



**PLAN ESTRATÉGICO DE LA
UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
VISIÓN 2014**

**Revisión 1. Septiembre 2010
Informe a la Comunidad**

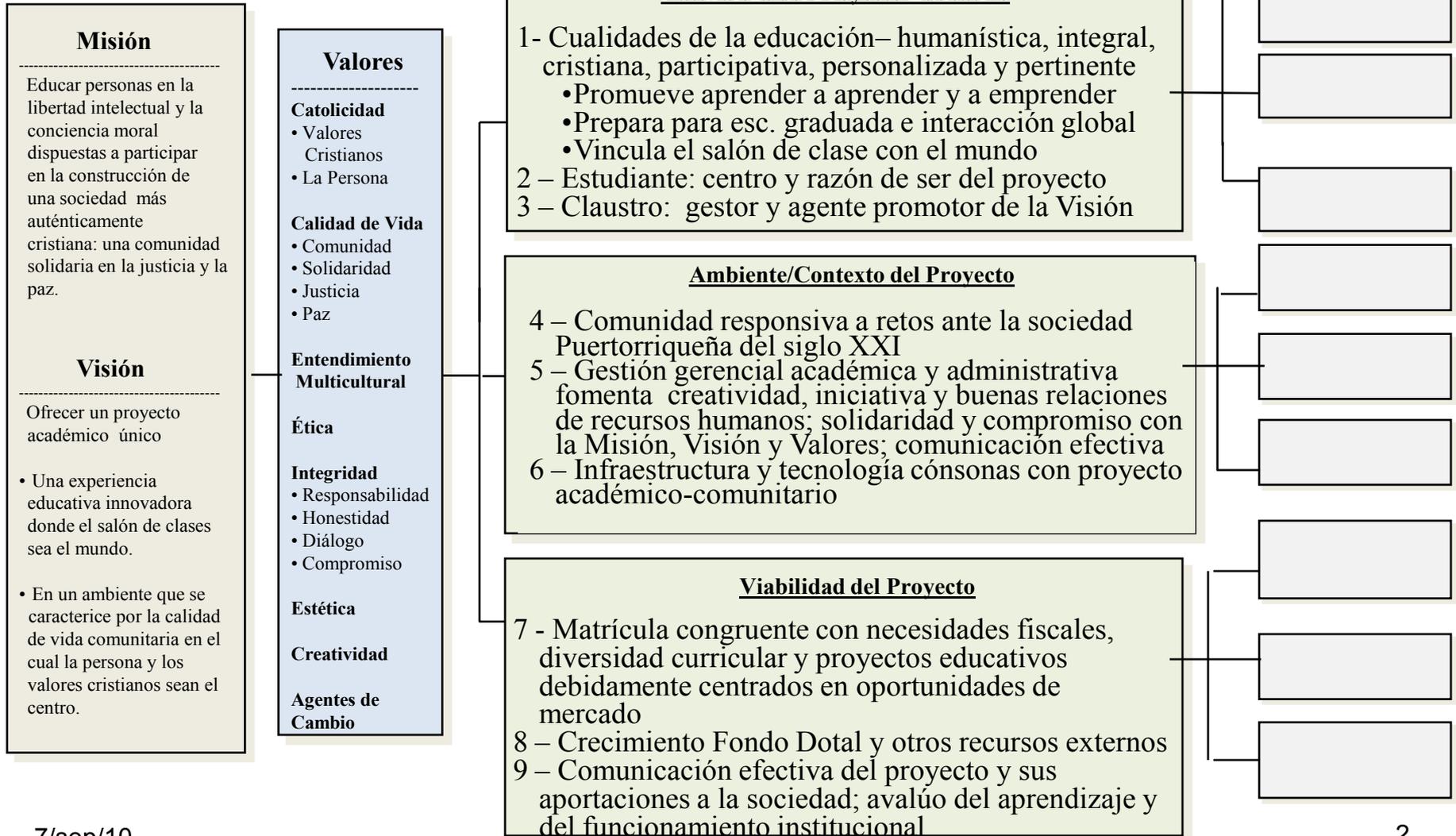
**José Jaime Rivera, Ph.D.
Presidente
8 de septiembre de 2010**

Universidad del Sagrado Corazón

Visión 2014

Marco Estratégico

Dimensiones Estratégicas



Estrategias / Acciones VISION 2014 Rev. 7/sep./2010

Naturaleza del Proyecto Educativo

1.1 **Aprendizaje mediante el servicio**
1.2 **Lenguas a través de las disciplinas**
1.3 Investigación subgr. **PICIC**; est.grad
1.4 **Educación apoyada por la Web**
1.5 Salones de encuentro profesional
1.6 Ética a través de las disciplinas
1.7 Intercambio y multiculturalidad
1.8 Capacidad de gestión
1.9 Cultura visual

2.1 “Vivir en Sagrado”
2.2 Centro Fortalecimiento Laboral
2.3 Centro Asistencia Integrada [ASI]
2.4 Org. Estudiantiles
2.5 **Internacionalización**
2.6 Plan de **Retención**

3.1 **Plan Desarrollo Claustal.**
3.2 Docencia multimétodos
3.3 Combinación t/c : t/p
3.4 Perfil disciplinario fac. t/c
3.5 Tareas/perfil docente

Ambiente/Contexto del Proyecto

4.1 **Revisión/Innovación curricular**
4.2 Alianzas para iniciativas de cambio eco-social
4.3 Presencia de USC en PR +

5.1 Reorganización admin.
5.2 **Proyecto “Vive una Experiencia Única”**
5.3 Gerencia de desempeño
5.4 **Condiciones de trabajo**
5.5 Comunicación interna

6.1 Capilla/columbario
6.2 Barat-COMU
6.3 **Teatro, elevador, piso+**
6.4 Infraestructura tecnológica

Viabilidad del Proyecto

7.1 Plan **reclutamiento** PR y EU
7.2 Proyectos doble titulación
7.2 Política de “precios”
7.3 Estructura mercadeo/reclutamiento
7.4 Plan **retención/graduación/empleo**

8.1 Mayor **Propuestismo**
8.2 **Campaña capital**
8.3 Alianzas estratégicas corporativas y comunitarias

9.1 Uso de nuevas tecnologías para visibilidad y “branding”
9.2 Campaña comunic externa
9.3 Implantación sistema de **avalúo** acad. e institucional

PRIORIDADES PARA EL 2009-2014

Meta: La Universidad será reconocida por el prestigio, solidez y sostenibilidad de su proyecto educativo, considerado como único en Puerto Rico.

Dimensiones 1-3

1./4. Centrar proyecto educativo subgraduado en formación humanística integral, multi e interdisciplinaria. Establecer proyecto de Estudios Internacionales apoyando formación que aprecie contribuciones de las principales sociedades y culturas del mundo y promueva la paz, la armonía y la convivencia entre las naciones. Reconceptualizar programas graduados.

1./2. Destacar dimensión de formación ética, emocional y espiritual de los estudiantes como personas, ciudadanos y profesionales.

2./3. Tener comunidad estudiantil y docente plural, a través del reclutamiento en otros países y los intercambios con universidades del extranjero y profesores visitantes.

2. Lograr mayor participación estudiantil en experiencias de intercambio, investigación, gestión y vida universitaria.

3./2. Revisar el perfil del claustro y fortalecerlo para que: garantice una docencia pertinente, personalizada y participativa e implemente los proyectos medulares: Aprendizaje mediante el servicio; LAD, WEB-educación; Aprendizaje mediante la producción de escritos, libretos y programas televisivos y radiales; salones de clase interactivos y de ambiente profesional; incorporación de tecnología para que el mundo llegue al salón y el salón llegue al mundo; investigación subgraduada; multiculturalidad, manejo de cultura visual, capacidad de gestión y formación para estudios graduados;

Dimensiones 4-6:

4. Distinguirse por ofrecer programas académicos subgraduados y graduados únicos y pertinentes a las demandas del mercado de empleo y la globalización. Destacarse por la integridad de su proyecto educativo y su liderazgo en el sector comunitario.

5.1 Adoptar y validar, con toda la comunidad universitaria el proyecto "Vive una experiencia única en Sagrado", para desarrollar una cultura de servicio y compromiso con la segunda dimensión del Plan Estratégico: **El estudiante, centro y razón de ser.**

5.2 Revisar, validar y fortalecer el sistema de Evaluación del Desempeño. Gestar la Universidad mediante acciones enmarcadas en el Plan Integral y evaluadas en función del logro de sus objetivos.

5.3 Reorganizar la estructura administrativa para brindar servicios ágiles, efectivos, eficientes, auditables, y apoyados por tecnología, para que personal apoye al estudiante y a la facultad que los educa.

5.4 Definir el proceso de sucesión de personas claves que se retirarán o que desempeñan labores donde sólo ellos hacen la función. Diseñar e implantar proyecto que desarrolle talentos del personal, integrado al Plan de Sucesión y a la adopción de sistemas gerenciales eficientes y efectivos que aumenten la productividad y la calidad del servicio.

6.1. Contar con: una planta física adecuada y atractiva; apoyos tecnológicos avanzados que respalden el proyecto académico, la vida estudiantil y la gerencia institucional.

6.2 Diseñar e implantar el Programa de Mejoras, Remodelaciones y Mantenimiento de las instalaciones y la infraestructura; priorizar el Edificio Barat con atención al espacio del Depto. de Comunicación.

6.3 Completar el proyecto de restauración de la Capilla Mayor y el Teatro.

Dimensiones 7-9:

7. Asegurar efectividad del proyecto de reclutamiento y retención para contar con matrícula de 5,500 estudiantes subgraduados y 1,300 graduados con el perfil deseado; desarrollar reclutamiento fuera de PR mediante: a) alianzas con escuelas superiores b) “*Community Colleges*” y c) universidades interesadas en “Study Abroad” para inmersión en español; promover acuerdos de doble titulación con universidades reconocidas [USC/VU].

8. Asegurar que para el 2014, USC sea una institución fiscalmente saludable según evidenciada por indicadores fiscales; se genere un sobrante anual de operaciones que permita atender las necesidades salariales del personal y la competitividad para atraer talento. La solvencia será meta clave durante el período 2009-14, vía acercamientos a agencias federales, fundaciones en EU y líderes corporativos del País; y por la construcción de alianzas estratégicas para fortalecer el proyecto mediante respaldo fiscal, venta de servicios, intercambios, internados, uso de peritajes corporativos, entre otros.

9.1 Desarrollar unidad de mercadeo que integre recursos y esfuerzos de reclutamiento y visibilidad institucional y centre el proyecto en el avalúo de sus iniciativas.

9.2 Sistematizar y fortalecer procesos de planificación integral y avalúo institucional y del aprendizaje de los estudiantes. Integrar criterios de retención, graduación, estudios graduados y empleabilidad a la métrica de avalúo.

9.3 Sistematizar los medios de proyección externa de la USC, capitalizar su peritaje en Relaciones Públicas, aprovechando nuevas tecnologías, y enfatizando más los proyectos únicos de Sagrado.

LA PROMESA AL ESTUDIANTE

SEGÚN CAMPAÑA: VIVE UNA EXPERIENCIA UNIVERSITARIA ÚNICA

- Obtendrá una preparación académica de excelencia; tendrá una actitud positiva hacia el futuro y confianza en sí mismo; asumirá liderazgo; superará retos personales y profesionales; aprovechará oportunidades de crecimiento personal y profesional; practicará valores éticos y morales y será un excelente profesional en su campo de estudios, con mentalidad empresarial, capaz de gestar iniciativas durante sus años de estudio y comprometido con contribuir a la transformación de la sociedad.
- Accederá a programas académicos innovadores centrados en una educación humanística integral.
- Disfrutará de un ambiente universitario dinámico, estimulante, edificante y sostenido por valores éticos, morales y cristianos.
- Se le tratará con respeto y afecto mediante una educación y atención personalizada. La comunicación interna y externa apoyará esta meta.
- Disfrutará de un campus acogedor donde se manifiesten los valores estéticos.
- Disfrutará de experiencias culturales y comunitarias enriquecedoras.
- Promoverá internamente una cultura de vida comunitaria, en la que todos sus integrantes estén comprometidos para proveer una experiencia universitaria única.

INICIATIVAS PARA CONTINUAR LA IMPLANTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO 2010-11

PRIORIDADES DE MEJORAMIENTO ORGANIZACIONAL 2009-14

1. Sostenibilidad institucional (aumento de ingresos por matrícula, propuestas y donativos).
 - a. Mejorar sistema de promoción y reclutamiento.
 - b. Mejorar tasas de retención de estudiantes.
 - c. Incrementar servicios estudiantiles a través de la Web.
 - d. Aumentar visibilidad USC mediante estrategias de relaciones públicas, publicidad y mercadeo, integrando estos esfuerzos para enviar un mensaje consistente a diversos públicos.
 - e. Intensificar promoción programas académicos en PR y exterior.
 - f. Aumentar recaudaciones para financiar proyectos prioritarios.
 - g. Identificar/implementar medidas de control de gastos para priorizar retención/remuneración del personal, resaltando gestiones destacadas.
 - h. Completar análisis y planes para atender rentabilidad de programas y asegurar operación con presupuesto balanceado.

2. Fortalecer y atender el clima interno institucional.

- a) Fortalecer comunicación interna. Desarrollar para 12/09 plan para que toda información llegue a comunidad interna y externa simultáneamente. Reducir especulaciones y rumores; desarrollar sentido de pertenencia de la comunidad.
- b) Mejoramiento continuo de capacidad gerencial y procesos institucionales siguiendo plan de trabajo formal.
- c) Fortalecer gerencia media y sus destrezas de liderato participativo mediante plan definido para 5/2010.
- d) Al aumentar los ingresos, priorizar la competitividad salarial y la medición/reconocimiento del mérito en desempeño del personal.
- e) Implantar programa de formación y desarrollo del personal.
- f) Fortalecer sistemas/procedimientos administrativos, fiscales y recursos humanos según plan que responda a diagnóstico 1/10.

3. Modernizar infraestructura tecnológica y física. Elaborar e implantar planes de mejoras e inversión de capital y de mantenimiento de planta y tecnología

4. Revisar y alinear currículos con el perfil del egresado y oportunidades externas. Continuar diálogos con sector privado y público para identificar tendencias y necesidades del mercado de empleo.

- a) Hacer los programas académicos viables, más atractivos y competitivos; aumentar demanda.
- b) Desarrollar facultad para atemperar sus competencias a los avances tecnológicos.

5. Crear cultura de servicio.

- a) Fortalecer los servicios al estudiante.
- b) Fomentar comunicación e interacción entre unidades interrelacionadas en la cadena de servicios

PROYECTOS PRIORITARIOS 2009 – 2010 SEGÚN EQUIPO GUÍA DE “TRANSFÓRMATE”

1. Establecer unidad de planificación y gestión de matrícula. 
2. Establecer unidad de asistencia integrada al estudiante (ASI). 
3. Integración de departamentos de Humanidades y Sociales. 
4. Retención de estudiantes. 
5. Alinear estructuras organizacionales y fortalecer capacidades gerenciales. 
6. Fortalecer gerencia financiera. 
7. Fortalecer apoyo que ofrece IT/MIS a las diferentes oficinas. 
8. Implementar nuevos sistemas de Recursos Humanos (Gerencia y evaluación de desempeño, sistema de control de asistencia). 
9. Diseño e implantación de Campaña “Vive una experiencia universitaria única.” 
10. Creación de cultura de calidad de servicio alineada a “Vive una experiencia universitaria única” mediante el Proyecto “Transfórmate.” 

ÁREAS DE ACCIÓN INMEDIATA SEGÚN EQUIPO DE DISEÑO DE “TRANSFÓRMATE”

1. Comunicación 
2. Revisión, actualización y cumplimiento con políticas y procedimientos. 
3. Agilizar toma de decisiones. 
4. Mayor apoderamiento. 
5. Fortalecer liderazgo y gerencia (Aplicación efectiva del proceso gerencial a la función de supervisión). 
6. Consistencia de estilos de comportamiento organizacional con imagen que USC quiere proyectar . 
7. Cambiar actitudes negativas del personal. 
8. Alineamiento del desempeño del personal con los objetivos y metas organizacionales. 
9. Desarrollo de competencias del personal. 
10. Mejorar la apariencia y mantenimiento de edificios y terrenos. 

