance por acción estratégica frente #2	38
2.2.5. En que nos debemos fortalecer	38
2.2.6. Para donde va	39
2.2.7. Registros Calificados.....	39
2.2.8. Pruebas Saber Pro.....	40
2.2.9. Deserción	40
2.2.10. Ausentismo	41

2.2.11.	Medición del plan estratégico	42
2.3.	Frente 3: Investigación, innovación e impacto social.....	44
2.3.1.	Avances del frente 3 por mega	44
2.3.3.	Acciones estratégicas Frente #3	45
2.3.4.	Avance por acción estratégica frente #3	46
2.3.5.	En que nos debemos fortalecer	46
2.3.6.	Para donde va	47
2.3.7.	Graduados	47
2.3.8.	Medición del plan estratégico	48
2.4.	Frente 4: Centros Universitarios y desarrollo social	50
2.4.1.	Avances del frente 4 por mega	50
2.4.2.	Acciones estratégicas Frente #4	50
2.4.4.	Avance por acción estratégica frente #4	51
2.4.5.	En que nos debemos fortalecer	52
2.4.6.	Para donde va	52
2.4.7.	Excelencia operacional – Calidad y Procesos	53
2.4.8.	Medición del plan estratégico	57
2.5.	Frente 5: Uniminuto Virtual.....	59
2.5.1.	Avances del frente 5 por mega	59
2.5.2.	Acciones estratégicas Frente #5	59
2.5.4.	Avance por acción estratégica frente #5	60
2.5.5.	En que nos debemos fortalecer	60
2.5.6.	Para donde va	60
2.5.7.	Medición del plan estratégico	61
2.6.	Frente 6: Sistema universitario digital.....	63
2.6.1.	Avances del frente 6 por mega	63
2.6.2.	Acciones estratégicas Frente #6	63
2.6.4.	Avance por acción estratégica frente #6	64
2.6.5.	En que nos debemos fortalecer	64

2.6.6.	Para donde va	64
2.6.7.	Medición del plan estratégico	65
2.7.	Frente 7: Mercadeo, matricula y permanencia.....	67
2.7.1.	Avances del frente 7 por mega	67
2.7.2.	Acciones estratégicas Frente #7	67
2.7.4.	Avance por acción estratégica frente #7	68
2.7.5.	En que nos debemos fortalecer	69
2.7.6.	Para donde va	70
2.7.7.	Servicio al Usuario.....	70
2.7.8.	Comunicaciones	71
2.7.9.	Medición del plan estratégico	72
2.8.	Frente 8: Ecología integral y sostenibilidad	74
2.8.1.	Avances del frente 8 por mega	74
2.8.3.	Acciones estratégicas Frente #8	75
2.8.4.	Avance por acción estratégica frente #8	75
2.8.5.	En que nos debemos fortalecer	75
2.8.6.	Para donde va	76
2.8.7.	Datos Financieros	76
2.8.8.	Ejecución presupuestal	79
2.8.9.	Gestión de infraestructura física.....	80
2.8.10.	Seguridad y salud en el trabajo.....	81
2.8.11.	Proyectos	81
2.8.12.	Medición del plan estratégico	84
2.9.	Medición de los frentes estratégicos 2024-2025.....	85
	Reconocimientos y logros.....	92
	Tablero De Mando Rectoría Centro Occidente	95

CONTENIDO

Tabla 1 Distribución de registros calificados por CINEF F-2013, bajo modalidad a distancia2	13
Tabla 2 Distribución de registros calificados descentralizados por Centro Universitario... 13	13
Tabla 3 Oferta académica presente a nivel nacional.....	14
Tabla 4 Impacto a nivel nacional	14
Tabla 5 Cantidad de estudiantes matriculados 2.022-2 a 2.025-1.	14
Tabla 6. Estudiantes matriculados por modalidad 2.022-2 a 2.025-1.	15
Tabla 7 Egresados por nivel de formación.....	19
Tabla 8 Egresados por modalidad.	21
Tabla 9 Egresados por programa 2.025-1.	24
Tabla 10 Personal administrativo por tiempo de dedicación.	25
Tabla 11 Comportamiento de profesores 2.021-2.025.	26
Tabla 12 Convenios de la Rectoría Centro occidente	28
Tabla 13 Registros calificados gestionados 2025-1.....	39
Tabla 14 Comportamiento Histórico resultados pruebas saber pro	40
Tabla 15 Estrategias para la mejora de resultados de las pruebas saber Pro.....	40
Tabla 16 Histórico deserción Rectoría Centro occidente.....	40
Tabla 17 Histórico ausentismo Rectoría Centro occidente	41
Tabla 18 Graduados 2025-1.....	47
Tabla 19 Tipología de los Centros Universitarios de la RCO.....	53
Tabla 20 Centros tutoriales de la Rectoría Centro occidente.....	53
Tabla 21 Acciones correctivas RCO.....	53
Tabla 22 Herramientas de Calidad Oportunidades de Mejora	54
Tabla 23 Solicitudes de derecho de petición 2025-1	55
Tabla 24 Solicitudes de Tutela de petición 2025-1	55
Tabla 25 Felicitaciones, peticiones, quejas y sugerencias.....	70
Tabla 26 Gestión de comunicaciones Rectoría Centro Occidente.....	71
Tabla 27 Tipología de centro universitario Rectoría Centro occidente	76
Tabla 28 Top 5 Rubros más altos de la Rectoría Centro occidente.....	79
Tabla 29 Diversificación de ingresos.....	79
Tabla 30 Tipo de tenencia y áreas	80
Tabla 31 Nivel de cumplimiento del SST-GA 2025-1	81
Tabla 32 Cantidad de proyectos en ejecución por tipo.....	81
Tabla 33 Estado de los proyectos con recursos externos de la Rectoría Centro Occidente .	81
Tabla 34 Proyectos financiación externa aprobados 2025	82
Tabla 35 Cumplimiento del plan estratégico por frente	85

CONTENIDO

Gráfica 1 Cantidad de estudiantes matriculados 2.022-2 a 2.025-1.....	14
Gráfica 2 Estudiantes matriculados por modalidad 2.022-2 a 2.025-1.....	16
Gráfica 3 Cumplimiento de matrículas de estudiantes nuevos y antiguos Rectoría Centro occidente 2.025-1.....	17
Gráfica 4 Top de programas con la mayor cantidad de matriculados	17
Gráfica 5. Egresados por nivel de formación.....	20
Gráfica 6. Egresados por modalidad.....	22
Gráfica 7 Egresados por lugar de residencia 2.024-2.....	24
Gráfica 8. Personal administrativo por tiempo de dedicación.....	25
Gráfica 9. Comportamiento de profesores 2.021-2.025.....	27
Gráfica 10 Profesores por nivel de formación 2025-1	27
Gráfica 11 Acciones correctivas RCO	54
Gráfica 12 Herramientas de Calidad Oportunidades de Mejora	55
Gráfica 13 Histórico descenso Rectoría Centro occidente	40
Gráfica 14 Felicitaciones, peticiones, quejas y sugerencias.....	70
Gráfica 15 Ingresos vs meta estudiantes nuevos y continuos.....	77
Gráfica 16 Valor de becas entregadas vs meta de becas	77
Gráfica 17 Valor otorgado en descuentos vs valor meta de descuentos.....	78
Gráfica 18 Margen EBITDA histórico Rectoría Centro occidente	78
Gráfica 19 Ejecución Presupuestal Rectoría Centro Occidente	79

CONTENIDO

Figura 1. Lugar de residencia de estudiantes de la Rectoría Centro Occidente 2.025-1.....	16
Figura 2 Estudiantes por genero Rectoría Centro occidente 2.025-1.....	18
Figura 3 Estudiantes por segmento etario Rectoría Centro occidente 2.025-1	18
Figura 4 Estudiantes por estrato socio económico Rectoría Centro occidente 2.025-1	19
Figura 5 Egresados por genero Rectoría Centro occidente 2.025-1.....	22
Figura 6 Egresados por segmento etario Rectoría Centro occidente 2.024-2	23
Figura 7 Egresados por estrato socio económico Rectoría Centro occidente 2.024-2	23
Figura 8 Ratio de colaboradores administrativos vs estudiantes.....	26
Figura 9 Ratio de profesores vs estudiantes.....	28
Figura 10 Indicadores de población	95
Figura 11 Indicadores de vida universitaria	95
Figura 12 Indicadores de control	96
Figura 13 Indicadores financieros.....	96

Introducción

Al inicio del 2025, la rectoría Centro Occidente se trazó una ruta llamada *horizonte alumni*, con una **visión conjunta, ágil y transformadora, con gestión efectiva**; esta ruta estratégica persigue un propósito y es un equipo de trabajo llamado a soñar y construir juntos; la rectoría Centro Occidente en el año 2024, tuvo la oportunidad de pasar por un proceso de reconfiguración, y después de un año de este proceso, el equipo de trabajo se conoce, se reconoce y tiene la capacidad de trabajar para el mismo objetivo.

Nuestra ruta 2025 nos hace encontrarnos en un compromiso colectivo, está marcado en lo que se ha llamado la **creatividad, es la llave para empaquetar y diversificar el ingreso**.

Sin duda alguna, el 2025 ha sido un año lleno de retos, tanto Nacionales, como institucionales, la disminución en la matrícula Nacional sigue siendo una constante que no se detiene, sumado al decrecimiento demográfico de jóvenes que enfrenta nuestro país; y el crecimiento arrollador que ha tenido la formación 100% virtual frente a las modalidades distancia, híbrida y presencial que son las que hoy tenemos en nuestra Rectoría, sin embargo, la Rectoría Centro Occidente hoy es un referente en varios procesos nacionales, gracias a sus liderazgos, a sus buenas prácticas, a la mejora continua, y a el trabajo en equipo mancomunado que se realiza a diario.

En este contexto, nos alineamos a la ruta nacional de Uniminuto 2025, que busca una educación de alta calidad al alcance de todos, donde buscaremos **recuperar el volumen de estudiantes, recuperar la rentabilidad y mejorar la reconfiguración**, con estos 3 firmes propósitos y en el marco de nuestro plan estratégico de la rectoría, Centro Occidente, nace el informe de gestión 2025-1, el cual, ha generado un sinnúmero de resultados positivos; que hoy dinamizan a la Rectoría hacia la búsqueda de la sostenibilidad financiera; queremos invitarlos a que hagan un recorrido por los resultados de cada uno de nuestros frentes del plan estratégico; Sus objetivos, el alcance que hemos tenido, los principales resultados tanto cuantitativos como cualitativos y al final de este gran resumen por frentes, podamos conocer los resultados y reconocimientos claves que ha tenido nuestra Rectoría para este periodo.



Rectoría Centro Occidente





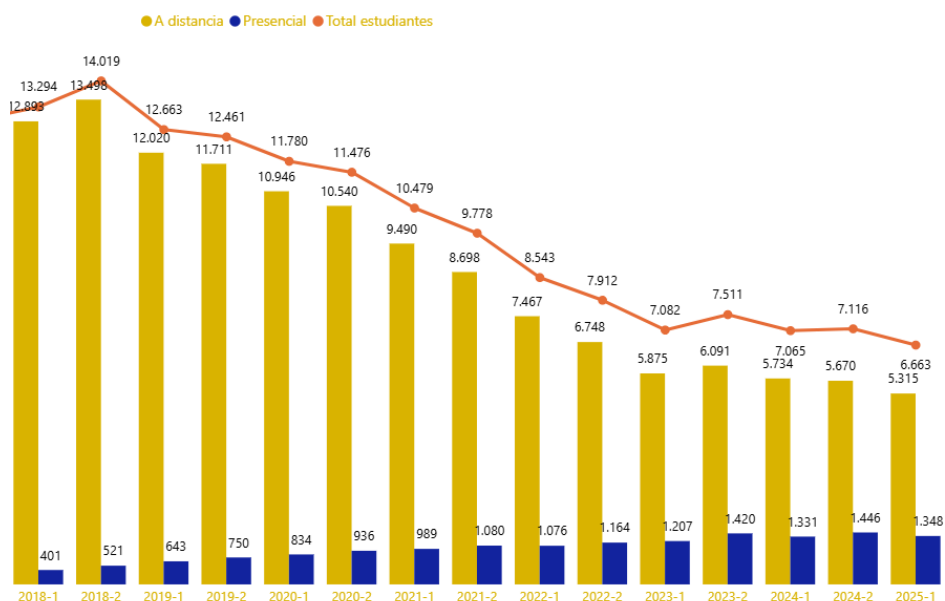
Asuntos Contextuales

Rectoría Centro occidente
UNIMINUTO 2025-1

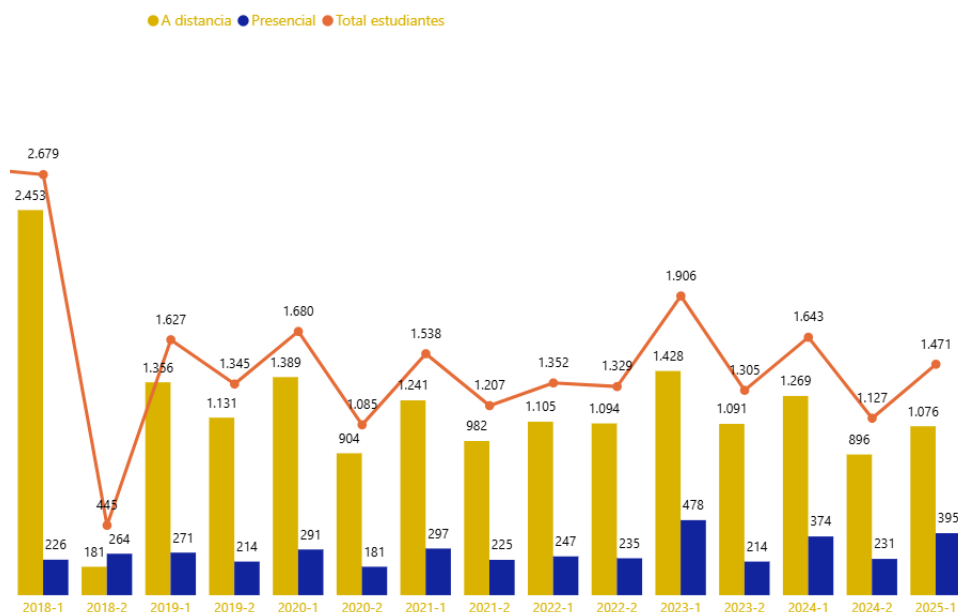
1. Asuntos contextuales: población universitaria

A continuación, se presenta información referente a la caracterización de la población universitaria de la Rectoría Centro Occidente, del mismo modo, se presentan análisis de los datos correspondientes a los egresados, registros calificados. Todo lo anterior desde 2.022, lo que permite tener un panorama sobre el cual se pueden realizar parangones con para una reflexión más completa.

Gráfica 1 Histórico de estudiantes, continuos¹



Gráfica 2 Histórico de estudiantes, nuevos²



¹ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

² Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

En términos generales, la matrícula a lo largo de la historia de la Rectoría Centro Occidente, presenta una tendencia general a la baja desde 2018-1, desde ese periodo hasta 2025-1 la cantidad de estudiantes matriculados ha disminuido en un 49%, lo que quiere decir que, en promedio, cada semestre disminuye en un 3,2%. Cabe resaltar que el primer semestre de cada año presenta mayor cantidad de estudiantes matriculados.

En cuanto a estudiantes nuevos, la tendencia también es a la baja en un 45%, mientras que, en estudiantes antiguos, la tendencia es del 50% a la baja. Las modalidades han presentado tendencias inversamente proporcionales, la modalidad a distancia presenta una tendencia a la baja del 58%, mientras que la modalidad presencial, presenta un aumento desde 2018-1 del 178%, casi el triple de la cantidad en estudiantes matriculados.

1.1. Registros calificados vigentes

Tabla 1 Distribución de registros calificados por CINE- F-2013, bajo modalidad a distancia³

CINE-F	Cantidad de registros
Administración de Empresas y Derecho	66
Educación	13
Ciencias Sociales, Periodismo e Información	18
Ingeniería, Industria y Construcción	3
Agropecuario, Silvicultura, Pesca y Veterinaria	0
Pendiente de Clasificar	0
Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)	1
Tot	101

Tabla 2 Distribución de registros calificados descentralizados por Centro Universitario⁴

Centro Universitario	Registros descentralizados 2025
Cali	4
Buga	3
Buenaventura	2
Pereira	2
Chinchiná	3
Pasto	2
RCO	16

³ Consultado en: Coordinación académica. Fecha de consulta: 08 de julio de 2.025.

⁴ Consultado en: Coordinación académica. Fecha de consulta: 08 de julio de 2.025.

Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

De acuerdo con la información suministrada por la coordinación académica, En la rectoría hay 101 registros calificados. Los registros calificados descentralizados están distribuidos en los seis Centros Universitarios, el 25% está en Cali, el 37% están en Chinchiná y Buga y el resto está en los otros tres Centros Universitarios.

1.2. Población estudiantil

Tabla 3 Oferta académica presente a nivel nacional⁵

Presencia Académica en:	Nacional	RCO	Participación RCO
Municipios	42	6	14,3%
Departamentos	23	4	17,4%

La rectoría cuenta con 6 centros universitarios en 6 municipios diferentes en 4 departamentos, representando el 14,3% de los Centros universitarios del país por municipio y el 17,4% por departamento.

Tabla 4 Impacto a nivel nacional⁶

Impacto en:	Nacional	RCO	Participación RCO
Municipios	879	223	25,4%
Departamentos	32	22	68,8%

La Rectoría Centro Occidente presta sus servicios a estudiantes de 223 municipios del país representando el 25,4% del total nacional, y a nivel departamental representa el 68,8% del total nacional con presencia en 22 departamentos.

Tabla 5 Cantidad de estudiantes matriculados 2.022-2 a 2.025-1.⁷

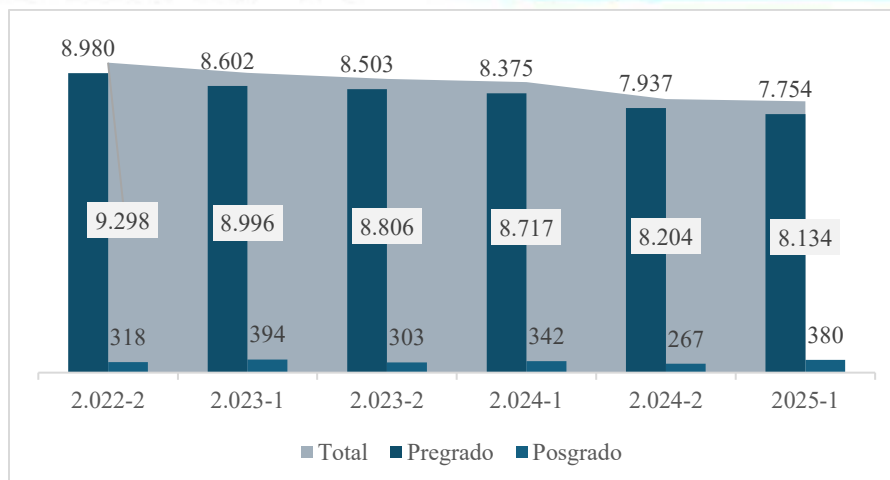
Nivel académico	2.022-2	2.023-1	2.023-2	2.024-1	2.024-2	2025-1	Variación 2.024-2 a 2.025-1
Pregrado	8.980	8.602	8.503	8.375	7.937	7.754	-2,0%
Posgrado	318	394	303	342	267	380	42,0%
Total	9.298	8.996	8.806	8.717	8.204	8.134	-1,0%

Gráfica 3 Cantidad de estudiantes matriculados 2.022-2 a 2.025-1.

⁵ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

⁶ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

⁷ Consultado en: Sistema de información SAP UNIMINUTO. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.



La cantidad de estudiantes matriculados, continua con la misma tendencia durante los últimos 3 años, cada semestre se presenta una reducción de aproximadamente el 8%, Para 2.025-1, se registró una reducción del 2% en los programas de posgrado y un aumento del 42% en los programas de pregrado, para un total de 70 estudiantes menos para el último semestre. Finalmente, se observa una caída del 12.5% de los estudiantes matriculados para el periodo comprendido entre 2.022-2 a 2.025-1.

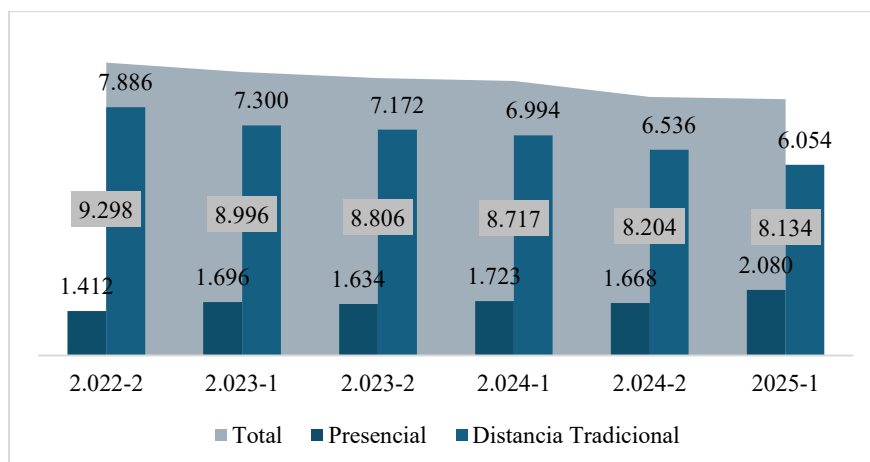
Durante los 3 años analizados, el balance entre las participaciones en las matrículas de posgrado y pregrado se han mantenido, los programas de posgrado representan entre el 3% y 4,5% del total y para pregrado entre el 95% y el 97%, lo que sigue demostrando la superioridad de los programas de pregrado sobre los programas de posgrado, sin embargo, es importante tener en cuenta que se cuenta con menor oferta de este tipo de programas, aunque para 2025-1 fueron abiertos algunos.

Tabla 6. Estudiantes matriculados por modalidad 2.022-2 a 2.025-1.⁸

Modalidad	2.022-2	2.023-1	2.023-2	2.024-1	2.024-2	2025-1	Variación 2.022-2 a 2.025-1
Presencial	1.412	1.696	1.634	1.723	1.668	2.080	25,0%
Distancia Tradicional	7.886	7.300	7.172	6.994	6.536	6.054	-7,0%
Total	9.298	8.996	8.806	8.717	8.204	8.134	-1,0%

⁸ Consultado en: Sistema de información SAP UNIMINUTO. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

Gráfica 4 Estudiantes matriculados por modalidad 2.022-2 a 2.025-1.



En el contexto de las matriculas por modalidad, se presenta un aumento considerable en la modalidad presencial y una disminución leve en a modalidad a distancia, donde comparando los ultimos tres años, se presento un aumento del 47% en las matriculas de modalidad presencial y una disminución del 23% en la modalidad a distancia. En la comparación de los totales entre semestres, el comportamiento sigue siendo a la baja desde 2.022-2, presentando no menos del 12% de reducción de la población estudiantil total. La modalidad que presenta la mayor cantidad de matriculados es la distancia tradicional con más del 74% desde hace más de tres años, desde el 2.022 la modalidad presencial ha venido aumentando su participación siendo del 15% en 2.022-2 al 25% en 2.025-1, aunque el número de matriculados de la modalidad presencial ha aumentado, también se presenta una reducción gradual de la totalidad de matriculados.

Figura 1. Lugar de residencia de estudiantes de la Rectoría Centro Occidente 2.025-1.⁹

Centro Universitario	Ciudad	Estudiantes
CU CALI	CALI	1.723
CU PASTO	PASTO	1.568
CU BUGA	BUGA	582
CU PEREIRA	PEREIRA	527
CU CHINCHINÁ	MANIZALES	380
CU BUENAVENTURA	BUENAVENTURA	356
CU CHINCHINÁ	CHINCHINÁ	253
CU BUGA	TULUA	181
CU PEREIRA	DOSQUEBRADAS	142
CU CALI	PALMIRA	111
CU BUGA	GUACARÍ	98
CU CALI	CANDELARIA	83
CU BUGA	EL CERRITO	72
CU CHINCHINÁ	VILLAMARIA	67

⁹ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

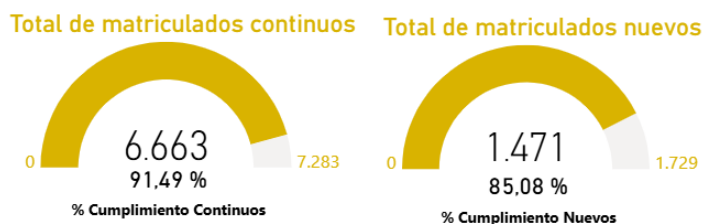
Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

CU PEREIRA	CARTAGO	64
CU CALI	JAMUNDÍ	61

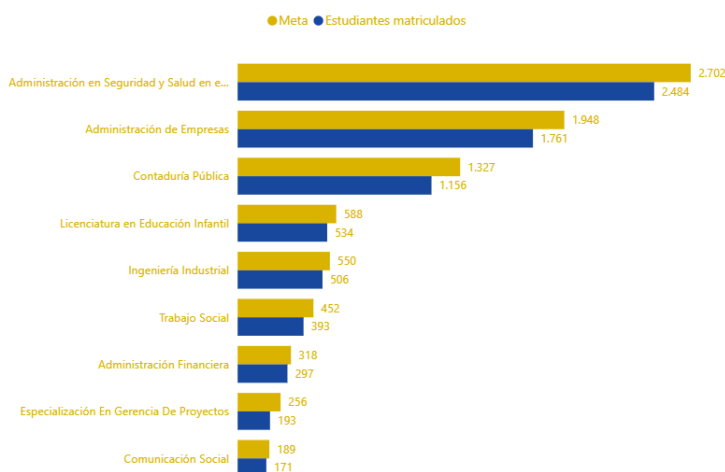
En cuanto a los estudiantes que se matricularon en el semestre 2.025-1 en los Centros Universitarios de la Rectoría Centro Occidente, se puede apreciar, que los lugares más recurrentes de residencia son las ciudades de Cali con el 21% (1.723), Pasto con el 19% (1.568), Buga 7% (582) y Pereira con el 6% (527). Cabe resaltar que las ciudades donde hay más matriculados precisamente es donde están ubicados los Centros Universitarios. Los lugares con más matriculados fuera de las ciudades donde están los Centros Universitarios son Manizales, Tuluá, Dosquebradas y Palmira.

Gráfica 5 Cumplimiento de matriculas de estudiantes nuevos y antiguos Rectoría Centro occidente 2.025-1.¹⁰



El cumplimiento de los estudiantes nuevos llegó en 2.025-1 a un 85,08%, teniendo en cuenta que la meta era de 1.719 estudiantes nuevos y se matricularon 1.471 en toda la Rectoría Centro Occidente. En cuanto al cumplimiento en los estudiantes antiguos, estuvo en el 91,49%, muy cerca de la meta aunque sin cumplirla, esta tendencia está marcada en la tendencia nacional, lo cual genera un decrecimiento en la demanda de la educación superior.

Gráfica 6 Top de programas con la mayor cantidad de matriculados¹¹



¹⁰ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

¹¹ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

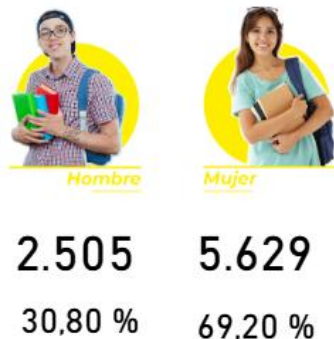
Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

La lista de los programas con mayor cantidad de matriculados la encabeza Administración en seguridad y salud en el trabajo con 2.484 estudiantes, seguido de administración de empresas con 1.761 y contaduría pública con 1.156, entre los tres representan el 66% del total de los matriculados de la Rectoría Centro Occidente.

Figura 2 Estudiantes por genero Rectoría Centro occidente 2.025-1¹²

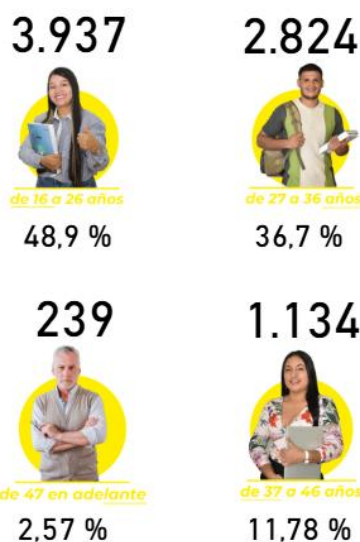
Estudiantes por genero



Los estudiantes de la Rectoría Centro Occidente se dividen según su género en hombres con un 30.80% (2.505) y mujeres con un 69.20% (5.629), mostrando una diferencia notable de casi 2 mujeres por cada hombre.

Figura 3 Estudiantes por segmento etario Rectoría Centro occidente 2.025-1¹³

Distribución de estudiantes por segmento etario.



¹² Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

¹³ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

De acuerdo con la información de estudiantes matriculados por segmento etario, los estudiantes se dividen en 4 grupos: de 16 a 26 años el 48.9% (3.937), de 27 a 36 años el 36.7% (2.824), de 37 a 46 años 11.78% (1.134) y mayores de 46 años con un 2.57% (239), siendo la mayor cantidad de estudiantes, del grupo de 16 a 26 años con más de la mitad de la población, seguido de los del grupo de 27 a 36 años.

Figura 4 Estudiantes por estrato socio económico Rectoría Centro occidente 2.025-1¹⁴



Con respecto al estrato socioeconómico la población matriculada en el semestre 2.025-1 se divide en 5 grandes grupos que están conformados de la siguiente manera: estrato -1 0.47% (38), estrato 1 28% (2.306), estrato 2 43.2% (3.511), estrato 3 25.7% (2.094) y por ultimo los estratos 4,5 y 6 con el 2.27% (185). Dicha distribución, denota que la mayor cantidad de matriculados pertenecen a la clase media baja (estrato 2).

1.3. Egresados

Tabla 7 Egresados por nivel de formación.¹⁵

CU	Nivel de formación	2023-1	2023-2	2024-1	2024-2	2025-1	Variación desde el primer registro
Cali	Pregrado	273	207	224	210	233	-15%
	Posgrado	22	8	6	27	17	-23%
Buga	Pregrado	320	182	188	182	184	-43%
	Posgrado	19	24	13	31	15	-21%
Pasto	Pregrado	361	101	245	185	258	-29%
	Posgrado	60	38	42	35	44	-27%
Buenaventura	Pregrado	63	35	36	40	27	-57%
	Posgrado	16	10	16	13	39	144%
Chinchiná	Pregrado	141	56	77	83	72	-49%
	Posgrado	0	21	11	0	0	-100%

¹⁴ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

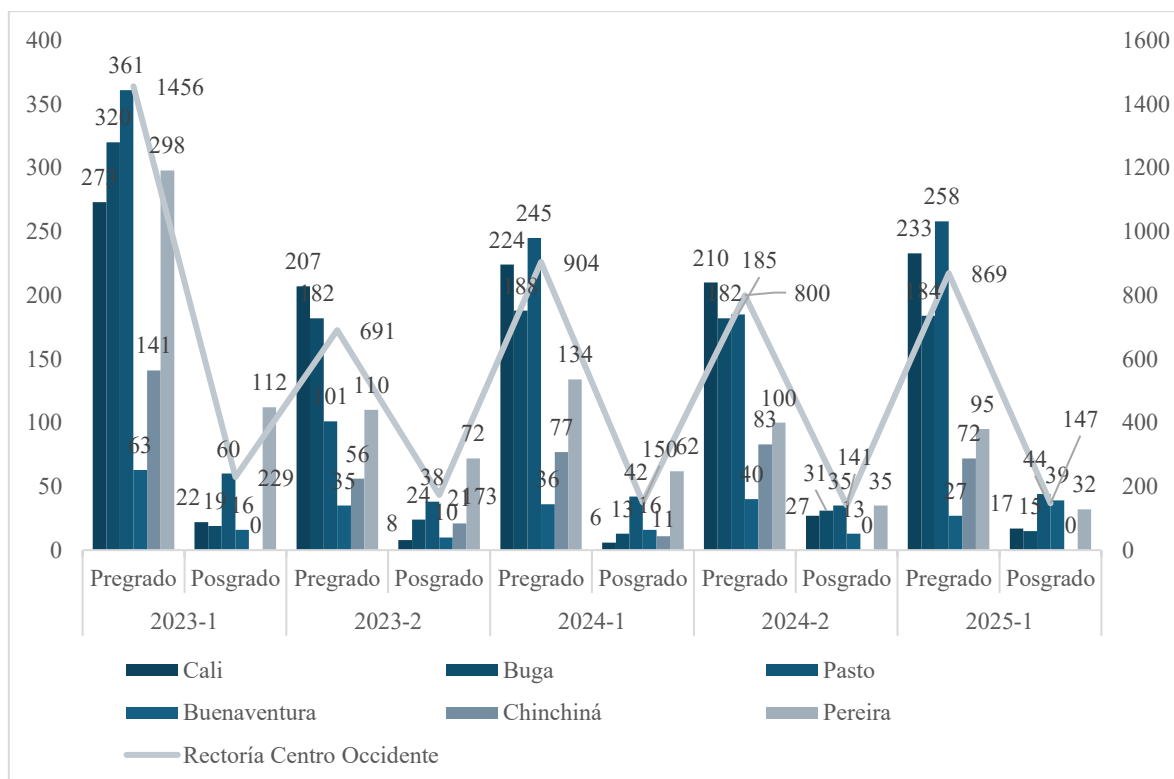
¹⁵ Consultado en: Sistema de información SAP UNIMINUTO. Fecha de consulta: de junio de 2.025.

Informe De Gestión

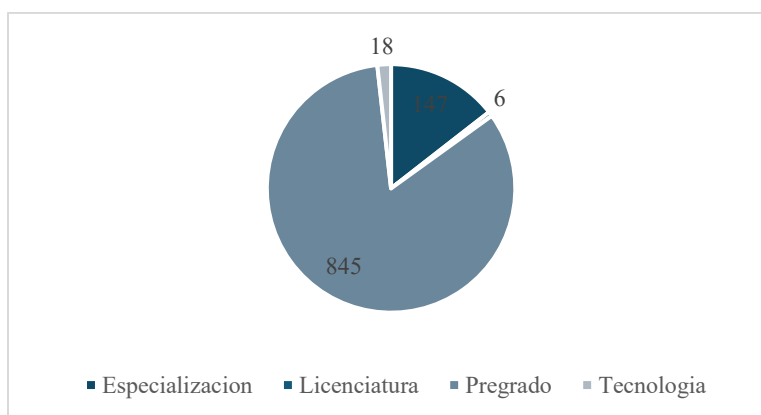
Rectoría Centro occidente / 2025-1

Pereira	Pregrado	298	110	134	100	95	-68%
	Posgrado	112	72	62	35	32	-71%
Rectoría Centro Occidente	Pregrado	1456	691	904	800	869	-40%
	Posgrado	229	173	150	141	147	-36%

Gráfica 7 Egresados por nivel de formación.



Gráfica 8. Egresados por nivel de formación.¹⁶



¹⁶ Consultado en: Sistema de información SAP UNIMINUTO. Fecha de consulta: de junio de 2.025.

Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

Con respecto a los graduados por nivel de formación, podemos observar que en el periodo 2.025-1 se presenta una diferencia de 75 graduados más comparado con el periodo 2.024-2, representando una variación del 8% entre dichos periodos. Además hay una tendencia que se mantiene, donde en el primer semestre de cada año hay una mayor cantidad de graduados. Los niveles de formación mantienen la participación donde el nivel de pregrado supera por más del 85% la participación del total de graduados dejando solo el 15% restante de graduados del nivel posgrado.

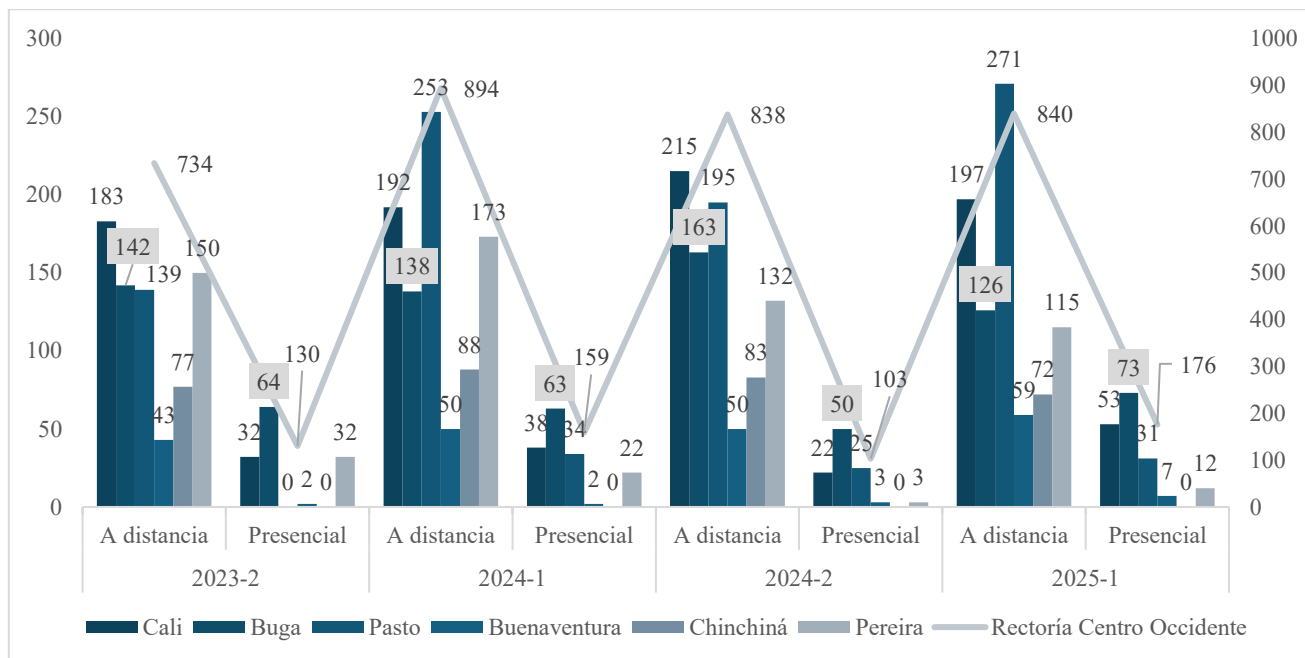
En cuanto a los Centros Universitarios, En 2.025-1 se presentaron aumentos en casi todos los Centros Universitarios en el nivel de pregrado excepto en Chinchiná y Buenaventura, en el nivel de posgrado Pasto y Buenaventura fueron los únicos que presentaron aumentos de un periodo para el otro. En cuanto a la cantidad total de graduados, en 2.025-1 el Centro universitario más destacado fue Pasto con 302 graduados, seguido de Cali con 250, representando entre ambos más del 50% del total de graduados.

Tabla 8 Egresados por modalidad.¹⁷

CU	Modalidad	2023-1	2023-2	2024-1	2024-2	2025-1	Variación desde el primer registro
Cali	A distancia	269	183	192	215	197	-27%
	Presencial	26	32	38	22	53	104%
Buga	A distancia	285	142	138	163	126	-56%
	Presencial	54	64	63	50	73	35%
Pasto	A distancia	421	139	253	195	271	-36%
	Presencial	0	0	34	25	31	-9%
Buenaventura	A distancia	79	43	50	50	59	-25%
	Presencial	0	2	2	3	7	250%
Chinchiná	A distancia	141	77	88	83	72	-49%
	Presencial	0	0	0	0	0	0%
Pereira	A distancia	383	150	173	132	115	-70%
	Presencial	27	32	22	3	12	-56%
Rectoría Centro Occidente	A distancia	1578	734	894	838	840	-47%
	Presencial	107	130	159	103	176	64%

¹⁷ Consultado en: Sistema de información SAP UNIMINUTO. Fecha de consulta: de junio de 2.025.

Gráfica 9. Egresados por modalidad.



De acuerdo con la modalidad, los graduados de la Rectoría Centro Occidente se ven representados en 2025-1 en un 83% en la modalidad a distancia y en la modalidad presencial en un 17% demostrando lo fuerte que es UNIMINUTO en la modalidad a distancia frente a las demás IES privadas. En general se presentó un aumento del periodo 2024-2 al 2025-1 del 8%.

En cuanto a los Centros Universitarios, En 2025-1 se presentaron aumentos en todos los Centros Universitarios en la modalidad presencial y en la modalidad a distancia Pasto y Buenaventura fueron los únicos que presentaron aumentos de un año para el otro. En cuanto a la cantidad total de graduados, en 2025-1 el Centro universitario más destacado fue Pasto con 302 graduados, seguido de Cali con 250, representando entre ambos más del 50%.

Figura 5 Egresados por género Rectoría Centro occidente 2025-1¹⁸

Egresados por género



309

30,41 %

707

69,59 %

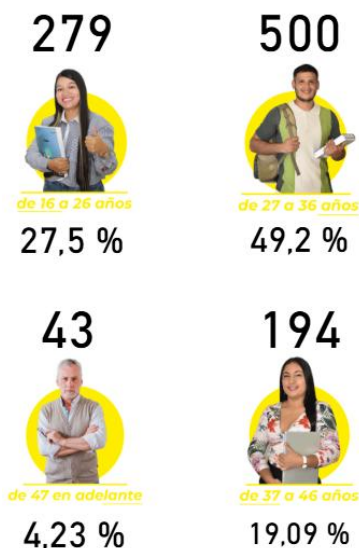
¹⁸ Consultado en: Tablero egresados en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2025.

Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

Los egresados de la Rectoría Centro Occidente para el semestre 2.025-1 se dividen según su género, divididos en hombres con un 30.41% (309) y mujeres 69.59% (707), manteniendo el mismo comportamiento durante años, con una ligera variación debido a que ahora la relación 3 a 1 que se mantenía ha cambiado acercándose más a una relación de 2 a 1.

Figura 6 Egresados por segmento etario Rectoría Centro occidente 2.024-2¹⁹



En cuanto al segmento etario, los egresados del semestre 2.024-2 se ven distribuidos en 4 grandes grupos, de 16 a 26 años el 27.5% (279), de 27 a 36 años el 49.2% (500), de 37 a 46 años 19.09% (194) y mayores de 46 años con un 4.23% (43), al igual que en el segmento etario de los estudiantes, el segmento que predomina es el de 27 a 26 años con un porcentaje similar, de más del 50%.

Figura 7 Egresados por estrato socio económico Rectoría Centro occidente 2.024-2²⁰



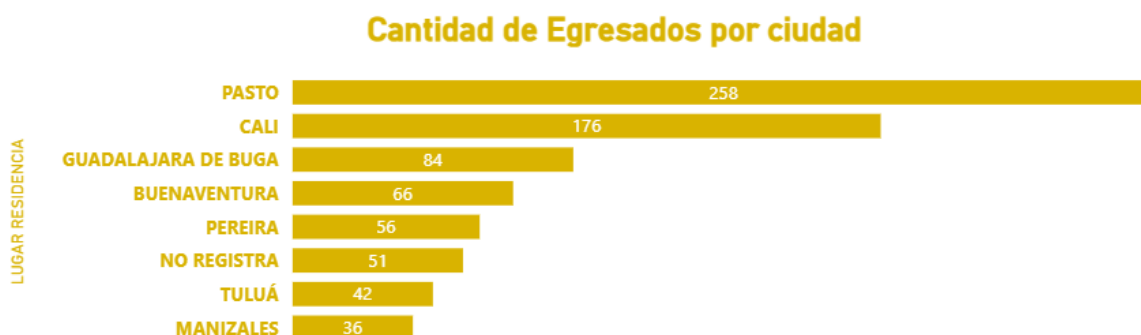
De acuerdo con el estrato socioeconómico, la población de egresados se divide en 5 grupos: estrato -1 1.38% (14), estrato 1 26% (264), estrato 2 42.6% (433), estrato 3 26% (264) y por ultimo los estratos

¹⁹ Consultado en: Tablero egresados en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

²⁰ Consultado en: Tablero egresados en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

4,5 y 6 con el 4.04% (41), con respecto a el estrato con más estudiantes, resalta el estrato 2 y el de menor cantidad es el estrato -1.

Gráfica 10 Egresados por lugar de residencia 2.024-2.²¹



En la Rectoría Centro Occidente en el semestre 2.025-1 de todas las ciudades en las que viven los egresados, la mayor cantidad de egresados tiene como lugar de residencia la ciudad de Pasto con el 25% (258%), Cali con el 17% (176), Buga con el 8% (84) y Buenaventura 6% (66), entre estas 4 ciudades se encuentran más de la mitad de todos los egresados de la Rectoría Centro Occidente. Cabe resaltar que en este Top 4 de ciudades, hay Centros universitarios.

Tabla 9 Egresados por programa 2.025-1.²²

PROGRAMA	MATRICULADOS
Administración en seguridad y salud en el trabajo	278
Administración de empresas	176
Especialización en gerencia de proyectos	127
Contaduría Pública	95
Licenciatura en educación infantil	62
Ingeniería Industrial	50
Trabajo social	40
Licenciatura en educación artística	39
Administración financiera	38
Psicología	25
Comunicación social	24
Tecnología en gestión empresarial	13
Especialización en gerencia para el desarrollo humano de las organizaciones	11

En cuanto a programas, los egresados de la rectoría Centro Occidente, se graduaron en mayor medida del programa de administración en seguridad y salud en el trabajo con el 27% del total de los graduados (278), seguido de administración de empresas con el 17% (176) y ya en el tercer lugar

²¹ Consultado en: Tablero egresados en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

²² Consultado en: Tablero egresados en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

Especialización en gerencia de proyectos con un 13% (127), siendo uno de los representantes de los programas de posgrado.

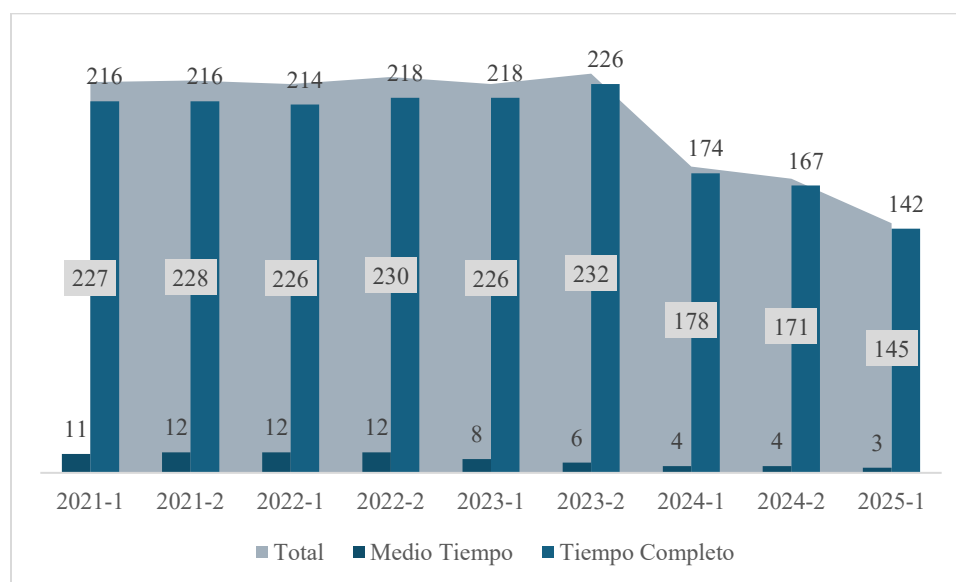
1.4. Administrativos

A continuación, se presenta el número de servidores administrativos de la Rectoría UNIMINUTO Centro Occidente para los periodos 2.022 y 2.025, clasificados por dedicación y Centros Universitarios.

Tabla 10 Personal administrativo por tiempo de dedicación.²³

Tiempo de dedicación	2021-1	2021-2	2022-1	2022-2	2023-1	2023-2	2024-1	2024-2	2025-1	Variación 2024-2 a 2025-1
Medio Tiempo	11	12	12	12	8	6	4	4	3	25%
Tiempo Completo	216	216	214	218	218	226	174	167	142	15%
Total	227	228	226	230	226	232	178	171	145	15%

Gráfica 11. Personal administrativo por tiempo de dedicación.



Teniendo en cuenta la variación de la oferta educativa en la Rectoría Centro occidente, se ha venido disminuyendo el head count, adaptándose a las necesidades, generando una variación del 36% hacia la baja, afectando la fuerza administrativa de la rectoría significativamente. Buscando que el personal aumente de manera proporcional al aumento de estudiantes matriculados. La tendencia con respecto a la cantidad de personal administrativo se mantiene a través de los años, donde la mayoría de los

²³ Fuente: Informe Área de Contratación SAP. Fecha de consulta: 17 de mayo de 2.025.

colaboradores tienen una dedicación de tiempo completo, representando más del 97% de la cantidad total del personal administrativo. Finalmente, El comportamiento del personal administrativo se mantuvo estable durante los años 2.021 y 2.023, donde las variaciones en promedio no alcanzan el 0.5%.

Figura 8 Ratio de colaboradores administrativos vs estudiantes²⁴

Ratio de
estudiantes por
administrativos

57

En cuanto al ratio de cantidad de estudiantes por colaborador administrativo, tenemos 57 a 1 lo que quiere decir que por cada colaborador administrativo hay 57 estudiantes a nivel de Rectoría.

1.5. Profesores

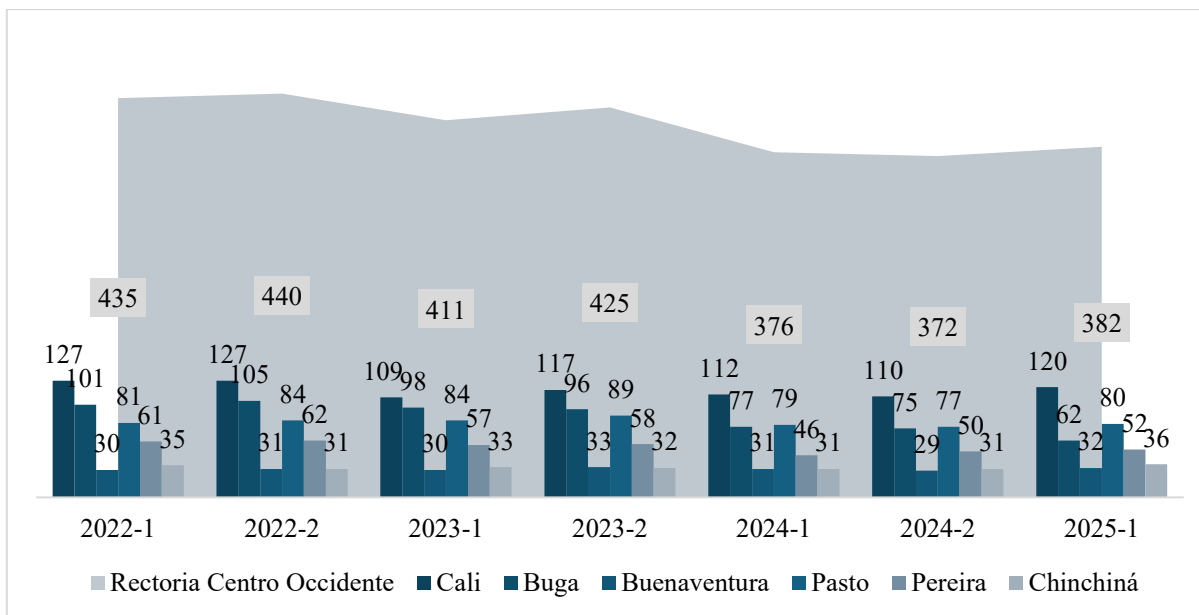
Tabla 11 Comportamiento de profesores 2.021-2.025. ²⁵

CENTRO UNIVERSITARIO	2021-1	2021-2	2022-1	2022-2	2023-1	2023-2	2024-1	2024-2	2025-1	Variación 2024-2 a 2025-1
Cali	119	128	127	127	109	117	112	110	120	9%
Buga	99	101	101	105	98	96	77	75	62	-17%
Buenaventura	25	25	30	31	30	33	31	29	32	10%
Pasto	73	79	81	84	84	89	79	77	80	4%
Pereira	67	64	61	62	57	58	46	50	52	4%
Chinchiná	40	39	35	31	33	32	31	31	36	16%
Rectoría Centro Occidente	423	436	435	440	411	425	376	372	382	3%

²⁴ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

²⁵ Fuente: Informe Área de Contratación SAP. Fecha de consulta: 17 de mayo de 2025

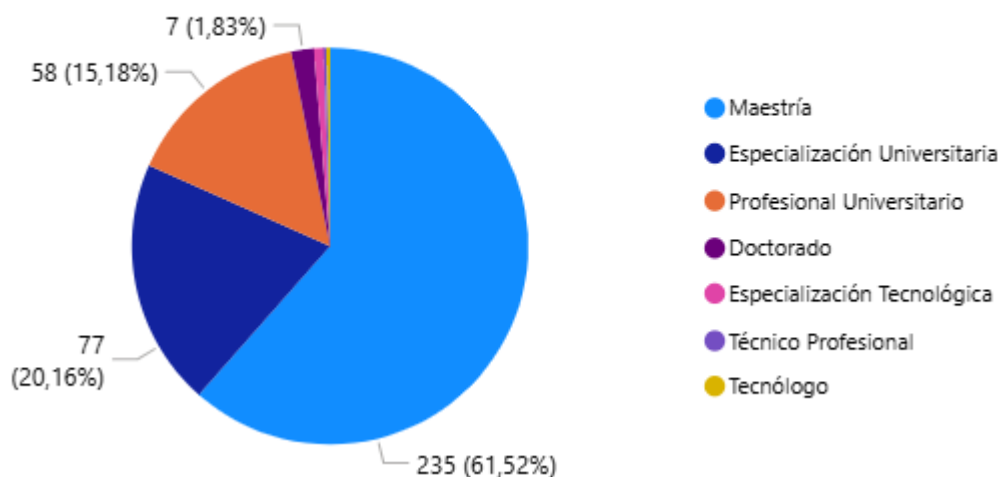
Gráfica 12. Comportamiento de profesores 2.021-2.025.²⁶



De acuerdo con el histórico de población de profesores, con respecto al semestre anterior la población aumentó en un 2.6% debido al aumento en la cantidad de programas ofertados tanto de pregrado como de posgrado. En términos anuales desde 2022 la población disminuyó en 12,2%, lo cual pudo deberse a la disminución de programas en los últimos tres años y la disminución de la población.

Gráfica 13 Profesores por nivel de formación 2025-1²⁷

Profesores por nivel de formación



La academia enfrentó aumentos notables en la planta profesoral en los Centros Universitarios de Buenaventura y Chinchiná, siendo superiores al 10% entre el año 2.024-2 y 2.025-1. En el caso del

²⁶ Fuente: Informe Área de Contratación SAP. Fecha de consulta: 17 de mayo de 2025

²⁷ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

Centro Universitario Buga, se presentó una reducción importante, de aproximadamente 17% y los Centros Universitarios de Cali, pasto y Pereira presentaron un aumento leve, el cual no sobrepasa el 5%, en el caso de Pereira y Pasto. Según las proyecciones se espera que, con el aumento de matrículas, la contratación de profesores sea optimizada para la demanda académica de los programas.

A nivel de rectoría, el Centro Universitario que cuenta con más profesores es Cali con una participación del 31% seguido de Pasto y Buga, los cuales representan el 20% y 16% del total de profesores cada uno.

Figura 9 Ratio de profesores vs estudiantes²⁸

Ratio estudiantes por profesor

27

Ratio estudiantes por profesor
sin líderes académicos

29

En la Rectoría Centro occidente la relación de la cantidad de estudiantes por la cantidad de profesores es de 27 a 1 contando líderes académicos lo que quiere decir que por cada profesor hay 27 estudiantes, si no se cuentan los líderes académicos, dicha relación es de 29 a 1 lo que quiere decir que por cada profesor hay 29 estudiantes

1.6. Convenios

Tabla 12 Convenios de la Rectoría Centro occidente²⁹

		Sede	Cantidad	Concentración
		Pereira	80	28,8%
		Pasto	59	21,2%
		Cali	57	20,5%
		Buga	42	15,1%
		Chinchiná	26	9,4%
		Buenaventura	14	5,0%
		Total	278	
Convenios	Nacionales			
Vencidos	60			
Vigentes	278			
Total	338			

En la Rectoría Centro Occidente hay 278 convenios vigentes, todos nacionales y el 50% de estos convenios son de los Centros Universitarios de Pereira y Pasto. De estar vigentes todos los convenios habrían 338.

²⁸ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de mayo de 2.025.

²⁹ Consultado en: Suministrado por el proceso de proyectos. Fecha de consulta: 17 de julio de 2.025.

2. Frentes estratégicos



Frente # 1

Identidad M.D. Misional y Cultural

2.1. Frente 1: Identidad misional y cultura MD

Frente #1: Identidad Misional y Cultura MD
SPONSOR: Sandra Paola Renteria Valencia
Cantidad de megas: 3
Cantidad de megas priorizadas: 2
Acciones estratégicas: 6
Acciones estratégicas priorizadas: 5

2.1.1. Avances del frente 1 por mega³⁰

Mega	Avance
Contar en la RCO con un nodo interdisciplinar de la red de evangelización que permita impactar el crecimiento espiritual positivamente el crecimiento espiritual para el 60% de la comunidad universitaria a través de experiencias pertinentes y vibrantes, propiciando un diálogo entre fe y ciencia, escuchando y respetando la libertad religiosa o increencia	100%
Posicionar a UNICORPORATIVA en la RCO como el principal proveedor de servicios de formación y desarrollo profesional del talento humano para el 100% los colaboradores a 2030	100%

2.1.2. Acciones estratégicas Frente #1³¹

Acciones estratégicas priorizadas
Implementar el plan de formación en identidad misional que nos ofrece la DPIM a través de experiencias que propicien el diálogo fe-ciencia y la apropiación de los principios y valores institucionales, en el contexto del Pacto Educativo Global.
Todos los centros universitarios de la rectoría centro-occidente cuentan con un grupo de JME que inspirados por el carisma Eudista y de El MD se conviertan en propagadores de la espiritualidad y la filosofía institucional.
Implementar una ruta de formación anual para el Plan de Desarrollo Profesorado y de que defina claramente las acciones formativas de profesores, relacionadas con las líneas de desarrollo profesoral, pedagogías activas, experienciales y prácticas, competencias y habilidades Maker en niveles intermedio y experto, prácticas y pedagogías innovadoras y ecología integral, de acuerdo con la función sustantiva del rol que desempeñan a 2030 en la Rectoría Centro Occidente

³⁰ Fuente: Informe Bateria de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

³¹ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Desarrollar un plan de formación institucional anual que defina claramente las acciones formativas de los servidores, de acuerdo con al rol que desempeñan y para líderes estratégicos y tácticos que incluyan Talleres de Identidad Misional, desarrollo estratégico, Desarrollo Comunicacional y Liderazgo a 2030 en la Rectoría Centro Occidente.

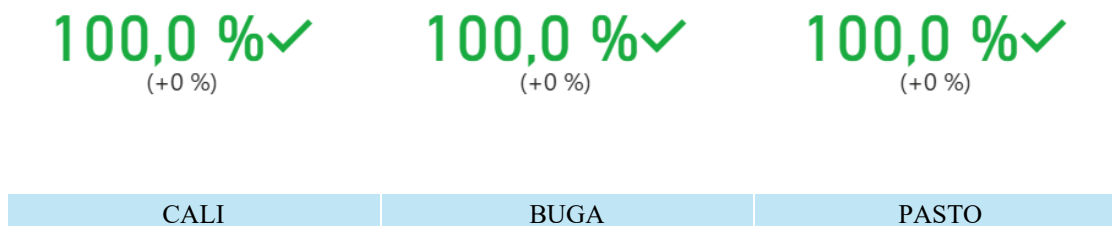
Implementar un objetivo de desempeño transversal de sede para los colaboradores, orientado al cumplimiento auto gestionable de la ruta de Formación Institucional y de PDI de colaboradores identificados como sucesores en la RCO al 2030

2.1.3.Cumplimiento de las Megas por Centro Universitario

Mega 1.1 sistema de evangelización en red



Mega 1.2 UNICORPORATIVA



100,0 % ✓
(+0 %)

100,0 % ✓
(+0 %)

100,0 % ✓
(+0 %)

BUENAVENTURA	PEREIRA	CHINCHINÁ
--------------	---------	-----------

2.1.4. Avance por acción estratégica frente #1³²

Acción estratégica	Avance
Formación misional	70% De los colaboradores de la RCO cuentan con Catedra Minuto de Dios (CMD) 15% Se encuentran cursando CMD 30% No se han inscrito
Formación misional	Para el 2025 contamos con dos Grupos JME ubicados en el CU Buga y el CU Pereira Jornadas Misionales lideradas por la Coordinación de Pastoral en los 6 CU Lectio Inaugural
Plan de formación profesoral	161 profesores formados con UNICORPORATIVA Buenaventura: 17 Buga: 33 Cali: 36 Chinchiná: 17 Pasto: 26 Pereira: 32
Tipo formación profesoral	Docencia Internacionalización Investigación Liderazgo Multilingüismo Power Skills Proyección Social Aprendizaje e Innovación al servicio de la educación
Formación aditivos y gestión académica	41 colaboradores administrativos 43 Colaboradores Gestión académica
Objetivo transversal	90 colaboradores con Formación en PDI Liderazgo - Avanzado Gestión del cambio - Avanzado Capacidad de Ejecución

³² Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Tipos formación aditivos y gestión académica	Inteligencia Artificial Internacionalización Liderazgo Multilingüismo Proyección Social Aprendizaje e Innovación al servicio de la educación
Aplicación BRP	67% Participación en la RCO 311 Servidores y profesores de los 6 CU *: Batería de riesgo psicosocial

2.1.5. En que nos debemos fortalecer³³

Acción estratégica	Descripción
Formación misional	Mayor articulación ente la Coordinación de Pastoral con las áreas de Talento Humano y Bienestar, que permita acciones orientadas a fortalecer la Identidad Misional de los colaboradores para generar un mayor impacto
Plan de formación profesoral	Es preciso contar con un plan de formación con acciones definidas que permita identificar la pertinencia de la formaciones seleccionadas y cursadas por los profesores de acuerdo con la oferta de UNICORPORATIVA
Formación aditivos y gestión académica	Concientizas a los lideres en el fortalecimiento del proceso de desempeño, que permita identificar las necesidades de formación de sus equipos para establecer planes que permitan el cierre de brechas y el desarrollo integral de los mismos
Objetivo transversal	Mayor seguimiento de los Lideres a los procesos de formación y desarrollo de los procesos de evaluación orientado a la potencialización del talento humano de sus áreas
Encuestas de medición	Participación de los colaboradores y profesores en las diferentes mediciones propuestas por la universidad, que permita identificar puntos de dolor y establecer estrategias para mitigas los riesgos que afecten el clima organizacional

2.1.6. Para donde va³⁴

Acción estratégica	Descripción
Fortalecimiento Misional	Mayor articulación ente la Coordinación de Pastoral con las áreas de Talento Humano y Bienestar, que permita acciones orientadas a fortalecer la Identidad Misional de los colaboradores para generar un mayor impacto
Desarrollo integral del Talento Humano	Es preciso contar con un plan de formación con acciones definidas que permita identificar la pertinencia de la formaciones seleccionadas y cursadas por los profesores de acuerdo con la oferta de UNICORPORATIVA

³³ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

³⁴ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Acompañamiento a Líderes	Concientizas a los líderes en el fortalecimiento del proceso de desempeño, que permita identificar las necesidades de formación de sus equipos para establecer planes que permitan el cierre de brechas y el desarrollo integral de los mismos
Articulación	Mayor seguimiento de los Líderes a los procesos de formación y desarrollo de los procesos de evaluación orientado a la potencialización del talento humano de sus áreas

2.1.7. Medición del plan estratégico

Frente	Sponsor	Mega	Línea Base 2023 2024 1 (Reconfiguración)	Avance 2025 <u>Primer</u> <u>Semestre</u>	% de cumplimiento 2025	Meta de Sistema a 2030 de la <u>RCO</u>
1. Identidad Misional y Cultura M.D.	SANDRA PAOLA RENTERIA VALENCIA srenteria@uniminuto.edu	Contar en la RCO con un nodo interdisciplinar de la red de evangelización que permita impactar el crecimiento espiritual positivamente el crecimiento espiritual para el 90% de la comunidad	0%	3%	100%	90%
		Posicionar a UNICORPORATIVA en la RCO como el principal proveedor de servicios de formación y desarrollo profesional del talento humano para el 90% los colaboradores a 2030	0%	3%	100%	90%
		Lograr y mantener el cuartil superior en la dimensión de innovación y aprendizaje en el Organizational Health Index para la siguiente medición en la Rectoría Centro Occidente	RCO prom: -75 Tercer cuartil	N/A	N/A	Cuartil superior 85%



Frente # 2

Innovación Académica, Calidad y Experiencia Vibrante

2.2. Frente 2: Innovación académica, calidad y experiencia vibrante

Frente #2: Innovación académica, calidad y experiencia vibrante
SPONSOR: Angela Maria Giraldo Quiceno
Cantidad de megas: 3
Cantidad de megas priorizadas: 3
Acciones estratégicas: 9
Acciones estratégicas priorizadas: 8

2.2.1. Avances del frente 2 por mega³⁵

Mega	Avance
Iniciar la ruta de acreditación en alta calidad de mínimo 2 programas académicos al 2030 en la rectoría Centro Occidente.	100%
Mejorar gradualmente el puntaje en los resultados del saber pro y saber T y T, en el rango de significancia con la media nacional y que el 75% de los programas cuente con valor agregado positivo en la Rectoría Centro Occidente, al año 2030.	0%
Iniciar la ruta de acreditación en alta calidad de mínimo 2 programas académicos al 2030 en la rectoría Centro Occidente.	0%
Reducir gradualmente la tasa de deserción en los programas de pregrado modalidad a distancia y presencial al 8% o menos en la Rectoría Centro Occidente a 2030	100%

2.2.2. Cumplimiento de las Megas por Centro Universitario

Mega 2.2 Pruebas saber Pro

0,0 % !
(-100 %)

0,0 % !
(-100 %)

0,0 % !
(-100 %)

CALI

BUGA

PASTO

³⁵ Fuente: Informe Bateria de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2025.

0,0 % !
(-100 %)

0,0 % !
(-100 %)

0,0 % !
(-100 %)

BUENAVENTURA	PEREIRA	CHINCHINÁ
--------------	---------	-----------

Mega 2.3 deserción y ausentismo

100,0 % ✓
(+0 %)

100,0 % ✓
(+0 %)

100,0 % ✓
(+0 %)

CALI	BUGA	PASTO
------	------	-------

73,0 % !
(-27 %)

100,0 % ✓
(+0 %)

73,0 % !
(-27 %)

BUENAVENTURA	PEREIRA	CHINCHINÁ
--------------	---------	-----------

2.2.3. Acciones estratégicas Frente #2³⁶

Acción estratégica
Implementar la ruta de acreditación que permita promover el desarrollo organizacional, desde la integración de las funciones sustantivas de docencia, investigación y proyección social, a través de la potencialización de experiencias en el servicio educativo que se reflejen en la satisfacción del estudiante.
Implementar estrategias que garanticen el despliegue de habilidades de enseñanza - aprendizaje y evaluación, recursos y aspectos motivacionales y comunicacionales, generadores de conciencia en el estudiante para mejorar el desempeño saber PRO.
Establecer 2 programas de doble titulación entre la RCO UNIMINUTO con universidades extranjeras activas para el año 2030.
Implantar la ruta de aceleración de nueva oferta académica para la Rectoría Centro Occidente al año 2030, que incluya formación ETDH, pregrado y posgrados a nivel de especializaciones y maestrías.

³⁶ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Alcanzar el 100% de la oferta académica con adopción del nuevo modelo curricular, enfocado en trayectorias y planes de estudio integradores y experienciales, para el año 2030 en la Rectoría Centro Occidente.

Alcanzar un 60% de estudiantes matriculados en cursos nacionales y cursos regionales con tipología híbrida, virtuales e interprofesional al periodo 2030 en la Rectoría Centro Occidente.

Certificar al 70% de los estudiantes de pregrado de la RCO en nivel B1 o superior de competencia en el manejo de un segundo idioma para el año 2030.

Fortalecer el plan de permanencia y de alertas tempranas con estrategias focalizadas en las causas de deserción y ausentismo estudiantil tipificadas para la Rectoría Centro occidente.

Alcanzar mínimo un 90% de nivel de satisfacción de la comunidad estudiantil con respecto al acceso a tutores digitales individuales I. A

2.2.4. Avance por acción estratégica frente #2³⁷

Acción estratégica	Avance
Ruta de acreditación	Se priorizan 80 millones de pesos para los laboratorios requeridos, así como la docencia.
Ruta de aceleración	6 grupos focales con aliados estratégicos para que la proyección de oferta sea pertinente y atienda las necesidades del territorio. Se avanza en el plan establecido de nueva oferta, con prioridad a posgrados y nuevas áreas como Derecho
Enseñanza y aprendizaje	Talleres en territorio con líderes curriculares de Bogotá - nuevo currículo. SENATIC, más de 1000 participantes Despliegue ruta SABER PRO S2. 4 Makerspaces DISTANCIA 4.0
Cursos Nacionales y regionales	100% cumplimiento de la meta de cursos nacionales y cursos regionales
Permanencia	Se logra la reingeniería del programa madrúgale a tu matrícula, logrando crecimientos interanuales del 60%

2.2.5. En que nos debemos fortalecer³⁸

Acción estratégica	Descripción
Ruta de acreditación	Estabilidad de los profesores de los programas en ruta de acreditación. Acompañar a los docentes para su escalafonamiento. Materializar los laboratorios aprobados
Saber Pro	Acompañamiento de comunicaciones para lanzar una campaña propia de SABER-PRO Centro Occidente.

³⁷ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

³⁸ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Aceleración de la nueva oferta	Estudios de pertinencia y factibilidad sólidos que fortalezcan la justificación y toma de decisiones. Nueva revisión de los planes de nueva oferta a la luz de las nuevas tendencias y las oportunidades del Decreto 529.
Cursos Nacionales	Dar visibilidad a los líderes de cursos nacionales generales y de inglés al interior de cada centro universitario.
Tutores digitales IA	Entrega oportuna de los resultados de las encuestas por parte de servicios corporativos.
Makerspace	Potenciar y aprovechar los makerspace.

2.2.6. Para donde va³⁹

Acción estratégica	Para donde va
Ruta de acreditación	Inauguración de la primera fase de laboratorios Cali y Buga en S2. Acompañar de manera especial a los docentes en la convocatoria de escalafonamiento.
Saber Pro	En el S2 se desplegará toda la nueva ruta propuesta por VGA sobre SABER PRO, además de una campaña de comunicaciones que sensibilice sobre la importancia de tener buenos resultados.
Nueva Oferta	Radicación del programa de Derecho para Buga. Aprovechamiento del Decreto 529 llegando a Ipiales, Túquerres y Yumbo (Cali). Diseño 2 nuevas maestrías RCO.
Nueva Oferta	2 MAESTRÍAS NUEVAS PARA RCO
Permanencia	Referentes a nivel nacional – sistematizar buenas prácticas.
Distancia 4,0	Piloto nacional de apropiación distancia 4.0.

2.2.7. Registros Calificados

Tabla 13 Registros calificados gestionados 2025-1

SNIES	Programa	Modalidad	Fecha de resolución
117468	Especialización en Gerencia de Proyectos	Distancia	12/11/2024
117484	Especialización en Gerencia de Riesgos Laborales, Seguridad y Salud en el Trabajo	Distancia	12/11/2024
117489	Especialización en Gerencia Social	Distancia	12/11/2024
117542	Contaduría Pública	Distancia	12/11/2024
117487	Administración de Empresas	Distancia	5/12/2024

³⁹ Fuente: Coordinación de Calidad Académica. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

2.2.8.Pruebas Saber Pro

Tabla 14 Comportamiento Histórico resultados pruebas saber pro⁴⁰

Entorno	2021	2022	2023
RCO	129	128	Pendiente
UNIMINUTO	132	131	133
Nacional	145	145	145

Tabla 15 Estrategias para la mejora de resultados de las pruebas saber Pro. ⁴¹

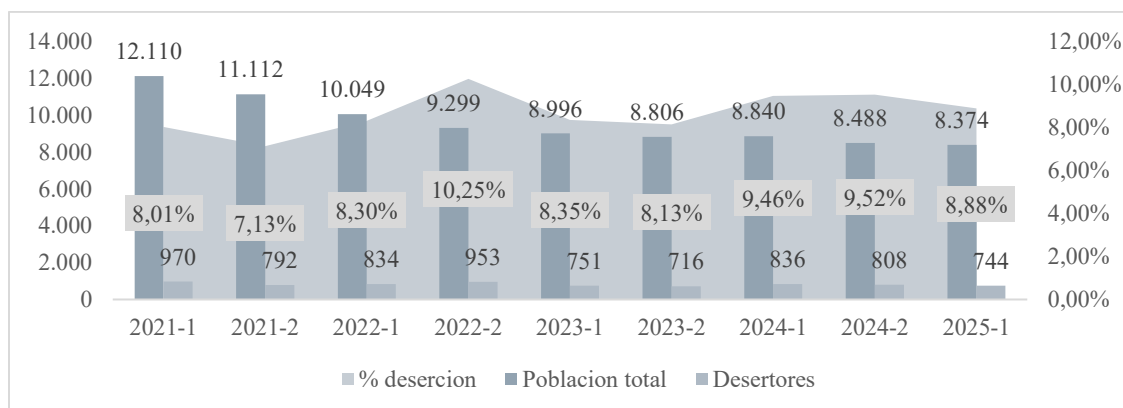
Estrategia	Logro
Preparatorios	Fortalecimiento en las pruebas genéricas previo a la presentación de estas.
Campaña de Impacto	Información periódica y permanente relativas a dichas pruebas
Concurso de cuento	Se fortalecen las competencias comunicativas y de razonamiento cuantitativo con los estudiantes de los 6 CU
Olimpiadas matemáticas	Se fortalecen las competencias comunicativas y de razonamiento cuantitativo con los estudiantes de los 6 CU

2.2.9.Deserción

Tabla 16 Histórico deserción Rectoría Centro occidente⁴²

Deserción	2021-1	2021-2	2022-1	2022-2	2023-1	2023-2	2024-1	2024-2	2025-1
Población total	12.110	11.112	10.049	9.299	8.996	8.806	8.840	8.488	8.374
Desertores	970	792	834	953	751	716	836	808	744
% deserción	8,0%	7,1%	8,3%	10,3%	8,4%	8,1%	9,5%	9,5%	8,9%

Gráfica 14 Histórico deserción Rectoría Centro occidente



⁴⁰ Fuente: vicerrectoría académica. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁴¹ Fuente: vicerrectoría académica. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁴² Consultado en: Sistema de información SAP UNIMINUTO. Fecha de consulta: de junio de 2.025.

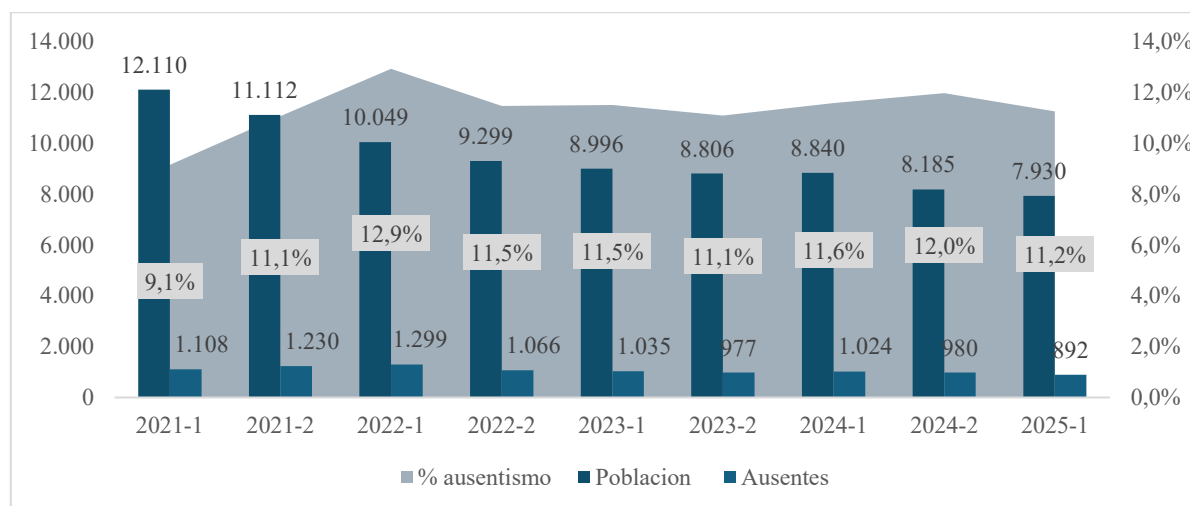
En términos de deserción hay una tendencia a la baja para el semestre 2025-1, con el porcentaje más bajo de deserción desde 2023-2. Con respecto al semestre anterior, la deserción disminuyó en 0,96%, casi un punto, dicha disminución se puede presentar porque la disminución en la población es menor a la disminución de desertores.

2.2.10. Ausentismo

Tabla 17 Histórico ausentismo Rectoría Centro occidente⁴³

Ausentismo	2021-1	2021-2	2022-1	2022-2	2023-1	2023-2	2024-1	2024-2	2025-1
Población	12.110	11.112	10.049	9.299	8.996	8.806	8.840	8.185	7.930
Ausentes	1.108	1.230	1.299	1.066	1.035	977	1.024	980	892
% ausentismo	9,1%	11,1%	12,9%	11,5%	11,5%	11,1%	11,6%	12,0%	11,2%

Gráfica 15 Histórico ausentismo Rectoría Centro occidente



En cuanto a ausentismo hay una tendencia a la baja para el semestre 2025-1, con el porcentaje más bajo de deserción desde 2023-2. Con respecto al semestre anterior, la deserción disminuyó en 0,8%, casi un punto, dicha disminución se puede presentar porque la disminución en la población es menor a la disminución de ausentes.

⁴³ Consultado en: Sistema de información SAP UNIMINUTO. Fecha de consulta: de junio de 2.025.

2.2.11. Medición del plan estratégico

Frente	Sponsor	Mega	Línea Base 2023 2024 1 (Reconfiguración)	Avance 2025 Primer Semestre	% de cumplimiento o 2025	Meta de Sistema a 2030 de la RCO
2. Innovación académica, calidad y experiencia vibrante	ANGELA MARIA GIRALDO QUICENO angela.giraldo.q@ uniminuto.edu	Iniciar la ruta de acreditación en alta calidad de mínimo 2 programas académicos al 2030 en la rectoría Centro Occidente.	0	2	100%	2
		Mejorar gradualmente el puntaje en los resultados del saber pro y saber T y T, en el rango de significancia con la media nacional y que el 67% de los programas cuente con valor agregado positivo en la Rectoría Centro Occidente, al año 2030.	Distancia 127 Presencial 132 Se tuvo que partir de esta línea base	0	0%	Distancia 136 Presencial 140
			Distancia 39% Presencial 17% Se tuvo que partir de esta línea base	0	0%	Distancia 59% Presencial 75%
		Reducir gradualmente la tasa de deserción en los programas de pregrado modalidad a distancia y presencial al 8% o menos en la Rectoría Centro Occidente a 2030	9,53%	9%	100%	Distancia 8,1% Presencial 7,9%
			12,19%	10%	100%	Distancia 16,3% Presencial 7,5%



Frente # 3

Investigación, Innovación e Impacto Social

2.3. Frente 3: Investigación, innovación e impacto social

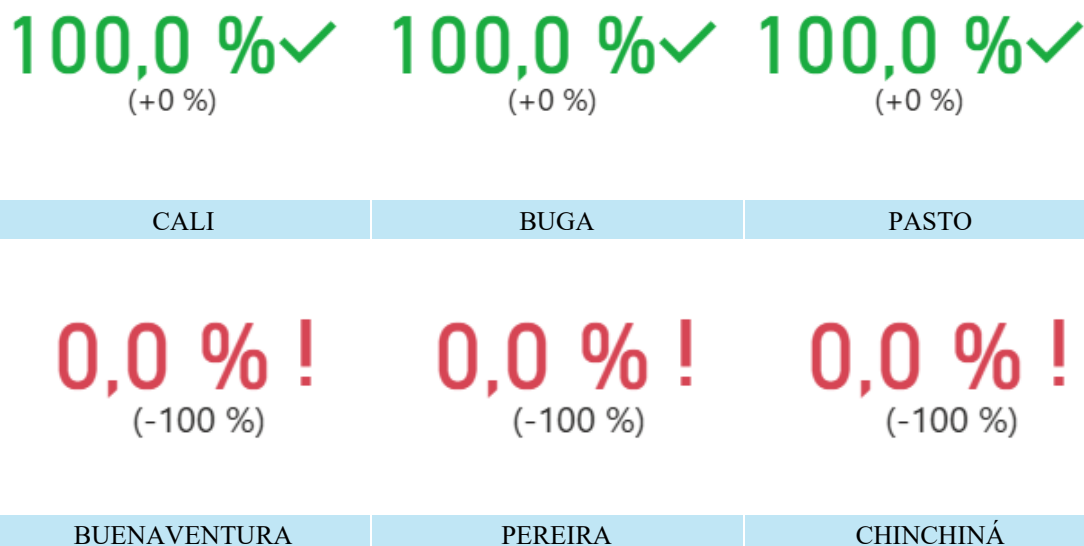
Frente #3: Investigación, innovación e impacto social
SPONSOR: Sebastián Sáenz - Deisi Liliana Escobar Cerón
Cantidad de megas: 3
Cantidad de megas priorizadas: 2
Acciones estratégicas: 15
Acciones estratégicas priorizadas: 14

2.3.1. Avances del frente 3 por mega⁴⁴

Mega	Avance
Ser un ecosistema de investigación, innovación e impacto social, referente en la zona Centro Occidente de Colombia que genere 14 proyectos al 2030 y potencie el liderazgo transformador, generando sinergias con las entidades del Minuto de Dios en lo relacionado al desarrollo integral sostenible.	100%
Contribuir desde la Rectoría Centro occidente con el escalonamiento al primer cuartil del índice de impacto social de SCImago Institutions Rankings a 2030.	79%

2.3.2. Cumplimiento de las Megas por Centro Universitario

Mega 3.1 proyectos aplicados a soluciones aplicadas para el desarrollo integral



⁴⁴ Fuente: Informe Bateria de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2025.

2.3.3. Acciones estratégicas Frente #3⁴⁵

Acción estratégica
Articular e implementar acciones de participación de los centros universitarios de la RCO, en los ecosistemas de investigación, innovación y emprendimiento de impacto social que aporte al aprendizaje de nuestros estudiantes, equipándolos de herramientas para liderar procesos de la transformación social al 2030.
Contar con un portafolio de uno o más servicios, resultantes de procesos de transferencia de conocimientos de la RCO al 2030.
Alcanzar la participación de 390 estudiantes en el programa de Inmersiones Sociales con los pies en la tierra de la Rectoría Centro Occidente, al 2030.
Implementar en el 80% de los Centros Universitarios de la RCO, la nueva versión 4.0 de los centros Progesa al 2030.
Formalizar un nodo del PCIS en la RCO, que promueva procesos de innovación, investigación y desarrollo social a 2030
Lograr que el 60% de las propuestas de voluntariado, en las que participen estudiantes y egresados, respondan a un enfoque disciplinar y aporten resultados a las agendas regionales I+D+i+C a 2030.
Implementar en el 100% de los Centros Universitarios de la RCO, la nueva versión 4.0 de los CED al 2030.
Identificar al menos el 7% de los egresados de la RCO que están generando impacto en las organizaciones, a partir de sus roles de liderazgo y transformación social al 2030.
Generar publicaciones anuales de la RCO donde el 60% sean en editoriales externas y de acceso abierto.
Generar publicaciones anuales de la RCO donde el 25% cuente con colaboración internacional.
Lograr la participación del 8% anual acumulado de los estudiantes de la RCO en espacios extracurriculares de Investigación, Desarrollo Tecnológico, Innovación y Creación Artística y Cultural.
Implementar al 100% el plan de fortalecimiento del laboratorio social de cambio climático, que permita a la RCO el reconocimiento a nivel regional, nacional e internacional al 2030.
Lograr que el 80% de los centros universitarios de la RCO, utilicen las Agendas Regionales (rurales y urbanas) al 2030, como estrategia para el desarrollo de proyectos de investigación, extensión y actividades de docencia con impacto social.
Lograr que el 50% de los proyectos sociales de formación, desarrollados en los CU de la RCO, aporten resultados a las agendas regionales I+D+C+I+C a 2030.

⁴⁵ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

2.3.4. Avance por acción estratégica frente #3⁴⁶

Acción estratégica	Avance
Avance en publicaciones RCO	El 96% de las publicaciones del año 2024 fueron en editoriales externas y de ellas y el 98% de ellas fueron en acceso abierto. Para 2025 al 1 de junio se tienen 13 publicaciones con un 100% en acceso abierto y editoriales externas. De las 73 publicaciones reportadas 3 de ellas tienen colaboración internacional para un 4.11%.
Formación para la investigación	En los CU se cuenta con una participación 4% de los estudiantes RCO en espacios extracurriculares, un avance relevante en cada uno de los CU. Se cuenta con una ruta de formación anual para estudiantes y espacios de participación en redes de investigación regionales que permiten la visibilidad y la medición de las iniciativas de investigación.
Agendas Regionales	Se consolidaron los documentos técnicos de agendas Regionales para los CU, articulación de programas e iniciativas para la innovación con impacto. Se priorizaron los territorios y las comunidades para el despliegue de las acciones de las AG a través de los proyectos de investigación, innovación y proyectos sociales de formación. Agendas Regionales alineadas con las demandas territoriales y los planes de gobierno, departamental y municipal.
Proyectos sociales de formación	La medición para el año 2024 no está correctamente alineada con el indicador establecido. En el primer semestre de 2025, la RCO cuenta con un total de 25 PSF, compuestos por 18 PSF propios y 7 proyectos sociales nacionales. De estos, 12 PSF se están desarrollando dentro de agendas regionales, lo que representa el 48% del total.
Inmersiones Sociales	Desde el semestre 2023-1 hasta el semestre 2025-1 llevamos 40 estudiantes participantes del programa, con un avance del 10.25% de la meta total. El año 2024 cerramos con un 66% de cumplimiento y en el semestre 2025-1 llevamos el 31.8% de la meta

2.3.5. En que nos debemos fortalecer⁴⁷

Acción estratégica	Descripción
Avance en publicaciones RCO	Continuidad de profesores investigadores para el avance de las publicaciones en acceso abierto.
Formación para la investigación	Continuidad en las redes de investigación y fortalecimiento de los convenios interinstitucionales. Mayor financiación de iniciativas de investigación en las sedes y las regiones.
Agendas Regionales	Consolidación de los equipos de profesionales para el despliegue de las Agendas Regionales en los CU.

⁴⁶ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁴⁷ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Proyectos sociales de formación	Alinear correctamente la medición con el indicador y aumentar la vinculación de PSF a las agendas regionales.
Inmersiones Sociales	Acelerar captación de estudiantes y formalización de convenios.

2.3.6. Para donde va⁴⁸

Acción estratégica	Para donde va
Avance en publicaciones RCO	Posicionamiento de la REC como un escenario de Ciencia Abierta y Ciudadana.
Formación para la investigación	Garantizar una divulgación y visibilidad internacional de la investigación en la RCO.
Agendas Regionales	Generar un posicionamiento local y regional de UNIMUNITO en los lugares de operación y garantizar una medición de impacto de las funciones sustantivas.
Proyectos sociales de formación	Fortalecer la articulación de más PSF con agendas regionales, especialmente en CU donde sus PSF no aporten resultados a las agendas regionales I+D+C+I+C
Inmersiones Sociales	Escalar a 350 estudiantes (2025-2030) en el programa con alianzas estratégicas sostenibles y métricas de impacto de la inmersión en territorio.

2.3.7. Graduados

Tabla 18 Graduados 2025-1⁴⁹

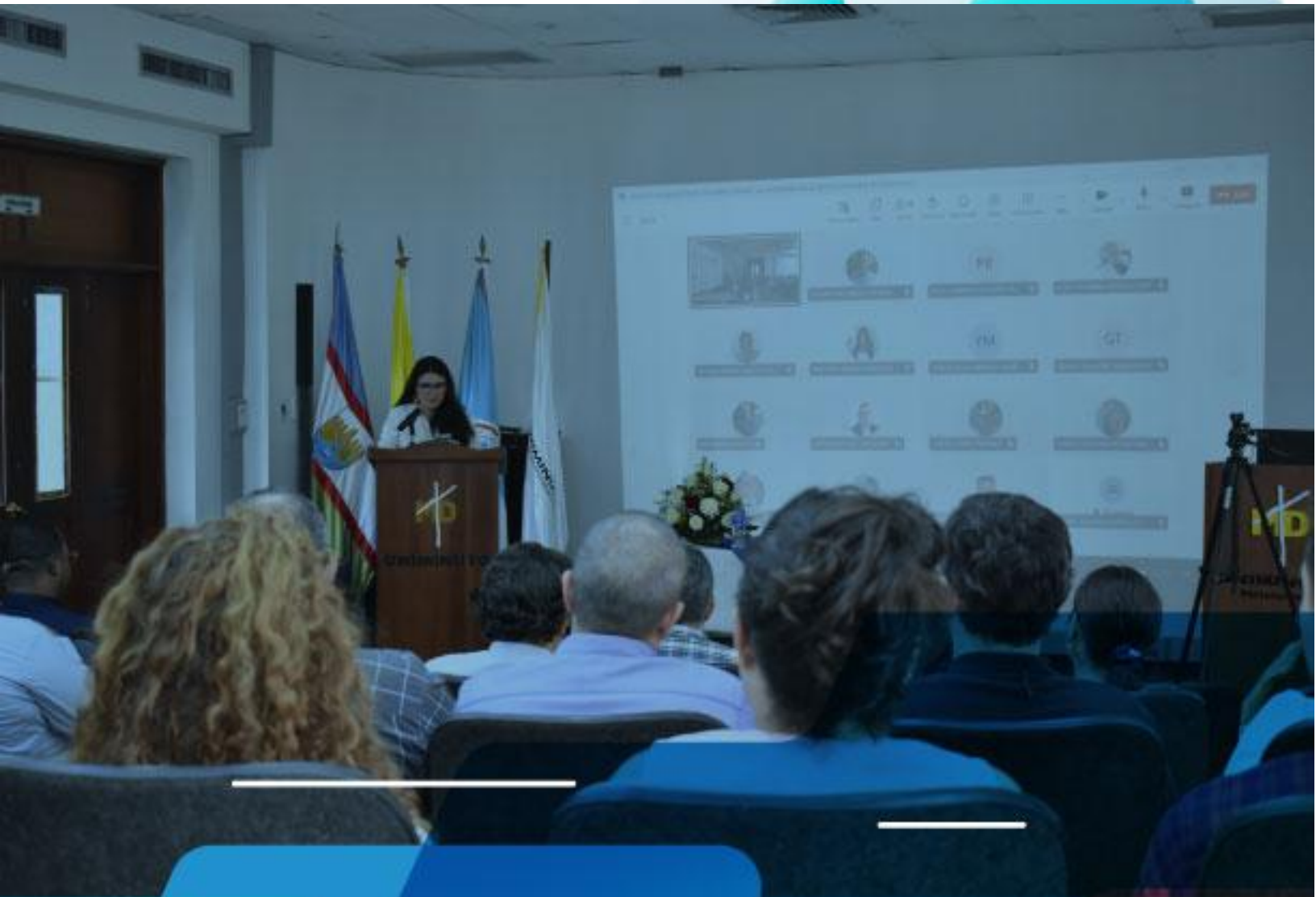
Centro Universitario	Pregrado	Posgrado	Total	% Sede
Cali	233	17	250	24,6%
Buga	183	15	198	19,5%
Buenaventura	27	39	66	6,5%
Pereira	96	32	128	12,6%
Chinchiná	72	0	72	7,1%
Pasto	258	44	302	29,7%
RCO	869	147	1.016	0

⁴⁸ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁴⁹ Consultado en: Sistema de información SAP UNIMINUTO. Fecha de consulta: de junio de 2.025.

2.3.8. Medición del plan estratégico

Frente	Sponsor	Mega	Línea Base 2023 2024 1 (Reconfiguración)	Avance 2025 <u>Primer</u> <u>Semestre</u>	% de cumplimiento 2025	Meta de Sistem a a 2030 <u>de la</u> <u>RCO</u>
3. Investigación, innovación e impacto social	SEBASTIAN SAENZ RODRIGUEZ sebastian.saenz.r@uniminuto.edu	Ser un ecosistema de investigación, innovación e impacto social, referente en la zona Centro Occidente de Colombia que genere 14 proyectos al 2030 y potencie el liderazgo transformador, generando sinergias con las entidades del Minuto de Dios en lo relacionado al desarrollo integral sostenible.	Sin línea Base	5	100%	14
		Contribuir desde la Rectoría Centro occidente con el escalonamiento al primer cuartil del índice de impacto social de SCImago Institutions Rankings a 2030.	Sin línea Base	13%	79%	60%



Frente # 4

Centros Universitarios y Desarrollo Organizacional

2.4. Frente 4: Centros Universitarios y desarrollo social

Frente #4: Centros Universitarios y desarrollo organizacional
SPONSOR: Pd. Juan Pablo Mantilla y Bonnel Fernando Mosquera
Cantidad de megas: 2
Cantidad de megas priorizadas: 2
Acciones estratégicas: 8
Acciones estratégicas priorizadas: 4

2.4.1. Avances del frente 4 por mega⁵⁰

Mega	Avance
Alcanzar y mantener el 100% de centros universitarios de la Rectoría Centro Occidente con nuevas estructuras organizacionales y gobernanza implementadas y actualizadas a su realidad a 2030.	96%
Lograr el nivel (madurez) A de sostenibilidad de la Rectoría Centro Occidente a 2030.	17%

2.4.2. Acciones estratégicas Frente #4⁵¹

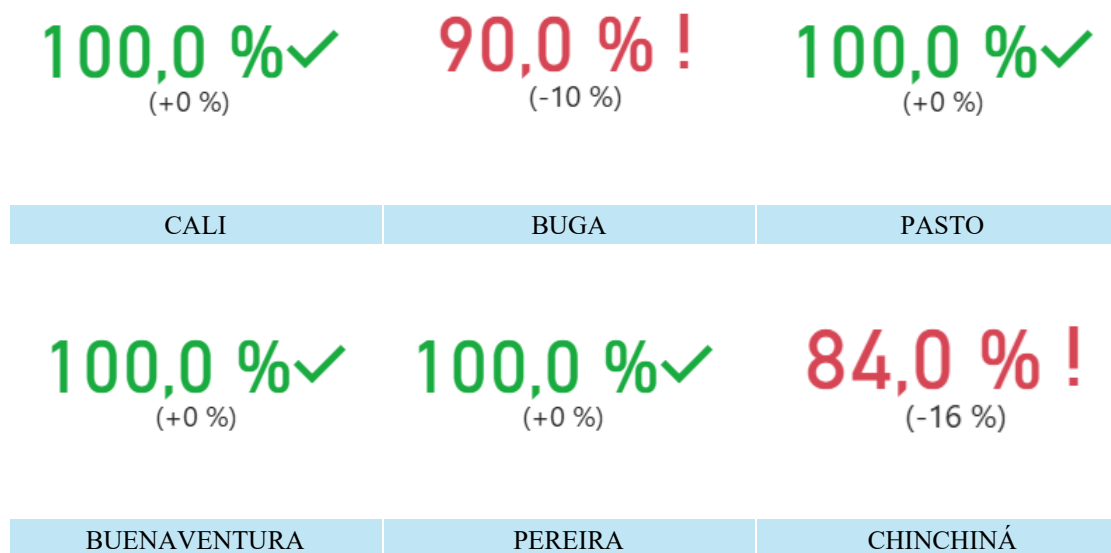
Acción estratégica
Implementar las nuevas estructuras organizacionales y gobernanzas de los Centros Universitarios de la RCO de acuerdo con las tipologías establecidas por el Sistema UNIMINUTO a 2024.
Implementar el modelo operativo, de procesos y de gestión al 100% en los CU de la RCO de acuerdo con su tipología a 2025.
Garantizar el 100% del cumplimiento de las mejores prácticas de gobierno corporativo en los Consejos Superiores y órganos colegiados de la Rectoría Centro Occidente a 2027.
Lograr que el 100% de los Centros Universitarios de la Rectoría Centro Occidente, tengan una relación sostenible y alineada con su tipología, entre las ratios de estudiante – profesor; administrativo - profesor; administrativo - estudiante, a 2030.

⁵⁰ Fuente: Informe Bateria de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁵¹ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

2.4.3. Cumplimiento de las Megas por Centro Universitario

Mega 4.1 Estructuras organizacionales y gobernanza



2.4.4. Avance por acción estratégica frente #4⁵²

Acción estratégica	Avance
Estructuras	Los Centros Universitarios han ajustado su planta de cargos a las nuevas estructuras organizacionales y de gobernanza. No obstante, aún no cuentan con la estructura completa contratada, en especial en cargos fundamentales para garantizar el óptimo servicio a estudiantes y se requieren planes de acción para responder a las necesidades operativas.
Índice de satisfacción	Aún no se cuenta con la aplicación de una encuesta que nos permita medir el índice de satisfacción de los diferentes grupos de interés.
Modelo operativo	El modelo operativo basado en ratios, modelo de suficiencia y orientado a la sostenibilidad financiera, evidencia hoy la necesidad de revisar en detalle la realidad de servicio en cada Centro que requiere una atención particular y que debería ser analizado por la oficina competente para realizar ajustes a estas estructuras, a pesar del ratio exigido.
Sostenibilidad	Todos los Centros Universitarios de la RCO son sostenibles, excepto Buenaventura. No obstante, la Rectoría, en su conjunto, tiende a ser sostenible y dar excedentes operacionales.
Reclasificación de los CU	Los Centros Universitarios se mantienen en la tipología asignada en 2024. Sin embargo, algunos se preparan para presentar algunos programas en ruta de acreditación, lo que les permitiría una oportunidad para su reclasificación y de la Rectoría

⁵² Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2025.

Mutualización	Hasta el momento CU Pereira es el único Centro Universitario que cuenta con convenio y mutualización de servicios con las demás entidades de la Organización Minuto de Dios, ya que cuenta con el Colegio Minuto de Dios operando en el campus universitario RGH del CU Pereira.
Alianzas	Se puede evidenciar el esfuerzo y la gestión positiva de cada Centro Universitario para suscribir alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas que permitan la cualificación académica, la potenciación de sinergias con el medio y la diversificación de ingresos.
Mejores Prácticas	Se reconfiguró los integrantes del Consejo Superior de Sede Centro Occidente, buscando equilibrio de representación de todos los estamentos y las regiones que constituyen el territorio de la Rectoría.

2.4.5. En que nos debemos fortalecer⁵³

Acción estratégica	Descripción
Estructuras	Concertar con los Centros Universitarios cuáles serán los cargos que se priorizarán para 2025-2, de los que faltan por proveer en las nuevas estructuras, de acuerdo con su tipología
Modelo operativo	Diseñar un plan alternativo para garantizar una óptima prestación del servicio con Calidad a los estudiantes, en aquellos Centros Universitarios que no cumplan con los ratios.
Sostenibilidad	Instalar capacidades y estrategias que permitan fortalecer y consolidar las acciones de diversificación de ingresos y contribuir así con la sostenibilidad de cada Centro Universitario.
Mejores Prácticas	Definir las estrategias de formación y el cronograma de elecciones para representantes de los grupos de interés en los órganos de gobierno institucional, para lograr la consolidación del gobierno corporativo en el territorio.
Mutualización	Realizar jornadas de conversación con entidades adscritas a la obra Minuto de Dios, para conectar con las sinergias y oportunidades que se pueden generar entre ellas.
Alianzas	Establecer la ruta clara y efectiva que permita consolidar las alianzas con entidades y empresarios con apoyos y ejecución de actividades para dinamizar los objetivos de los convenios.

2.4.6. Para donde va⁵⁴

Acción estratégica	Para donde va
Estructuras	Existe consciencia en todos los Centros Universitarios de las estructuras que deben sostener y operar con ellas hasta que ocurra una reclasificación de su tipología
Modelo operativo	Se realizan los comités y se han activado las rutas pertinentes para la acreditación de alta calidad de los programas que ya se van preparando para esta actividad estratégica.

⁵³ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁵⁴ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Sostenibilidad	La Rectoría Centro Occidente alinea acciones para garantizar desde la sostenibilidad financiera de los Centros Universitarios.
Mejores Prácticas	Cada vez somos más fuertes en la ejecución de estrategias para la retención y permanencia de estudiantes, gracias a la activación del programa MAIE.
Sostenibilidad	Consolidación en la oferta de Educación Continua y Fundraising

Tabla 19 Tipología de los Centros Universitarios de la RCO⁵⁵

Centro Universitario	Tipología
Cali	C
Buga	C
Buenaventura	D
Pereira	C
Chinchiná	C
Pasto	C

Tabla 20 Centros tutoriales de la Rectoría Centro occidente

Departamento	Municipio
Cauca	Miranda
Valle del Cauca	Cartago
Nariño	Guaitarilla

2.4.7. Excelencia operacional – Calidad y Procesos

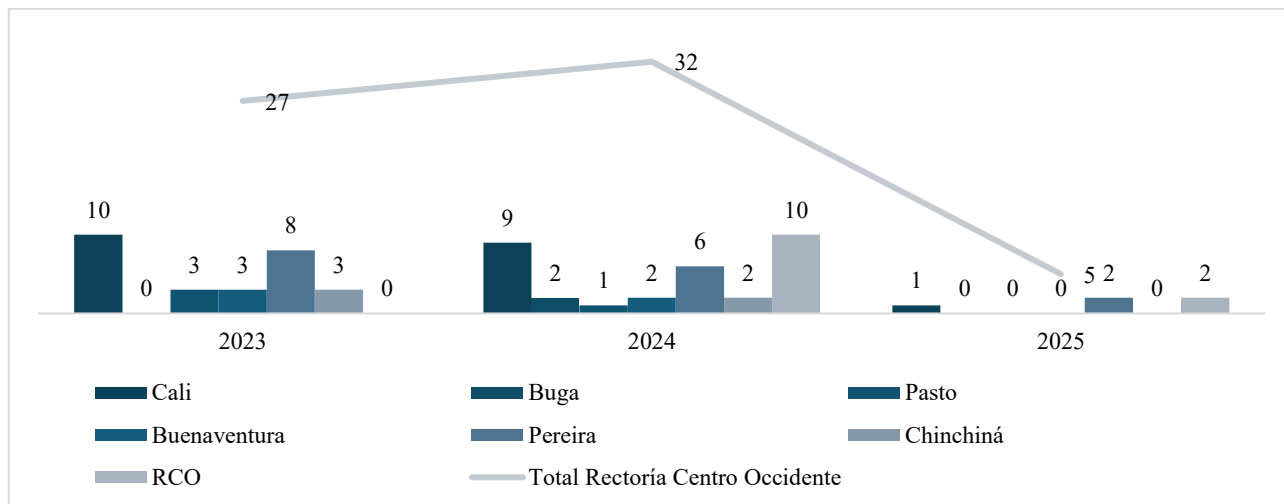
Tabla 21 Acciones correctivas RCO⁵⁶

Centro Universitario	2021	2022	2023	2024	2025
Cali	4	8	10	9	1
Buga	1	5	0	2	0
Pasto	0	2	3	1	0
Buenaventura	0	1	3	2	0
Pereira	6	13	8	6	2
Chinchiná	2	0	3	2	0
RCO	0	0	0	10	2
Total Rectoría Centro Occidente	15	34	33	32	5

⁵⁵ Consultado en: Tablero egresados en cifras. Fecha de consulta: 15 de julio de 2.025.

⁵⁶ Referencia: Isolution. Fecha de consulta: 21 de mayo de 2025

Gráfica 16 Acciones correctivas RCO



Posterior a la reconfiguración y la reasignación de Acciones Correctivas y la comparación entras los seis centros universitarios se puede observar que existe una tendencia ascendente sostenida entre 2021 y 2024, lo cual suele ser positivo en términos de madurez del sistema de calidad (más acciones = más mejora), para el 2025 se puede observar que hay una disminución en el reporte de Acciones Correctivas.

Tabla 22 Herramientas de Calidad Oportunidades de Mejora⁵⁷

Centro Universitario	2021	2022	2023	2024	2025
Cali	3	0	20	25	0
Buga	6	0	7	0	0
Buenaventura	0	0	6	0	2
Pasto	0	0	0	0	0
Chinchiná	7	0	14	1	0
Pereira	4	0	8	0	1
Rectoría Centro Occidente	0	0	0	2	5
Total Rectoría Centro Occidente	58	7	67	28	8

⁵⁷ Referencia: Isolution. Fecha de consulta: 21 de mayo de 2025

Gráfica 17 Herramientas de Calidad Oportunidades de Mejora

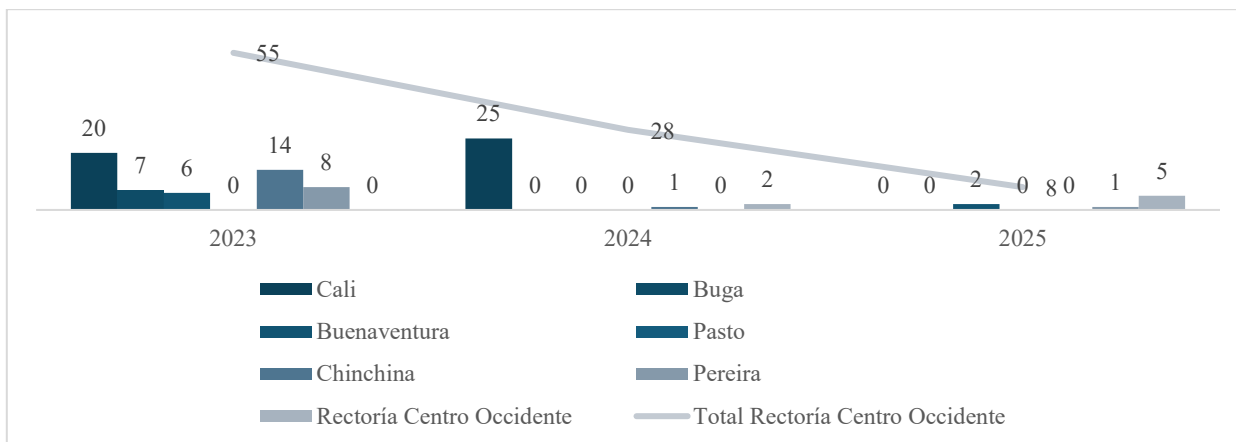


Tabla 23 Solicitudes de derecho de petición 2025-1⁵⁸

Centro Universitario	Solicitudes de derecho de petición	Tiempo promedio de respuesta (días)
Cali	7	11
Buga	6	10
Buenaventura	5	9
Pasto	13	11
Pereira	13	10
Chinchiná	5	13
Rectoría Centro Occidente	49	10

Durante el primer semestre de 2025, se atendieron 49 solicitudes de derechos de petición en un tiempo promedio de aproximadamente 10 días. De estas solicitudes atendidas, los Centros Universitarios que más atendieron fueron Pereira y Pasto con más del 50% del total de atenciones de toda la Rectoría y los que menos atendieron fueron Buenaventura y Chinchiná con 5 cada uno.

Tabla 24 Solicitudes de Tutela de petición 2025-1⁵⁹

Centro Universitario	Solicitudes de tutela	Tiempo promedio de respuesta (días)
Cali	5	2
Buga	1	2
Buenaventura	1	2
Pasto	3	2

⁵⁸ Fuente: Informe de secretaría de sede. Fecha de consulta: 28 de julio de 2.025.

⁵⁹ Fuente: Informe de secretaría de sede. Fecha de consulta: 28 de julio de 2.025.

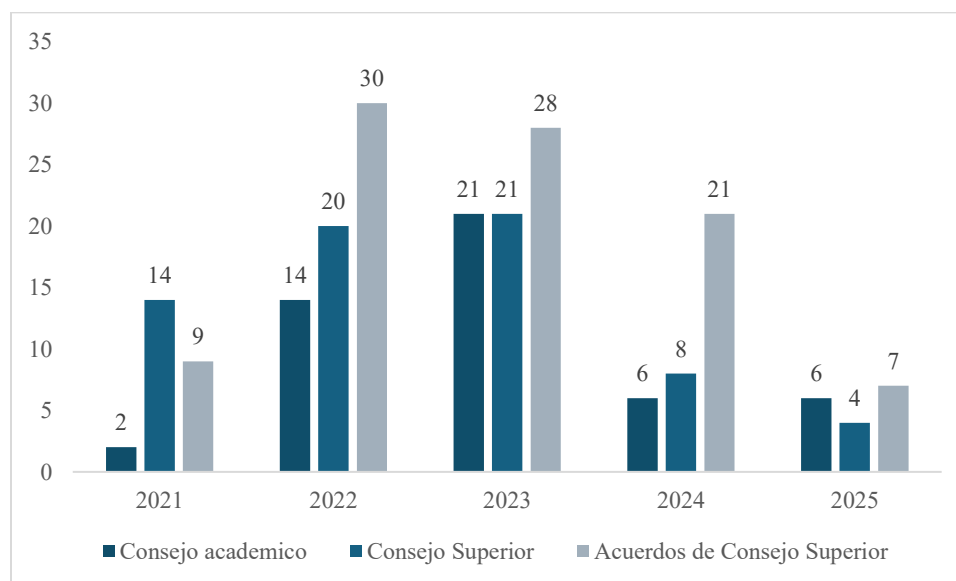
Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

Pereira	3	2
Chinchiná	1	2
Rectoría Centro Occidente	14	2

Durante el primer semestre de 2025, se atendieron 14 solicitudes de acción de tutela en un tiempo promedio de aproximadamente 2 días. De estas solicitudes atendidas, el Centro Universitario que más atendió fue Cali con 5, lo cual representa el 36% del total de atenciones de toda la Rectoría y los que menos atendieron fueron Buenaventura, Buga y Chinchiná con 1 cada uno.

Gráfica 18 Histórico Gestión jurídica⁶⁰



Desde 2021 el comportamiento de la gestión jurídica ha fluctuado, donde en 2023 encontró su punto más alto con 70 actividades siendo los acuerdos de consejo superior la actividad que más se realizó. En este primer semestre de 2025 se han realizado 17 actividades, una cifra igual que la mitad de las actividades realizadas en 2024.

⁶⁰ Fuente: Informe de secretaría de sede. Fecha de consulta: 28 de julio de 2.025.

2.4.8. Medición del plan estratégico

Frente	Sponsor	Mega	Línea Base 2023 2024 1 (Reconfiguración)	Avance 2025 <u>Primer</u> <u>Semestre</u>	% de cumplimiento o 2025	Meta de Sistema a 2030 <u>de la</u> <u>RCO</u>
4. Centros universitarios y desarrollo organizacional	JUAN PABLO MANTILLA ALVAREZ jmantilla@uniminuto.edu	Alcanzar el 100% de centros universitarios de la Rectoría Centro Occidente con nuevas estructuras organizacionales y gobernanza implementadas a 2025.	Sin Línea Base	5,74	95.7%	6
	BONEL FERNANDO MOSQUERA TRUJILLO bonel.mosquera@uniminuto.edu	Lograr el nivel (madurez) A de sostenibilidad de la Rectoría Centro Occidente a 2030.	Sin línea Base	17%	17%	100%



Frente # 5

UNIMINUTO Virtual

2.5. Frente 5: Uniminuto Virtual

Frente #5: UNIMINUTO virtual
SPONSOR: Luz Carime Montoya
Cantidad de megas: 2
Cantidad de megas priorizadas: 1
Acciones estratégicas: 2
Acciones estratégicas priorizadas: 1

2.5.1. Avances del frente 5 por mega⁶¹

Mega	Avance
Generar diversificación de ingresos en la RCO a 2030 a través de alianza estratégica con la Rectoría Virtual.	0%

2.5.2. Acciones estratégicas Frente #5⁶²

Acción estratégica
Lograr una comunidad, a 2030, de 6.000 estudiantes en modalidad virtual de la RCO que generen diversificación de ingresos con pago de porcentaje del 20% por parte de la Rectoría Virtual.

2.5.3. Cumplimiento de las Megas por Centro Universitario

Mega 5.2 Comunidad de estudiantes en modalidad virtual



⁶¹ Fuente: Informe Bateria de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁶² Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

0,0 % !
(-100 %)

0,0 % !
(-100 %)

0,0 % !
(-100 %)

BUENAVENTURA	PEREIRA	CHINCHINÁ
--------------	---------	-----------

2.5.4. Avance por acción estratégica frente #5⁶³

Acción estratégica	Avance
Capacitación al equipo	Se realiza la capacitación a todo el equipo comercial de RCO sobre la gestión operativa y el portafolio de la oferta virtual.
Ingresos recibidos.	Se tiene un traslado de recursos de rectoría a virtual a RCO de \$11.739.676, siendo la comisión recibida por las ventas realizadas por parte de los centros universitarios.
Publicidad	En la publicidad ATL y oferta que se promociona en actividades de campo se articula con la rectoría virtual en todos los centros universitarios.

2.5.5. En que nos debemos fortalecer⁶⁴

Acción estratégica	Descripción
Comisiones para el equipo comercial.	Es necesario incentivar a los promotores con una comisión o incentivos por cada matrícula que se realice de oferta virtual ya que actualmente la comisión solo la recibe la rectoría.
Respuesta efectiva por parte de la rectoría virtual.	Los procesos de admisión y acompañamiento de la rectoría virtual son demorados y esto hace que las solicitudes lleguen a la sede, no hay un canal efectivo de respuesta.

2.5.6. Para donde va⁶⁵

Acción estratégica	Para donde va
Articulación	Seguir trabajando en la articulación con la rectoría virtual, donde los promotores cada día se sientan más familiarizados con la oferta y la gestión en el proceso de admisión.

⁶³ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁶⁴ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁶⁵ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Impacto.

Garantizar que todos los interesados en UNIMINUTO se matriculen en la universidad, en este caso si no requieren modalidad presencial o distancia, su tercera opción sea virtual.

2.5.7. Medición del plan estratégico

Frente	Sponsor	Mega	Línea Base 2023 2024 1 (Reconfiguración)	Avance 2025 <u>Primer</u> <u>Semestre</u>	% de cumplimiento 2025	Meta de Sistema a 2030 <u>de la</u> <u>RCO</u>
5. UNIMINUTO Virtual	LUZ CARIME MONTOYA LOAIZA luz.montoya.l@uniminuto.edu	Generar diversificación de ingresos en la RCO a 2030 a través de alianza estratégica con la Rectoría Virtual.	0	22	0%	6.000



Frente # 6

Sistema Universitario Digital

2.6. Frente 6: Sistema universitario digital

Frente #6: Sistema universitario digital
SPONSOR: Gloria Omaira Riascos Delgado
Cantidad de megas: 1
Cantidad de megas priorizadas: 1
Acciones estratégicas: 3
Acciones estratégicas priorizadas: 3

2.6.1. Avances del frente 6 por mega⁶⁶

Mega	Avance
Alcanzar un índice de Nivel de Madurez Digital de la Institución por encima de 4.0/5.0. en la Rectoría Centro Occidente a 2030	41%

2.6.2. Acciones estratégicas Frente #6⁶⁷

Acción estratégica
Articular el proceso de formación de colaboradores y profesores de la RCO con las diversas rutas de formación del sistema universitario: Centro de innovación educativa y excelencia profesoral, Campus digital, Coursera y Unicorporativa.
Consolidar una analítica de datos a nivel de RCO a través de los instrumentos de medición que permitan establecer una caracterización de la población estudiantil enfocada en brechas digitales a 2024-2.
Cuantificar los ambientes digitales de aprendizaje en cada uno de los centros universitarios de la RCO a 2024-2 con el fin de establecer su disponibilidad y usabilidad.

2.6.3. Cumplimiento de las Megas por Centro Universitario

Mega 6.1 índice de madurez digital

91,0 % ! (-9 %)
81,0 % ! (-19 %)
77,0 % ! (-23 %)

⁶⁶ Fuente: Informe Bateria de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁶⁷ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

CALI	BUGA	PASTO
76,0 % ! (-24 %)	82,0 % ! (-18 %)	82,0 % ! (-18 %)
BUENAVENTURA	PEREIRA	CHINCHINÁ

2.6.4. Avance por acción estratégica frente #6⁶⁸

Acción estratégica	Avance
Nivel de competencia digital	Pendiente de Lineamientos Sponsor Nacional.
Caracterización Brechas digitales	Pendiente de Lineamientos Sponsor Nacional.
Ambientes Digitales	Encuesta de identificación de ambientes digitales de aprendizaje a nivel de RCO. Resultados de encuesta Listado de ambientes digitales disponibles y con usabilidad por parte de la RCO

2.6.5. En que nos debemos fortalecer⁶⁹

Acción estratégica	Descripción
Nivel de competencia digital	El instrumento que permita identificar los niveles de competencia digital (A, B, C) de docentes y colaboradores. Baja desde sistema y aun no se ha socializado para su aplicación en la rectoría.
Caracterización Brechas digitales	El instrumento que permite identificar la caracterización de la población estudiantil y las brechas digitales
Ambientes Digitales	Los reportes de usabilidad de los ambientes digitales por parte de DTSL. Consolidar un Dashboard con la analítica de datos en base a los reportes

2.6.6. Para donde va⁷⁰

Acción estratégica	Para donde va
Nivel de competencia digital	Mediante las capacitaciones a nivel de la RCO y VGA se busca el fortalecimiento en competencias digitales de la comunidad académica, que les permitan ir avanzando en los diferentes niveles según el marco común europeo. (A, B, C)

⁶⁸ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁶⁹ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁷⁰ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Nivel de competencia digital	Articulación con la oferta de UNICORPORATIVA, relacionada con la Línea 6: Competencias relacionales, comunicativas y TIC, así como la apropiación de la IA que permitan ir certificando de forma secuencial, los niveles de competencia digital de los docentes y colaboradores.
Nivel de competencia digital	Articulación con alianzas estratégicas (CIDESCO-SENATIC). Para fortalecer y certificar las competencias digitales y de apropiación de la IA. En la comunidad educativa de la RCO
Caracterización Brechas digitales	Se busca identificar a la población estudiantil con mayores necesidades de conectividad, acceso a dispositivos móviles o con necesidades especiales, para gestionar estrategias que permitan mejorar estas condiciones y minimizar las brechas digitales
Ambientes Digitales	Alcanzar el reconocimiento y apropiación de los ambientes digitales de aprendizaje, por parte de la comunidad académica, para optimizar su usabilidad y buen aprovechamiento de dichos recursos.

2.6.7. Medición del plan estratégico

Frente	Sponsor	Mega	Línea Base 2023 2024 1 (Reconfiguración)	Avance 2025 <u>Primer Semestre</u>	% de cumplimiento 2025	Meta de Sistema a 2030 <u>de la RCO</u>
6. Sistema Universitario Digital	GLORIA OMAIRA RIASCOS DELGADO gloria.riascos@uniminuto.edu	Alcanzar un índice de Nivel de Madurez Digital de la Institución por encima de 4.0/5.0. en la Rectoría Centro Occidente a 2030	0	0,82	41%	0%



Frente # 7

Mercadeo, Captación y Experiencia

2.7. Frente 7: Mercadeo, matrícula y permanencia

Frente #7: Mercadeo, captación y experiencia

SPONSOR: Luz Carime Montoya

Cantidad de Megas: 1

Cantidad de Megas: 1

Acciones estratégicas: 7

Acciones estratégicas priorizadas: 5

2.7.1. Avances del frente 7 por mega⁷¹

Mega	Avance
Lograr el crecimiento de la población estudiantil de la Rectoría Centro Occidente alcanzando su máximo potencial en 11.990 estudiantes y diversificando su portafolio de servicios para la formación integral, soportados en el posicionamiento de la Marca UNIMINUTO.	90%

2.7.2. Acciones estratégicas Frente #7⁷²

Acción estratégica
Articular acciones con los sectores de la Quintuple Hélice que faciliten la promoción de la oferta académica en las modalidades, presencial, distancia 4.0 y virtual en la RCO a 2030.
Fidelizar a los estudiantes de diferentes modalidades de la Rectoría Centro Occidente, para impactar las tasas de deserción estudiantil, aspirando a una deserción anual en pregrados igual o menor al 8%, en programas distancia y presencial a 2030
Alcanzar 4000 inscritos en el embudo de conversión por semestre en programas de educación superior de la RCO al 2030, enfocándonos en los medios tradicionales y digitales de mayor retorno.
Aumentar la tasa de absorción de admitidos a matriculados en un 75% para la RCO, al 2030, evaluando el proceso de admisión para identificar y abordar posibles barreras o puntos de fricción, que puedan obstaculizar la matrícula en cada una de las sedes.
Alcanzar \$1000.Millones de pesos acumulados al 2030 en programas de educación continua de la Rectoría Centro Occidente (Cifra en millones de pesos)

⁷¹ Fuente: Informe Bateria de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁷² Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

2.7.3. Cumplimiento de las Megas por Centro Universitario

Mega 7.1 población estudiantil

88,8 % ! **87,2 % !** **99,6 % !**
(-11.22 %) (-12.79 %) (-0.44 %)

CALI	BUGA	PASTO
------	------	-------

73,0 % ! **85,2 % !** **95,6 % !**
(-26.99 %) (-14.83 %) (-4.35 %)

BUENAVENTURA	PEREIRA	CHINCHINÁ
--------------	---------	-----------

2.7.4. Avance por acción estratégica frente #7⁷³

Acción estratégica	Avance
Porcentaje de conversión	El porcentaje de conversión de admitidos a matriculados a nivel de rectoría alcanza actualmente el 70%, una cifra alentadora que refleja un avance significativo hacia la meta institucional del 75% proyectada para el año 2030. Solo restan 5 puntos porcentuales para lograr este objetivo estratégico.
Promoción de la Oferta Académica en la RCO Articulación con la Quintuple Hélice	Para el periodo 2025-1 se lograron 8.104 matrículas entre estudiantes nuevos y antiguos, lo que representa un 68% de avance frente a la meta proyectada de 11.990 matrículas para el año 2030. En el periodo 2025-1, los convenios empresariales tuvieron un impacto significativo en la matrícula, representando el 36% del total de estudiantes nuevos y antiguos. De los 8.104 estudiantes matriculados, 2.921 provienen de estos convenios, siendo los más representativos y con mayor potencial de crecimiento los establecidos con el SENA y las cajas de compensación familiar. Estos aliados estratégicos han sido clave para ampliar el acceso y fortalecer la sostenibilidad institucional.

⁷³ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2025.

4000 inscritos por semestre al 2030	<p>Para el periodo 2025-1, se alcanzó un total de 2.248 inscritos en el embudo de conversión, lo que representa un avance importante frente a la meta proyectada de 4.000 inscritos para el año 2030.</p> <p>Se implementó el Plan Estratégico de Mercadeo con un enfoque orientado al cumplimiento de la meta de prospectos, desagregada por Centro Universitario y por promotor. Este plan contempla el seguimiento y medición diaria y mensual de los avances, lo que permite un control riguroso del cumplimiento de los objetivos y facilita la toma de decisiones oportunas para garantizar los resultados esperados.</p>
Equipos comerciales	<p>Con el objetivo de fortalecer la gestión de matrícula, se robustecieron los equipos comerciales en los Centros Universitarios de Cali y Pasto, los cuales cuentan con las metas de captación más altas a nivel institucional. Como parte de esta estrategia, se incorporó un promotor adicional en cada centro, permitiendo una mayor cobertura territorial y una atención más efectiva a los aspirantes.</p>
Indicadores Permanencia	<p>Para el primer semestre del 2025- se encuentran indicadores de ausentismo y deserción con resultados muy favorables, no solo como rectoría sino también en relación con los indicadores nacionales, gracias al despliegue de las estrategias de Bienestar en cada uno de los centros universitarios, alcanzando un 11.26% en ausentismo y un 9.09% en deserción</p>
Educación Continua	<p>Educación Continua logró ingresos por \$310 millones, superando en un 111% la meta de \$274 millones. El 40% provino del segmento B2C y el 60% de B2G, especialmente en educación continua.</p> <p>Este resultado fortaleció el reconocimiento institucional en la región Centro Occidente, gracias a alianzas con grandes empresas y a una estrategia consolidada de formación para el talento humano.</p>

2.7.5. En que nos debemos fortalecer⁷⁴

Acción estratégica	Descripción
Educación continua	Se requiere fortalecer el equipo de educación continua de la rectoría e incrementar el recurso de pauta digital para la oferta B2B Y B2C, teniendo en cuenta los retos que tiene el área.
Presupuesto posicionamiento	Se requiere un presupuesto asignado solamente para posicionamiento de marca para los centros universitarios., en especial para posicionar los posgrados.
Flexibilizar los requisitos en la creación de proveedores para mercadeo.	Se requiere esta flexibilidad para lograr ofertas que nos permitan promocionar a la universidad en diferentes medios ATL Y BTL de impacto., revisar el pago a 60 días de los proveedores de esta área.
Comunicaciones	Se requiere personal enfocado en diseño comercial para la rectoría, de esta manera garantizar la pronta respuesta a las campañas que tenemos diarias.
Perfiles promotores	Se requiere con prontitud el perfil de asesor integral para asignar las metas individuales, de esta manera tendremos un mayor impacto en la meta, garantizando la efectividad de cada personal en los centros universitarios.

⁷⁴ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2025.

Permanencia	Fortalecer en la rectoría toda la estrategia de acompañamiento - Cultura MAIE, que permita mejorar la articulación entre Bienestar y los programas académicos, para una atención oportuna a la comunidad estudiantil.
-------------	---

2.7.6. Para donde va⁷⁵

Acción estratégica	Para donde va
Promoción de la Oferta Académica en la RCO Articulación con la Quintuple Hélice	Sobre ejecución al 120% de cumplimiento para el 2025-2 con una meta de prospectos en el embudo de conversión de 3.217 para lograr este %.
Promoción de la Oferta Académica en la RCO Articulación con la Quintuple Hélice	Fortalecer las alianzas con las instituciones técnicas y tecnológicas para traer en volumen matriculas por medios de homologación externa y descuento empresarial, garantizar la efectividad de los convenios comerciales a través de planes de trabajos ejecutados.
Equipos comerciales	Generar la cultura de seguimiento en CRM SALESFORCE y garantizar que todos los equipos de mercadeo sean comerciales con el rol integral y meta individual
Comunicaciones	Se avanza en el posicionamiento de los programas de posgrado de la Rectoría Centro Occidente de UNIMINUTO, mediante una estrategia focalizada en sectores estratégicos y complementarios del entorno productivo y social.
Educación continua	La meta para el segundo semestre es de \$300 millones. Ya se cuenta con 5 formaciones empresariales contratadas por \$126 millones. Además, se lanzarán 5 formaciones destacadas con certificaciones internacionales, junto con seminarios y congresos, con lo que se espera alcanzar los \$173 millones restantes.
Permanencia	Consolidar los indicadores de Permanencia para reportes oportunos a cada uno de los centros universitarios, de tal manera que se logre un seguimiento alineado a las necesidades identificadas para lograr su fidelización.

2.7.7. Servicio al Usuario

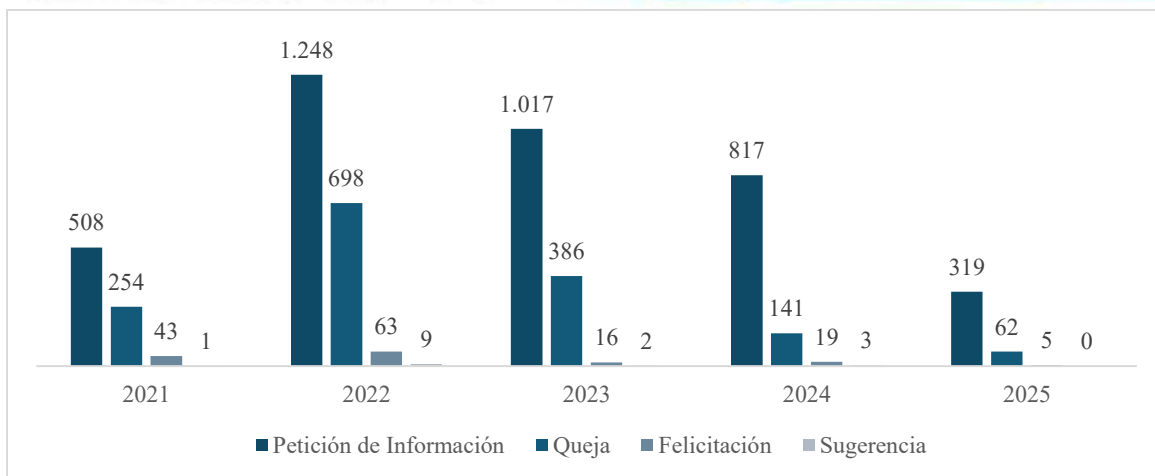
Tabla 25 Felicitaciones, peticiones, quejas y sugerencias⁷⁶

Categoría	2021	2022	2023	2024	2025
Petición de Información	508	1.248	1.017	817	319
Queja	254	698	386	141	62
Felicitación	43	63	16	19	5
Sugerencia	1	9	2	3	0

Gráfica 19 Felicitaciones, peticiones, quejas y sugerencias

⁷⁵ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2025.

⁷⁶ Referencia: Isolution. Fecha de consulta: 21 de mayo de 2025



A la fecha del informe, en la Rectoría, se han gestionado 398 requerimientos distribuidos de la siguiente forma. Las Petición de Información es la solicitud con mayor gestión, con más del 80% del total, las quejas representan un 16% y las felicitaciones el 1%. Del total de solicitudes gestionadas los meses de enero y febrero presentan el mayor número de solicitudes gestionadas del 60%, para los meses de marzo y abril se observa una tendencia a la baja en el número total de gestiones.

2.7.8. Comunicaciones

Tabla 26 Gestión de comunicaciones Rectoría Centro Occidente⁷⁷

Aspecto	Gestión
Cubrimiento de eventos	Acompañamiento a las diferentes actividades que se presentan en la Rectoría Centro Occidente y que son solicitadas por las diferentes áreas y que representan un impacto en la marca
Producción Audiovisual	Material audiovisual que comprende los diferentes vídeos y fotografías que se elaboran producto de jornadas, promoción institucional con programas o espacios, generación de campañas, entre otras
Diseños Digitales	Piezas gráficas elaboradas para las diferentes áreas de la Rectoría Centro Occidente y sus Centros Universitarios, productos publicitarios, de impresión, ajustes gráficos a elemento existe, entre otras
Correos masivos	Correos enviados de manera masiva a los diferentes públicos de interés de la Rectoría, tanto internos como externos para dar a conocer las diferentes acciones o convocatorias a procesos
Publicación en redes sociales	Divulgación en las redes sociales oficiales, Facebook e Instagram de cada una de las actividades, promoción de programas y acciones que se adelantan en los Centros Universitarios, divulgación de oferta académica y material audiovisual
Publicación notas escritas en página web	Divulgación en el microsítio de la Rectoría Centro Occidente de diferentes noticias que impactan a los procesos y a la marca institucional, ampliando la información y saltando la labor de las diferentes áreas a nivel Rectoría

⁷⁷ Fuente: Coordinación de comunicaciones. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

2.7.9.Medición del plan estratégico

Frente	Sponsor	Mega	Línea Base 2023 2024 1 (Reconfiguración)	Avance 2025 <u>Primer</u> <u>Semestre</u>	% de cumplimiento 2025	Meta de Sistema a 2030 <u>de la</u> <u>RCO</u>
7. Mercadeo, Captación y Experiencia	LUZ CARIME MONTOYA LOAIZA luz.montoya.l@uniminuto.edu	Lograr el crecimiento de la población estudiantil de la Rectoría Centro Occidente alcanzando su máximo potencial en 11.990 estudiantes y diversificando su portafolio de servicios para la formación integral, soportados en el posicionamiento de la Marca UNIMINUTO.	8.975	8.134	90,3%	12.643 11.990

“
: Nuestro
objetivo
es **servir** :
..... ”

Padre Rafael García-Hérreros, Mado e.!



Frente # 8

Sostenibilidad y Ecología Integral

2.8. Frente 8: Ecología integral y sostenibilidad

Frente #8: Sostenibilidad y ecología integral

SPONSOR:

Cantidad de Megas: 3

Cantidad de Megas priorizadas: 3

Acciones estratégicas: 12

Acciones estratégicas priorizadas: 7

2.8.1. Avances del frente 8 por mega⁷⁸

Mega	Avance
Alcanzar por lo menos 20% de EBITDA a nivel de la RCO en el 2030.	0%
Alcanzar por lo menos el 11% de Ingresos brutos de UNIMINUTO, provenientes de fuentes diferentes a matrícula, (Proyectos, educación continua, donaciones, usufructo de infraestructura física) en la RCO a 2030	100%

2.8.2. Cumplimiento de las Megas por Centro Universitario

Mega 8.3 diversificación de ingresos

100,0 %✓
(+0 %)

100,0 %✓
(+0 %)

100,0 %✓
(+0 %)

CALI

BUGA

PASTO

100,0 %✓
(+0 %)

100,0 %✓
(+0 %)

100,0 %✓
(+0 %)

BUENAVENTURA

PEREIRA

CHINCHINÁ

⁷⁸ Fuente: Informe Bateria de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2025.

2.8.3. Acciones estratégicas Frente #8⁷⁹

Acción estratégica
Implementar mínimo una torre de control para el seguimiento de las estrategias de ingresos, costos y gastos de los CU y RCO a 2030.
Potenciar los CU de la RCO, para su sostenibilidad de acuerdo con su tipología obteniendo en un 70% de ellos un ebitda igual o superior al 28% a 2030.
Lograr el 55% de costos y gastos de personal con relación a los ingresos netos al 2030 de la RCO
Aumentar la financiación al 30% de los estudiantes de la RCO, a quienes se les otorga créditos para la matrícula por medio de la Cooperativa Minuto de Dios al año 2030
Lograr al menos el 11% de otros ingresos diferentes a matrícula en la RCO a 2030
Recaudar \$ 930 millones por concepto de fundraising acumulado a 2030 en la RCO
Lograr 4.730 millones de pesos acumulados por ingresos de proyectos de investigación, consultoría y proyección social al 2030 en la Rectoría Centro Occidente.

2.8.4. Avance por acción estratégica frente #8⁸⁰

Acción estratégica	Avance
Torre de control	Se implementó un Power BI a nivel nacional que permite visualizar los estados de resultados (Pérdidas y Ganancias) tanto de la rectoría como de cada centro universitario, facilitando el seguimiento mensual de ingresos, costos y gastos.
Optimización de Costos y Gastos de personal	Se está trabajando a nivel de rectoría, talento humano para seguir la optimización del costo y gasto de personal para el semestre 2025-2
Cooperativa Minuto de Dios	Actualmente la Rectoría Centro Occidente cuenta con un 25% de participación en la Financiación a Estudiantes con Créditos de la Cooperativa con una totalidad de 2069 estudiantes para el 2025-1
Fundraising	El área de asuntos globales ha venido trabajando en el concepto de donaciones en el cual a cierre de mayo se tiene un recaudo de 84 millones

2.8.5. En que nos debemos fortalecer⁸¹

Acción estratégica	Descripción
Torre de control	Seguimiento mensual por cada uno de los centros Universitarios donde el director de centro con su financiero verifique, analicen detalladamente el estado de sus resultados financieros, con el objetivo de identificar su desempeño económico y facilitar la toma de decisiones estratégicas.
Optimización de Costos y Gastos de personal	Analizar y ajustar las estrategias con los centros universitarios para reducir los costos directos, dado que estos son los que mayor impacto tienen en los estados financieros

⁷⁹ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁸⁰ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁸¹ Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

Cooperativa Minuto de Dios	Mayor participación en la cooperativa para la financiación de nuestros estudiantes y lograr un mejor cumplimiento el cual falta un 5% para el cumplimiento
Fundraising	Incrementar los ingresos por conceptos de donaciones para este año 2025

2.8.6. Para donde va⁸²

Acción estratégica	Para donde va
Torre de control	El objetivo es identificar el desempeño económico y facilitar la toma de decisiones
Optimización de Costos y Gastos de personal	Se busca disminuir dichos costos y gastos para un mejorar el ebitda de Rectoría.
Cooperativa Minuto de Dios	Incrementar ingresos para la Rectoría
Fundraising	Incrementar ingresos para la Rectoría

2.8.7. Datos Financieros

Tabla 27 Tipología de centro universitario Rectoría Centro occidente⁸³

CENTRO UNIVERSITARIO	TIPOLOGÍA
CU BUENAVENTURA	E
CU BUGA	C
CU CALI	B
CU CHINCHINÁ	D
CU PASTO	C
CU PEREIRA	C

Centro Universitario Tipo E. Es un Centro de naturaleza subsidiada con alto impacto misional que, por diferentes realidades, compromiso social y misión, debe ser apalancados para brindar servicios educativos a poblaciones vulnerables. Cuenta con menos de 500 estudiantes y unos ingresos entre 115 SMLMV hasta 770 SMLMV.

Centro Universitario Tipo D. Es un Centro recién creado con potencial de mercado y crecimiento. Cuenta con una población estudiantil de hasta 1.000 estudiantes y unos ingresos entre 771 SMLMV hasta 1.690 SMLMV. Su oferta educativa es mayoritariamente de programas a distancia.

Centro Universitarios Tipo C. Es un Centro en crecimiento, que tiene alto potencial de mercado y capacidades para estandarizar procesos. Cuenta con una población estudiantil entre 1.000 y 2.500 estudiantes y unos ingresos entre 1.691 SMLMV hasta 5.920 SMLMV.

Centro Universitario Tipo B. Es un Centro en proceso de consolidación que tiene programas acreditados de alta calidad o con condiciones de acreditación y posee una estabilización académica,

⁸² Fuente: Presentación de plan estratégico. Fecha de consulta: 14 de julio de 2.025.

⁸³ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de julio de 2.025.

administrativa y financiera, que permite apoyar a Centros de menor tamaño. Cuenta con una población estudiantil entre 2.500 y 6.000 estudiantes y unos ingresos entre 5.921 SMLMV hasta 6.690 SMLMV.

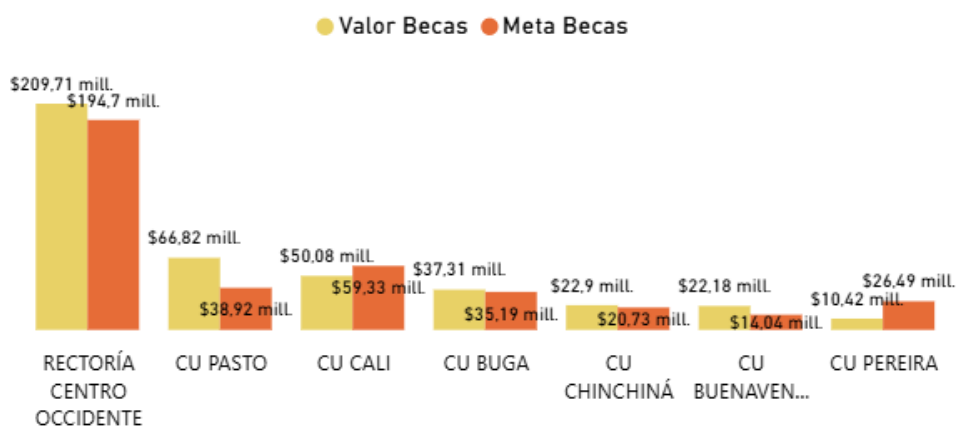
Centro Universitario Tipo A. Es un Centro consolidado que se destaca por su alta calidad, permanencia, servicio, bienestar para los estudiantes en sus programas y funciones sustantivas, su eficiencia en el manejo de los recursos e impulsa el proceso de acreditación institucional. Cuenta con una población estudiantil mayor a 6.000 estudiantes y unos ingresos superiores a los 6.691 SMLMV.

Gráfica 20 Ingresos vs meta estudiantes nuevos y continuos⁸⁴



En cuanto al cumplimiento de ingresos, para estudiantes nuevos faltó un 12,54% y para estudiantes continuos faltó 11,07% para cumplir con las metas, para un total de ingresos por matrícula de \$16.136'960.070 para el semestre 2025-1.

Gráfica 21 Valor de becas entregadas vs meta de becas⁸⁵



Para la rectoría Centro Occidente, el presupuesto de becas se sobrepasó, el límite se cruzó por mas del 7,7%. Los Centros Universitarios que excedieron el presupuesto fueron Pasto con el 71.6%, Buga

⁸⁴ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de julio de 2.025.

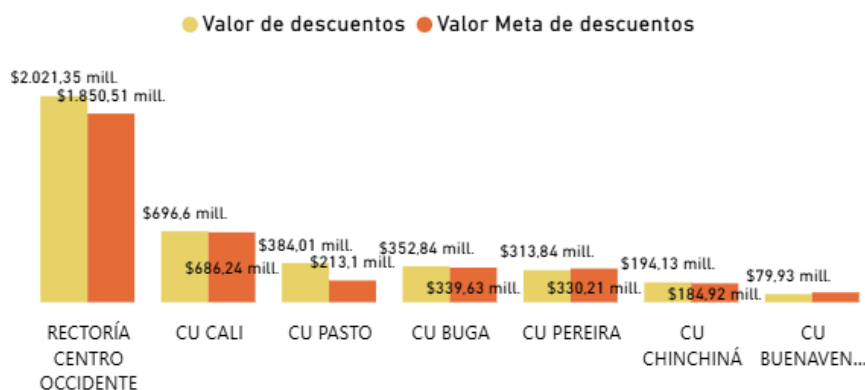
⁸⁵ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de julio de 2.025.

Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

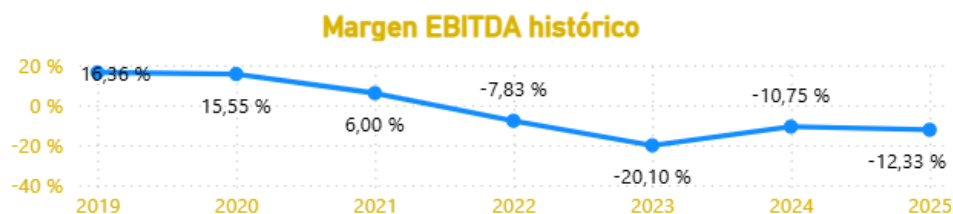
con el 6% y Buenaventura con el 57% aunque es el Centro Universitario con el menor presupuesto. El resto de los Centros universitarios se mantuvo por debajo del límite.

Gráfica 22 Valor otorgado en descuentos vs valor meta de descuentos⁸⁶



Para la rectoría Centro Occidente, el presupuesto de descuentos se sobrepasó, el límite se cruzó por más del 9.3%. Los Centros Universitarios que excedieron el presupuesto fueron Pasto con el 80%, Buga con el 4% y Chinchiná con el 5%. El resto de los Centros universitarios se mantuvo por debajo del límite.

Gráfica 23 Margen EBITDA histórico Rectoría Centro occidente⁸⁷



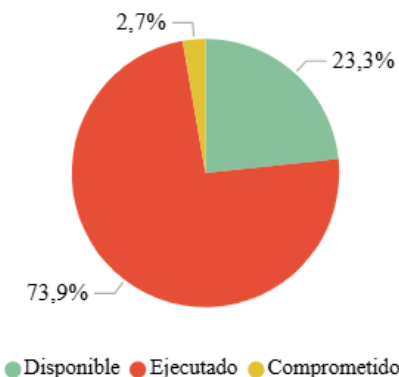
Históricamente, desde el año 2019, la tendencia del margen ebitda a disminuido de 16,36% a -10,75% en 2024 lo que significa una reducción de más del 27,11% en 5 años. Para el primer semestre de 2025 el margen EBITDA está en -12,33% a falta de los ingresos generados en el resto del 2025.

⁸⁶ Consultado en: Tablero centro Occidente en cifras. Fecha de consulta: 15 de julio de 2.025.

⁸⁷ Consultado en: Tablero financiero. Fecha de consulta: 15 de julio de 2.025.

2.8.8.Ejecución presupuestal

Gráfica 24 Ejecución Presupuestal Rectoría Centro Occidente⁸⁸



La ejecución del presupuesto para la rectoría se ha ejecutado en un 73,9% lo que quiere decir que falta poco más del 25% para acabarlo. Hay solo un 2,7% comprometido y 23.3% disponible para gastar.

Tabla 28 Top 5 Rubros más altos de la Rectoría Centro occidente⁸⁹

Cuenta	% participación
Cost dir nomina	50%
Cost ind nomina	20%
Nomina Adm	9%
Ventas Nomina	5%
Publicidad	2%

Los rubros más altos del consumo del presupuesto son los costos de nómina, ocupando el 83% del total del presupuesto representados en costo directo de nómina con un 50%, costo indirecto de nómina con un 20% y nómina administrativa con un 9%.

Tabla 29 Diversificación de ingresos⁹⁰

Cumplimiento de metas por diversificación de ingresos S1

Categoría	Meta	Ejecución	% cumpl.	Meta S2
Alquiler de espacios	\$200.000.000	\$189.671.556	94,84 %	\$200.000.000
Cursos Opcion de grado	\$288.000.000	\$352.338.950	122,34 %	\$288.000.000
Diplomado opción de grado (Cursos libres)*	\$616.553.600	\$694.551.930	112,65 %	\$698.342.400
Educacion Continua	\$250.000.000	\$320.288.089	128,12 %	\$250.000.000
Fundraising	\$133.500.000	\$129.631.595	97,10 %	\$207.750.000
Intersemestrales	\$193.185.000	\$253.733.550	131,34 %	\$0
Otros pecuniarios	\$855.099.935	\$1.115.557.828	130,46 %	\$1.144.120.848
Total	\$2.556.338.535	\$3.055.773.498	119,54 %	\$2.808.213.248

⁸⁸ Consultado en: Tablero Ejecución presupuestal. Fecha de consulta: 15 de julio de 2.025.

⁸⁹ Consultado en: Tablero Ejecución presupuestal. Fecha de consulta: 15 de julio de 2.025.

⁹⁰ Consultado en: Tablero Ejecución presupuestal. Fecha de consulta: 15 de julio de 2.025.

Categoría	% de participación
Otros pecuniarios	37%
Diplomado Opción de grado	23%
Cursos Opción de grado	12%
Educación Continua	10%
Intersemestrales	8%
Alquiler de espacios	6%
Fundraising	4%
Técnicos Laborales	0

En cuanto a la diversificación de ingresos, el top tres de mayores ingresos por diversificación está encabezada por otros pecuniarios con el 37% del total de ingresos por diversificación seguido de los ingresos por diplomados como opción de grado con el 23% y por ultimo cursos como opción de grado con el 12%.

Los cursos de educación continua representaron el 10% del total de los ingresos por diversificación de ingresos, lo que en dinero sería el monto de \$320'288.089.

2.8.9. Gestión de infraestructura física.

UNIMINUTO desarrolla proyectos de diseño, construcción y mantenimiento de sus Centros Universitarios a lo largo del territorio nacional adaptándose a las directrices de la institución, garantizando en cada uno de sus proyectos dar al servicio espacios físicos que cumplan los requerimientos normativos, que garanticen el óptimo funcionamiento y operación de las labores académicas, administrativas, culturales y deportivas. Estado Infraestructura Física.

A 01 de junio de 2025, UNIMINUTO en la Rectoría Centro Occidente cuenta con 209.530 m2 de área total en predios propios y el área total de inmuebles en arriendo y comodato corresponden al 6% y 38% respectivamente del número total de predios.

Tabla 30 Tipo de tenencia y áreas⁹¹

Predios RCO	Propios	Arrendados	Convenio	Comodato	Total
# Predios	9	15	0	2	26
M ² Totales	118.500	12.038	0	78.991	209.530
M ² Construidos	22.433	4.667	0	1.874	28.974

⁹¹ Referencia: Informe de gestión Nacional. Fecha de consulta: 7 de junio de 2025

La Rectoría Centro Occidente cuenta con 9 predios propios que en m² están representados en 118.500m², 15 predios arrendados con 12.038m² y 2 predios en comodato, lo que está representado en 78.991² para un total de 26 predios y 209.530m².

2.8.10. Seguridad y salud en el trabajo

Tabla 31 Nivel de cumplimiento del SST-GA 2025-1⁹²

Gestión	Cumplimiento	Logros
Cumplimiento plan de capacitación SSTGA	64%	Se logró un porcentaje de cumplimiento del 64% correspondiente al plan de capacitación y una cobertura del 79% a nivel de Rectoría. Las capacitaciones se programaron de acuerdo con los controles que debemos implementar para intervenir los diferentes peligros y riesgos identificados en la matriz de IPEVR.
Cierre de condiciones inseguras	60%	Cierre de condiciones inseguras reportadas en CU Cali: 100% Cierre de condiciones inseguras reportadas en el CU Pereira: 20%
Inspecciones	84%	Se lograron realizar las inspecciones de seguridad general para los centros universitarios Cali, Buga, Pereira, Buenaventura y Cartago. Pendiente realizar inspección general de SST-GA en CU Chinchiná.
Riesgo locativo	100%	Se logró un cumplimiento del 100% en las actividades programadas para la prevención del riesgo locativo correspondiente al semestre 2025-1
Tareas de alto Riesgo	N/A	En la RCO no está permitido realizar tareas de alto riesgo
Cumplimiento de pilar ambiental de SSTGA	51%	Se logró gestionar el cumplimiento del mantenimiento de las STAR en los tiempos establecidos por las autoridades ambientales (CVC-CARDER)

2.8.11. Proyectos

Tabla 32 Cantidad de proyectos en ejecución por tipo⁹³

Tipo de proyecto	Cantidad
Investigación	23
Académico	1
Estratégicos	4
Plan de mejora	2
Total	29

En total se están ejecutando 29 proyectos en la Rectoría Centro Occidente de los cuales el 79% son proyectos de investigación y el 10% son estratégicos, el resto de los proyectos están distribuidos en proyectos de los tipos académico y plan de mejora.

Tabla 33 Estado de los proyectos con recursos externos de la Rectoría Centro Occidente⁹⁴

⁹² Referencia: Matriz de Objetivos SST-GA 2025. Fecha de consulta 9 de julio de 2025

⁹³ Referencia: Reporte de gestión de proyectos. Fecha de consulta 23 de julio de 2025

⁹⁴ Referencia: Informe de proyectos. Fecha de consulta 9 de julio de 2025

Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

Centro Universitario	En formulación	Presentados	Aprobados	Ejecución	Terminados
Buenaventura	2	2	1	1	0
Buga	0	0,5	0	0	0
Cali	4	2,5	1	0	0
Chinchiná	0	1,5	0	1	0
Pasto	0	1	0	1	0
Pereira	0	1,5	2	0	0
Por definir	0	0	0	0	0
TOTAL	6	9	3	3	0

Tabla 34 Proyectos financiación externa aprobados 2025⁹⁵

Proyectos financiación externa 2025-1	Financiador	Valor Financiado	Moneda	Saldos Monetarios	Saldos en especie	Estado
Mariposas de amor	Fundación artes y oficios banco de la republica	\$20.000.000	COP	\$5.000.000	0	Aprobado
Curso de Verano	Universidad católica del Norte de Chile	\$70.909.700	COP	\$23.900.000	0	Aprobado
Convivencias Escolares	Hans Drews Arango	\$4.460.000	COP	\$2.500.000	0	Aprobado
SALDOS		\$95.369.700	COP	\$31.400.000	0	

El área de proyectos en lo que va corrido de la vigencia 2025, cuenta con un 70% de avance y cumplimiento en el plan operativo del área, teniendo dentro de las actividades destacadas el alto volumen de presentación de propuestas a financiación externa. El cumplimiento del meta de gestión de recursos en un 116%, la cualificación del equipo en una segunda lengua Ingles y la articulación con diferentes áreas y Rectorías del sistema UNIMINUTO.

La Rectoría Centro Occidente de UNIMINUTO en la vigencia 2025 ha presentado 30 propuestas a convocatorias externas de proyectos, de las cuales 8 fueron presentadas a financiadores internacionales y 22 a Nacionales. Como resultado de la gestión de presentación de proyectos, a la fecha se tienen 5 propuestas aprobadas, 20 a la espera de respuesta y 5 rechazadas. Aportando una tasa de aprobación de proyectos para el 2025 del 24%. Cabe destacar que, dentro de los proyectos en espera de respuesta, se encuentran 2 proyectos en el banco de financiables de MINCIENCIAS en la Convocatoria 42 con Univalle y en la Convocatoria 39 con la Universidad Nacional sede Manizales, que se encuentran en subsanación de requisitos habilitantes ante el OCAD.

⁹⁵ Referencia: Informe de proyectos. Fecha de consulta 9 de julio de 2025

Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

En lo que va corrido del año se han facturado \$218.507764, (doscientos dieciocho por concepto de proyectos, de los cuales el ingreso ha sido reconocido de \$204.907.764. (Doscientos cuatro millones, novecientos siete mil, setecientos sesenta y cuatro pesos MTC).

2.8.12. Medición del plan estratégico

Frente	Sponsor	Mega	Línea Base 2023 2024 1 (Reconfiguración)	Avance 2025 <u>Primer</u> <u>Semestre</u>	% de cumplimiento 2025	Meta de Sistema a 2030 de la <u>RCO</u>
8. Ecología Integral y Sostenibilidad	JUAN DAVID BARRERA MARIN juan.barrera.m@uniminuto.edu	Desarrollar una cultura institucional de Ecología Integral en la RCO hacia estilos de vida sostenibles, en búsqueda de la neutralidad de carbono, mediante la implementación de medidas de reducción y compensación de gases de efecto invernadero (GEI), fortaleciendo el cuidado de la Casa Común a 2030.	0%	0	0%	20%
		Alcanzar por lo menos 20% de EBITDA a nivel de la RCO en el 2030.	0%	0	0%	70%
		Alcanzar por lo menos el 11% de Ingresos brutos de UNIMINUTO, provenientes de fuentes diferentes a matrícula, (Proyectos, educación continua, donaciones, usufructo de infraestructura física) en la RCO a 2030	3%	6%	100%	11%

2.9. Medición de los frentes estratégicos 2024-2025

Tabla 35 Cumplimiento del plan estratégico por frente Rectoría

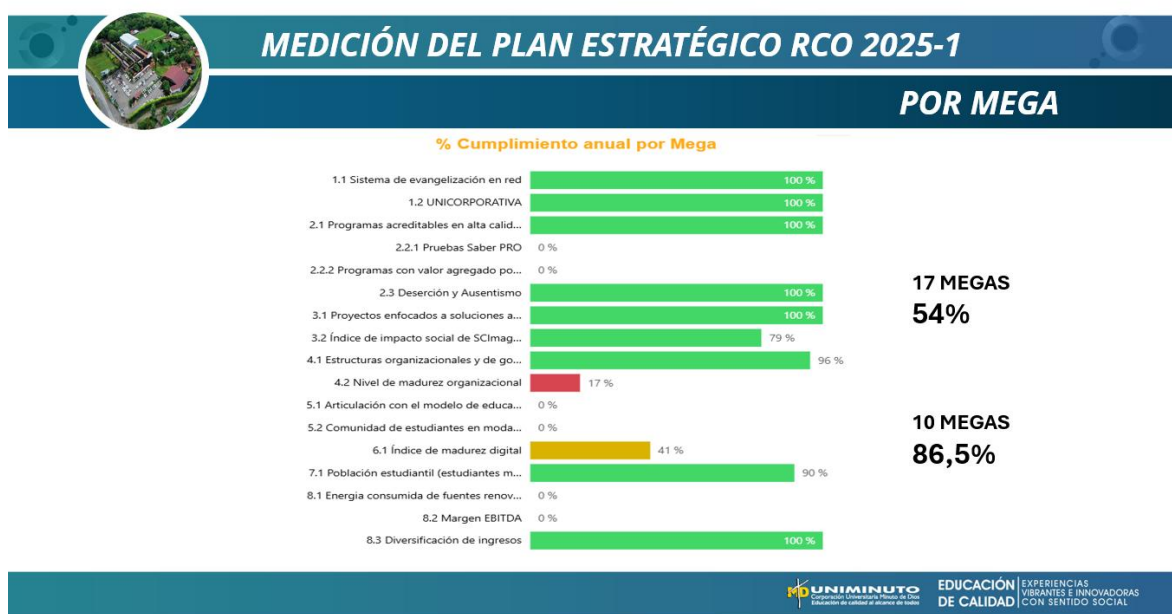
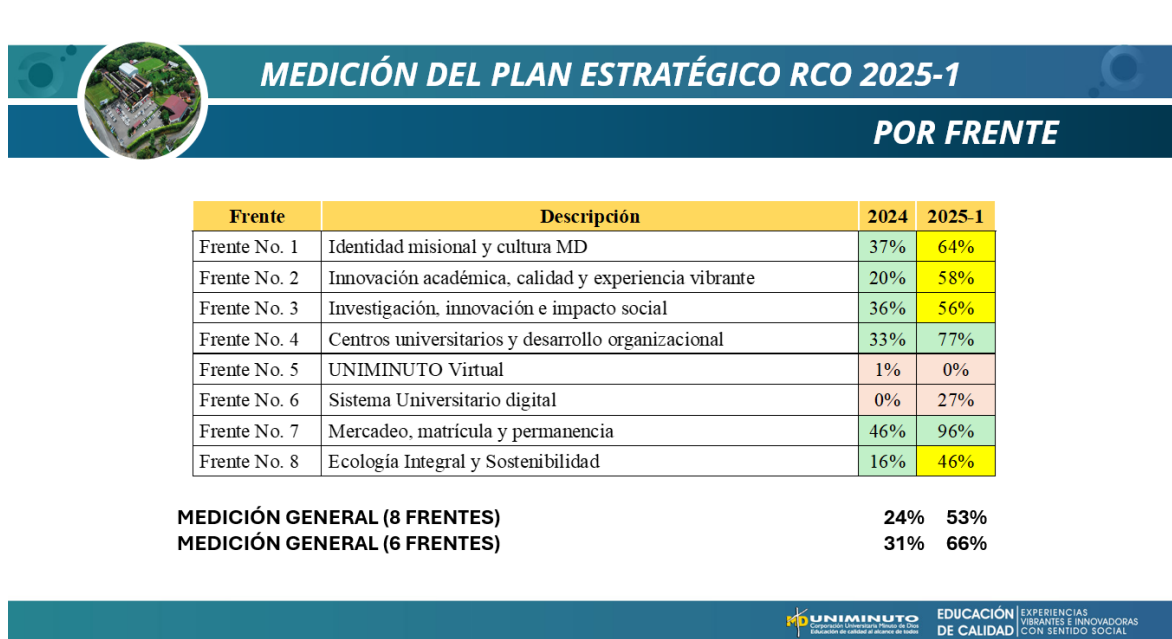


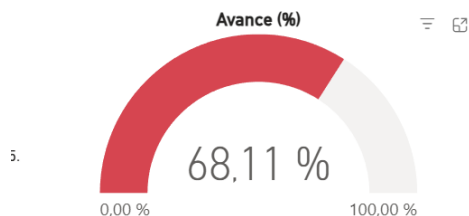
Tabla 36 Cumplimiento del plan estratégico por Centro Universitario

CENTRO UNIVERSITARIO CALI POR MEGAS

Megas RCO
12

Cumplimiento
70,9 % !
(-29.11 %)

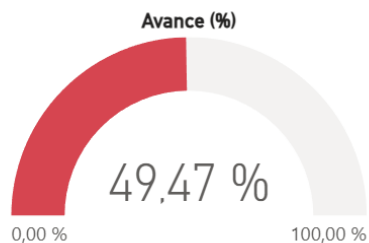
POR ACCIONES



CENTRO UNIVERSITARIO PASTO POR MEGAS

Megas RCO
12

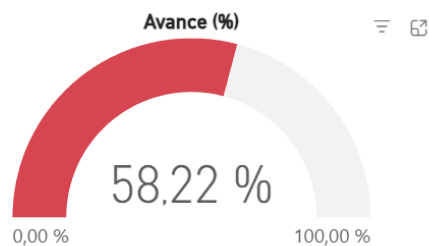
Cumplimiento
70,6 % !
(-29.4 %)



CENTRO UNIVERSITARIO BUGA POR MEGAS

Megas RCO
12

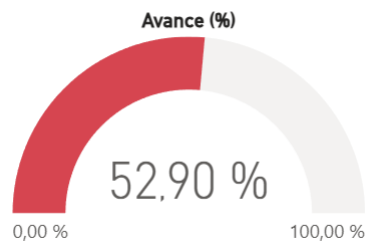
Cumplimiento
68,9 % !
(-31.07 %)



CENTRO UNIVERSITARIO PEREIRA POR MEGA

Megas RCO
12

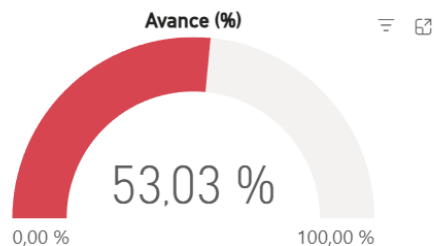
Cumplimiento
60,7 % !
(-39,35 %)



CENTRO UNIVERSITARIO CHINCHINÁ POR MEGAS

Megas RCO
12

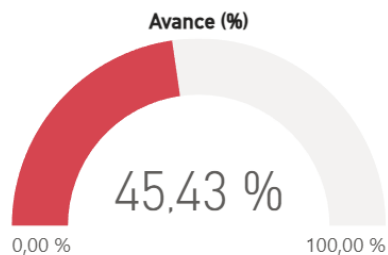
Cumplimiento
57,7 % !
(-42,3 %)



CENTRO UNIVERSITARIO BUENAVENTURA POR MEGAS

Megas RCO
12

Cumplimiento
56,5 % !
(-43,45 %)



Acorde a la jornada de seguimiento que se desarrolló en el mes de agosto de 2025 para la Rectoría Centro Occidente para el plan estratégico de Rectoría, cada frente en cabeza de su Sponsor tuvo la oportunidad de dar a conocer los avances más representativos del frente, los aspectos a mejorar del frente, y también lo que sigue en la ruta de materializar el plan estratégico de la Rectoría en realidad y bajarlo a los Centros Universitarios. A continuación, se dejan los resultados más representativos de cada estrategia denominada Frente.

FRENTE 1.

Principales conclusiones de este frente:

1. Se consolidan resultados importantes en todos los campos de este frente sobre todo en lo relacionado en capacitación y participación, pero los indicadores se deben seguir mejorando.
2. UNICORPORATIVA debe seguir mejorando la capacitación en temas de identidad misional, y entregar línea nacional para los logros que allí se requieren.
3. Se deben mejorar aspectos como la participación de la batería psicosocial la cual quedo en el 67% con 311 colaboradores.
4. Se continúa trabajando en mejorar la participación de las actividades para buscar que los índices suban.
5. También se menciona la importancia de seguir liderando los grupos de identidad misional ya que los grupos de juventud misionera Eudista es un compromiso a nivel de Comunidad no solamente para UNIMINUTO.

FRENTE 2

Principales conclusiones de este frente:

1. Se priorizaron 80 millones para la implementación de los laboratorios (espacios de aprendizaje especializados)
2. La mayor victoria temprana en este frente es el inicio de la ruta de acreditación por primera vez en la Rectoría para dos Centros Universitarios (Buga y Cali)
3. Otro de los grandes resultados son los niveles de deserción y ausentismo ya que la Rectoría Centro Occidente es referente.
4. Se logra evidenciar como la Rectoría está avanzando en su sueño de ser una Sede enfocada a posgrados y en modalidad distancia; consolidando 378 estudiantes en este nivel.
5. Se está materializando la ruta de Saber Pro para este segundo semestre.

FRENTE 3

Principales conclusiones de este frente:

1. El 98% de las publicaciones fueron en editoriales externas y de acceso abierto
2. 3 publicaciones reportadas fueron con apoyo internacional
3. El 4% de los estudiantes de la RCO participan en actividades extracurriculares
4. Se logran agendas Regionales para el 100% de los Centros Universitarios

5. 12 proyectos sociales, hoy tienen impacto en las agendas regionales representando el 48% del total de los proyectos de la Rectoría que asciende a 25
6. Se llevan acumulados 40 estudiantes en inmersiones sociales a la fecha se cumple con el 38% será un indicador con sobre ejecución
7. Se destaca el relacionamiento empresarial que desde el frente se ha logrado y que se ha puesto a disposición de otros frentes como el frente de mercadeo.

FRENTE 4

Principales conclusiones de este frente:

1. Las estructuras de los CU, aunque ya fueron implementadas, se considera que aún pueden existir mejoras en las mismas, para que se revise la realidad del servicio y donde los ajustes a las estructuras no se hagan solamente sobre las ratios.
2. Actualmente todos los Centros Universitarios tiene excedentes operacionales a excepción de Buenaventura y la Rectoría está a punto de lograrlo.
3. Las alianzas han sido claves en el primer semestre del 2025-1 precisamente para la búsqueda de diversificación de ingresos.
4. La mutualización hoy es evidente y real en CU Pereira a través de la presencia de CMID en este campus.
5. Se deja nuevamente la prioridad del cambio de la cadena de valor (Se alzo la mano a nivel nacional)
6. La Rectoría debe seguir siendo un referente en diversificación de ingresos sobre todo en croufouding, educacion continua y otros con una sobre ejecución del 120% de la meta.
7. El proceso de autoevaluación no logró su cronograma en atención al atraso en la entrega de la información por parte de servicios corporativos.
8. Dentro de las réplicas se menciona por parte de uno de los Sponsor se manifiesta que se requiere lineamientos para temas de mutualización para lograr mayores sinergias por parte del sponsor nacional.

FRENTE 5

Principales conclusiones de este frente:

1. Se logran 12 estudiantes de la Rectoría virtual a la diversificación de ingresos de la Rectoría, por un valor de \$11.739.000

FRENTE 6

Principales conclusiones de este frente:

1. Es necesario recibir lineamiento nacional para las estrategias de medición de madurez.
2. Se desarrollo una encuesta a nivel de Rectoría sobre los ambientes de aprendizaje digitales. Se requieren las herramientas que el sponsor nacional debería suministrar en diciembre de 2024.
3. Se logró una alianza con SENATIC, en los que la Rectoría ha podido avanzar
4. Actualmente han logrado certificaciones digitales un total de 1.852 estudiantes

5. Actualmente han logrado certificaciones digitales un total de 71 egresados
6. Actualmente han logrado entregar un total de 1267 insignias digitales
7. 117 docentes de la RCO han sido capacitados en la nueva cultura maker y digital.
8. Los estudiantes han logrado tener 1153 interacciones con **LEO** y 1297 interacciones con **MIA**
9. Actualmente la Rectoría Centro Occidente utiliza en promedio 117 ambientes de aprendizaje de los 155 reconocidos llegando al 75% de los mismos.

FRENTE 7:

Principales conclusiones de este frente:

1. La tasa de conversión es un gran logro para este frente ya que paso del 60% al 70% y estamos a 5 puntos de la meta a 2030
2. Se logró implementar planes estratégicos de mercadeo por CU y con detalle y seguimiento por promotor.
3. Los niveles de deserción 9.09% y ausentismo 11.26% siendo referentes a nivel nacional
4. Se cumplió con la meta de educacion continua y se sobre ejecutó y nos hemos convertido en referentes.

FRENTE 8

Principales conclusiones de este frente:

1. La consolidación de un ebitda de -1 es el mejor resultado que ha tenido la Rectoría tanto reconfigurada como de manera independiente en los últimos 3 años.
2. Se cuenta con el power BI a nivel nacional para mayor control de ingresos, costos y gastos a nivel de Centros y de Rectoría.
3. El 25% de nuestros estudiantes actualmente cuentan con un crédito por parte de la Cooperativa, este resultado debe seguir mejorando.
4. Se requiere que el 2025-2 sea un semestre que dé prioridad al comportamiento y el porcentaje de los costos y gastos
5. Se requieren lineamientos claros para el mega 8.1 frente a los temas de ecología integral.



Reconocimientos y Logros

Rectoría Centro occidente
UNIMINUTO 2025-1

Reconocimientos y logros

Dentro de los grandes resultados para la rectoría, Centro Occidente, en la vigencia 20251, mostramos los 28 resultados más relevantes, estos resultados se han asociado al o los frentes que le aportan y se consideran las victorias tempranas más importantes de la Rectoría para este periodo. Al final de cada resultado estará la letra F referenciando el Frente y el número o los números de los frentes a los que se asocian dichos resultados.

DESDE LOS DATOS DE POBLACIÓN

1. La rectoría logra 344 estudiantes nuevos adicionales al período anterior, pasando de 1.127 a 1.471, logrando un incremento del 31% en estudiantes nuevos. **(F7, F8, F5)**
2. La Rectoría Centro Occidente actualmente tiene 8134 estudiantes, de los cuales el 95% pertenecen a la modalidad pregrado y el 5% a la modalidad de posgrado, presentando un incremento de un punto porcentual en los estudiantes de posgrado, los cuales pasaron de 4% al 5%. **(F2, F6, F5, F7, F8)**
3. La presencia en los municipios de la región de los departamentos de Nariño, Valle del Cauca, Risaralda y Caldas hoy asciende al 82% del total de los municipios. **(F1, F2, F6, F5, F7, F8)**
4. Actualmente la tasa de graduación efectiva de la Rectoría Centro Occidente es el 50.2%, encontrándose por encima de la media nacional, la cual está llegando al 49%. **(F2, F3, F4)**
5. Hoy la rectoría Centro Occidente, cuenta con 20.548 egresados o títulos entregados acumulados a corte 2025-1. **(F2, F3, F4)**
6. La Rectoría Centro Occidente en la modalidad presencial en la rectoría, viene teniendo un crecimiento y hoy llega a 1.743 estudiantes, lo cual representa un 21% del total de los estudiantes. **(F2, F6, F5, F7, F8)**

DESDE LO FINANCIERO

7. La Rectoría Centro Occidente tuvo un crecimiento del 221% versus el semestre anterior, frente a la diversificación de ingresos, logrando un total de \$3.055.773.498, superando la meta y dejándola en una ejecución del 120%. **(F2, F3, F4, F7, F8)**
8. La Rectoría Centro Occidente está a menos del 1% de lograr el margen EBITDA y la sostenibilidad financiera, lo cual se convierte en el logro más importante para esta vigencia. **(F4, F7, F8)**
9. La Rectoría Centro Occidente logra bajar el costo del 85% para el período anterior al 75%, e inicia buscar la curva de mayor descenso para lograr los niveles o porcentajes requeridos por la institución. **(F4, F8)**
10. La Rectoría Centro Occidente en el gasto es mucho más eficiente que para la vigencia 2024-2, bajando el gasto del del 30% al 25%. **(F4, F8)**
11. Para el período de 2.025-1 la Rectoría Centro Occidente entregó 1.016 títulos universitarios, de los cuales 153 de ellos son de estudiantes de pregrado que decidieron hacer su posgrado con nosotros, su alma mater y hoy son graduados adicionales de pregrado y de posgrado. **(F2, F3, F4, F7, F8)**

12. El porcentaje de la diversificación de los ingresos hoy en la rectoría Centro Occidente mejoró 10 puntos porcentuales, pasando del 6% al 16% y la meta que se espera a nivel a 2.030 es que sea el 11%, convirtiendo la Rectoría Centro Occidente en un referente. **(F2, F3, F4, F7, F8)**

DESDE LO COMERCIAL

13. Sin duda alguna, otro de los grandes objetivos de la Rectoría Centro Occidente es la mejora en 10 puntos porcentuales de la tasa de absorción, pasando del 60% en 2024-2 al 70% en 2025-1. **(F5, F7, F8)**
14. El 30% de los estudiantes de la Rectoría Centro Occidente son estudiantes del Sena. **(F1, F2, F3, F4, F7, F8)**
15. Hoy el 15% de nuestros estudiantes financian su matrícula a través de nuestra cooperativa. **(F7, F8)**
16. Hoy la rectoría Centro Occidente ha diversificado sus ingresos con la puesta de 11 estudiantes en diferentes programas en la Rectoría virtual. **(F5, F7, F8)**

DESDE LA VIDA UNIVERSITARIA

17. La Rectoría Centro Occidente inicia por primera vez la ruta de acreditación de 2 programas en los centros universitarios de Buga y de Cali. **(F2, F3, F4)**
18. La Rectoría Centro Occidente le sigue apostando a la deserción, debido a que mejoró con respecto a 2024-2, pasando de 9,52% al 8,87%. **(F2, F4, F7, F8)**
19. La Rectoría Centro Occidente, buscando estar alineado con la meta de la deserción mejora también el ausentismo disminuyéndolo de 12,14% en 2024-2 a 10,20% en 2025-1. **(F2, F4, F7, F8)**
20. La Rectoría Centro Occidente logró tener 8.485 estudiantes matriculados en cursos nacionales logrando un incremento del 20% adicional a los estudiantes de 2024-2. **(F2, F3, F6)**
21. La Rectoría centro Occidente consolida unos interesantes resultados en lo que se refiere a movilidades internacionales, donde la movilidad presencial e internacional de estudiantes entrante y saliente asciende a 73 beneficiarios, la movilidad presencial nacional de estudiantes entrantes y salientes llega a 1.511 beneficiarios con una ejecución del 125%. **(F2, F3, F4)**
22. La movilidad presencial saliente de colaboradores a nivel internacional es de 143 beneficiarios y la movilidad presencial entrante de colaboradores a nivel internacional es de 107 colaboradores. **(F2, F3, F4)**
23. Hoy la Rectoría Centro Occidente cuenta con 6 grupos clasificados de investigación. **(F2, F3, F4)**

DESDE LOS DATOS DE CONTROL

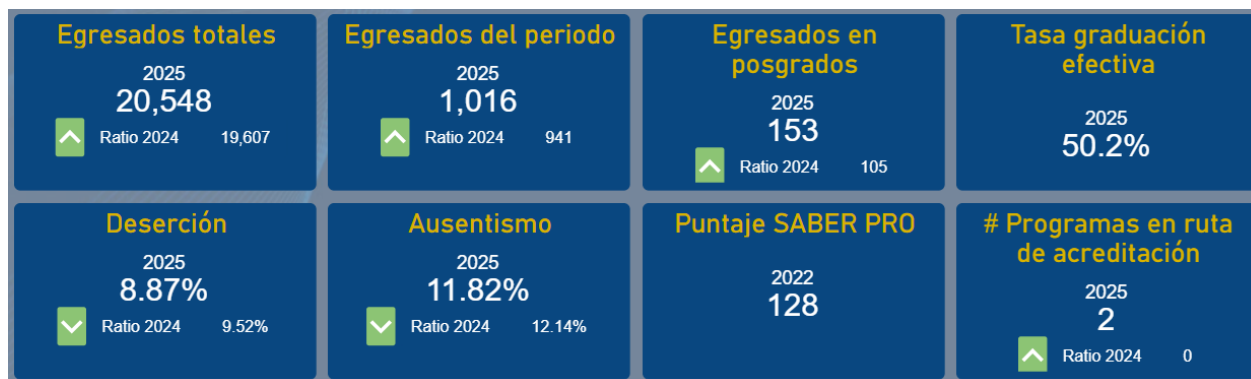
24. La Rectoría Centro Occidente hoy cuenta con una ratio de estudiante administrativo de 57, superando la media nacional que se encuentra en 55. **(F1, F2, F4)**
25. La Rectoría Centro Occidente para el periodo 2025-1 recibe estudiantes en 57 programas de formación de pregrado y de posgrado. De estos 57 programas; 23 son registros nuevos que hoy nos dejan 600 estudiantes, gracias a la llegada oportuna y eficiente del decreto 529, el cual ha sido una oportunidad para llegar a territorio, empezar la estrategia de aumentar estudiantes y buscar la sostenibilidad financiera. **(F1, F2, F4, F8, F7)**
26. La rectoría centro Occidente logra un cumplimiento del 87% en ingresos de estudiantes nuevos y un 89% en ingresos continuos para un total de cumplimiento de la Rectoría del 89%. **(F7, F8)**
27. La Rectoría Centro Occidente para el periodo 2025 cuenta con 145 colaboradores de la parte administrativa y con 382 profesores en la parte académica. **(F1, F2, F4)**
28. La Rectoría Centro Occidente recibió 590 PQRS en la vigencia de 2025-1 **(F1, F2, F4)**

Tablero De Mando Rectoría Centro Occidente

Figura 10 Indicadores de población



Figura 11 Indicadores de vida universitaria



Informe De Gestión

Rectoría Centro occidente / 2025-1

Figura 12 Indicadores de control

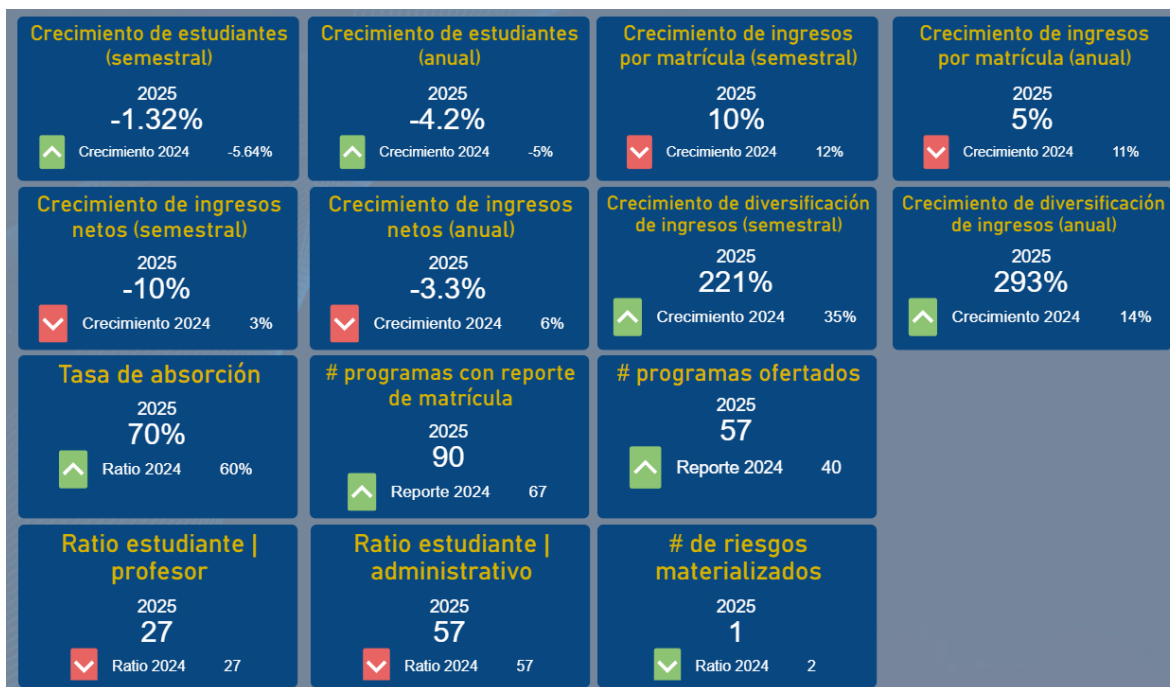


Figura 13 Indicadores financieros





UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

Informe De Gestión
Rectoría Centro occidente / 2025-1