

AREANDINA

Fundación Universitaria del Área Andina



INFORME

Vicerrectoría de Crecimiento y Desarrollo

cohorte a junio 2018-1

1

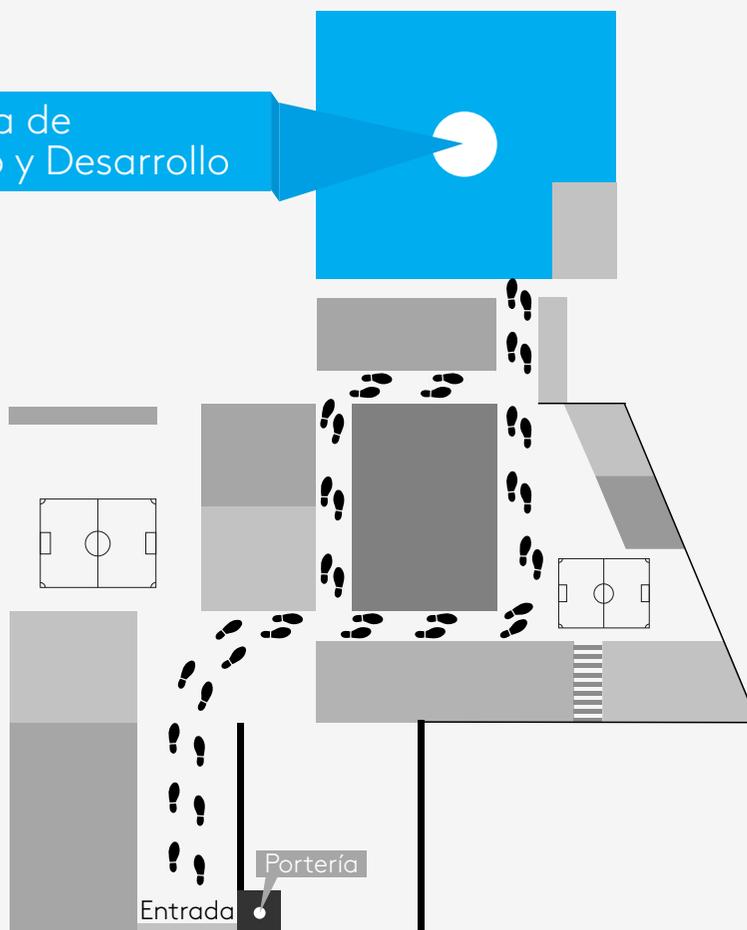
¿En dónde estamos UBICADOS?

La Vicerrectoría de Crecimiento y Desarrollo, está ubicada en la sede U.

Dirección: **calle 70 No. 12-39/55**



Vicerrectoría de
Crecimiento y Desarrollo



2

¿Qué hacemos en la Vicerrectoría de **CRECIMIENTO Y DESARROLLO?**

La Vicerrectoría de Crecimiento y Desarrollo, visibiliza las expectativas y ambiciones que tiene Areandina a partir del crecimiento actual y de los próximos 5 años.

La Vicerrectoría se caracteriza por tener un equipo extraordinario, que desafía día tras día a partir de la creatividad lo que se encuentra establecido, dejando de lado el miedo al riesgo y enfocándose en los resultados de crecimiento y desarrollo institucional a partir de estrategias para cumplir con los resultados esperados.

Nos medimos con números, enfocándonos en la excelencia y la calidad, buscando ser un referente Institucional, en Colombia y en la Red Ilumino.

“I believe in a future where the point of education is not to prepare you for another useless job, but for a life well lived”

Rutger Bregman
Journalist and Author

3

¿Quiénes hacen parte de nuestra VICERRECTORÍA?



4

Nuestra generación de CIFRAS EN MATRICULADOS

a partir de la Dirección Nacional Comercial

La Vicerrectoría de Crecimiento y Desarrollo a cierre de primer semestre de 2018 logró una matrícula de **7.768** nuevos estudiantes en los diferentes estrategias metodológicas, que corresponden a un cumplimiento del **94%** frente al presupuesto proyectado y un crecimiento del **3%** frente al mismo periodo durante el 2017.

Las líneas de matrículas con mejor desempeño fueron posgrado presencial y virtual con un cumplimiento del **116%** y **119%** frente al presupuesto aportado de **1978** estudiantes nuevos al resultado total.

Frente al mismo periodo del año anterior todas las líneas, a excepción de pregrado presencial, presentan un notable crecimiento; en este último caso en línea con el mercado nacional.

ESTRATEGÍAS	MAT 2017.1	MAT 2018.1	Crecimiento Vs 2017-1
Pregrado presencial	4.620	4.155	-10%
Pregrado virtual	1.263	1.635	+29%
Posgrado presencial	353	396	+12%
Posgrado virtual	1.258	1.582	+26%
TOTAL	7.494	7.768	+4%

Los resultados de este primer periodo se apalancaron en drivers como el denominado **plan referidos, curso de inglés para estudiantes SENA, estrategias de descuentos** acorde a la temporalidad y en una variación para mantener dinámico el mercadeo y la oferta de créditos directos, estrategias que generaron en total 936 nuevos matriculados.

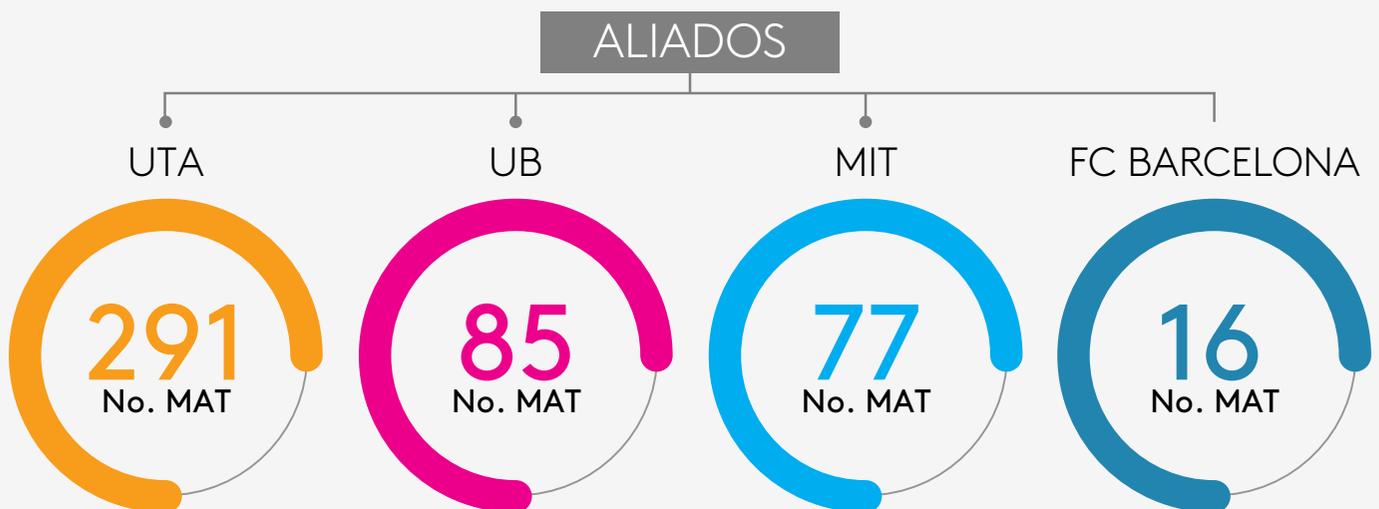


PROGRAMAS INTERNACIONALES

Para el año 2018 contamos con 6 importantes alianzas en las cuales Areandina comercializó 5, mediante un portafolio de 28 programas académicos.

Estos programas internacionales para el año 2018, establecieron una meta presupuesto de **1.294** nuevos matriculados, de los cuales en el primer semestre se lograron **521**, lo que representa un cumplimiento del **94%** frente a la meta planteada de **555** a cohorte de junio del año en vigencia.

El desempeño se vio apalancado por los diferentes aliados que obtuvieron los siguientes resultados:



Es importante destacar que el principal canal de comercialización de los programas fue la venta interna, aunque se vienen explorando estrategias adicionales como el canal abierto y el B2B, para el cual, se establecieron descuentos especiales y becas.

La Vicerrectoría de Crecimiento y Desarrollo comprometida con las metas institucionales, trabaja día tras día en la planificación y ejecución de planes que hagan efectivo el crecimiento de Areandina.

5

Dirección nacional SEGE

En SEGE acumulamos para la Fundación Universitaria del Área Andina ingresos a junio 2018 por valor de **4.328 millones de pesos** a cierre de 2018-1.

Adicional al valor anterior, mediante un proceso licitatorio de la Alcaldía Mayor de Bogotá, nos fue adjudicado un contrato por **1.160** millones de pesos, para la atención de la población en situación de violencia intrafamiliar.

Meta junio nacional	\$ 2.945.000.000
Cumplimiento junio	\$ 3.597.415.759
% Cumplimiento a junio	122%

6

Dirección nacional de EDUCACIÓN CONTINUADA

A partir de una gestión rigurosa de la dirección de educación continuada relacionamos los resultados a cierre de junio.

RESULTADOS A 30 DE JUNIO CON RESPECTO A LA META DE JUNIO POR SEDE

SEDE	Meta a junio	Resultado junio	% Cumplimiento
Bogotá	\$ 3.020.397.917	\$ 3.816.280.145	126%
Pereira	\$ 742.530.466	\$ 1.264.269.922	170%
Valledupar	\$ 281.939.664	\$ 235.967.232	84%
	\$ 4.044.868.047	\$ 5.316.517.299	127%

Para el mes de junio, el total de la gestión evidencia un cumplimiento del **127 %** sobre la meta total del primer semestre con **\$ 5.316.517.299**.

Dirección nacional de PRODUCTO

En la Dirección Nacional de Producto, durante el primer semestre de 2018 se ha trabajado en varios estudios de mercado, los cuales miden la pertinencia de **21** programas nuevos, **8** de ellos que se presentarán en el mes de septiembre al Ministerio de Educación Nacional y los **13** restantes deberán estar listos en el mes de diciembre para entregarlos en el año 2019; toda la gestión de desarrollo de programas se ha venido realizando en conjunto con la Dirección Nacional de Acreditación y Aseguramiento de la Calidad.

A cierre de junio, se realizaron diferentes capacitaciones a los asesores comerciales de CASA (los cuales contestan las llamadas o llaman a los aspirantes interesados en estudiar en Areandina).

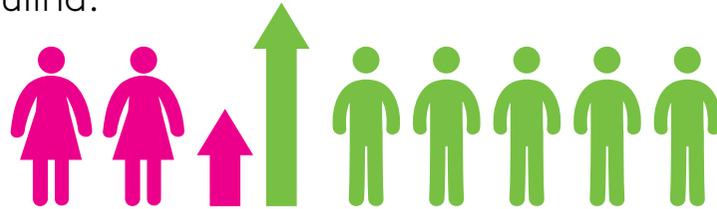
Durante el primer semestre se desarrolló la caracterización de nuestros estudiantes que ingresaron en el **2018.1**, estudio que permite conocer a los estudiantes para generar diferentes estrategias en los programas que ofrece la institución.





HALLAZGOS DE LA CARACTERIZACIÓN 2018 – 1

- De acuerdo con la caracterización de los estudiantes nuevos de pregrado presencial, evidenciamos como año tras año aumenta la población masculina.



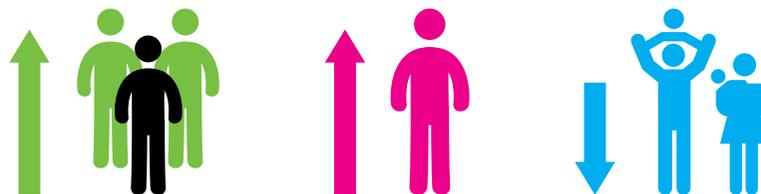
- En cuanto al reporte de estratificación la mayoría pertenece a estrato 2 y 3 con un nivel socioeconómico medio y bajo.



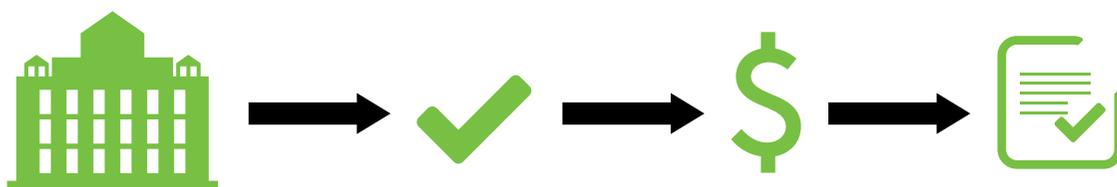
- La población más joven es la de **Valledupar**, en las otras ciudades la mayoría tienen entre:



- El **91%** de la población son solteros y viven en familia, sin embargo, este año se evidencia que aumentan los estudiantes que viven solos y disminuye la población que reporta tener hijos.



- A la hora de elegir universidad lo hacen principalmente por la **calidad académica**, precios o facilidades de pago y por los descuentos o convenios financieros y a la hora de elegir el programa lo hacen principalmente por el plan de estudios, enfoque y posibilidad de homologación.



8

Dirección nacional de ASUNTOS INSTITUCIONALES

La Dirección Nacional de Asuntos Institucionales es una de las áreas estratégicas que brinda soporte a todas las dependencias de la Vicerrectoría de Crecimiento y Desarrollo, así como en otras áreas de Areandina tanto administrativas como académicas, en posicionamiento estratégico y reconocimiento interno y externo.

Esta dirección se encarga principalmente de visibilizar la gestión institucional con metas de free press a nivel externo e interno brindando soporte en materia de comunicaciones y protocolo.



META EN FREE PRESS ANUAL 2018-1

(Presencia en medios de comunicación nacional)

Resultados

MES	Nacional	Valledupar	Pereira	Meta 2018	Total Valor Logrado
Enero	296.002.577	386.266.788	24.123.615	730.795.887	706.392.977
Febrero	942.641.154	202.102.861	310.383.595	730.795.887	1.455.127.610
Marzo	964.195.800	87.280.740	413.205.741	438.477.532	1.464.682.281
Abril	486.098.827	86.614.552	740.006.814	1.023.114.242	1.312.720.193
Mayo	1.189.385.131	442.676.865	417.338.873	2.046.228.484	2.049.400.869
Junio	561.850.259	295.764.927	420.125.649	1.315.432.597	1.277.740.835
TOTAL	\$ 4.440.173.748	\$ 1.500.706.733	\$ 2.325.184.287	\$ 6.284.844.629	\$ 8.266.064.765

Meta: \$ 14.615.917.744
Cumplimiento: \$ 8.266.064.765



CASOS DE ÉXITO:



Candidatos en Areandina



Colombiamoda

Programas que aportaron diferentes temáticas para los medios de comunicación:

Programa - Global	Cantidad de Notas
Institucional	300
Alianza	44
Diseño Gráfico	43
Entrenamiento Deportivo	39
CSU	31
Educación	31
Medicina	31
Psicología	26
Gastronomía	23
Comunicaciones	20

- Campañas generadas por comunicaciones internas: **64.**
- Piezas diseñadas: **1483.**
- Campañas de comunicaciones exitosas.
 - Feria del libro
 - Plan Estratégico de Desarrollo
- Número de eventos organizados por el área a nivel nacional: **264.**

Dirección nacional de MERCADEREO

En 2018, la Dirección Nacional de Mercadeo y su equipo de trabajo, han hecho grandes apuestas para llegar a las metas de matriculados y orientarse al posicionamiento de marca a nivel nacional.

Una de las estrategias aplicadas ha sido la nivelación en la adquisición de leads digitales y ATL, para hacer una mejor conversión optimizando la gestión.

Estos resultados fueron posibles gracias al trabajo integrado con la academia, quienes en conjunto apoyaron las ideas y acciones del equipo de mercadeo.

Durante el 2018-1 se han traído **102,683 leads** logrando un **99.3%** de la meta total, se ha tenido presencia en más de **42 medios** de publicidad masiva, se ha llegado a 5 millones de personas, usuarios, transeúntes, televidentes, oyentes y referidos; el Aula Móvil ha llegado a más de **20 ciudades** y municipios a lo largo y ancho del país llevando la oferta virtual de nuestros programas.

En el primer semestre de 2018, Areandina firmó la gran **alianza con Millonarios FC**, acercándonos a más de 3.000 niños en las canchas académicas del club, teniendo más de **382 millones** de pesos en ROI desde su lanzamiento (más del 60% del valor total de la inversión).

Adicionalmente, Areandina fue reconocida con el **2do lugar** en la mejor campaña digital en Educación en los premios LATAM Digital, premios otorgados a lo mejor de América Latina en gestión digital auditado por Interlat y Hootsuite. La campaña premiada fue **"Areandina, 34 años educando a Colombia"**



34 AÑOS
EDUCANDO A COLOMBIA



GESTIÓN DE MARCA

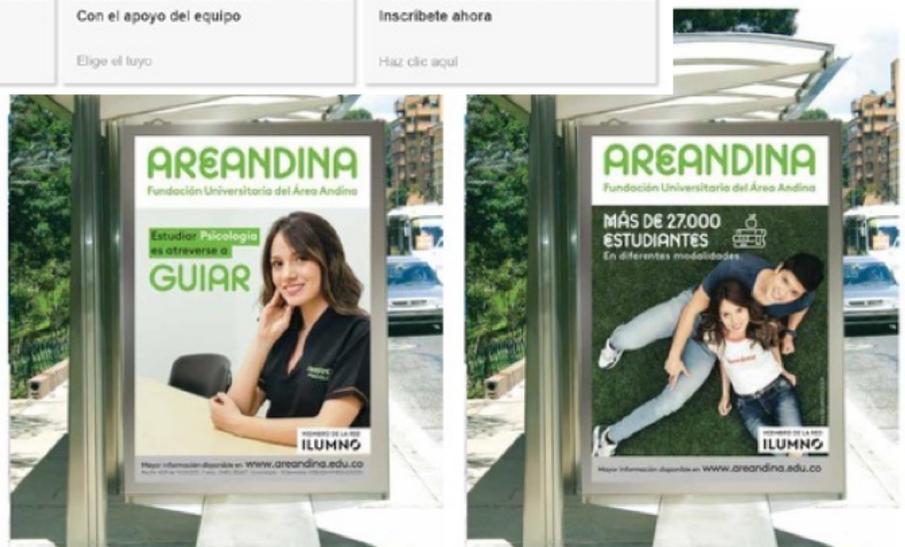
Seguimos trabajando para la consolidación de la marca Areandina a nivel nacional, aumentando 1 y 2 posiciones en el RAC nacional y en TOM en la región del Cesar y Risaralda. Así mismo seguimos consolidando nuestra campaña de amor a la marca interno a través de **#SoyAreandino**.



CONCEPTO DE CAMPAÑA

En 2018 seguimos impulsando el **“atrévete”** donde nos alejamos de los sueños para hacerlos realidad. En diciembre de 2017 lanzamos la campaña nacional con énfasis a la virtualidad de **34 años educando a colombia a través de neustros 34 CSU**.

Durante mayo, junio y Julio tuvimos un giro de campaña con **“Areandina es tu cancha”** lanzando la campaña con énfasis en virtualidad a nivel nacional en lenguaje mundialista.



INFORME

Vicerrectoría de Crecimiento y Desarrollo
cohorte a junio 2018-1