

UNIVERSIDAD MIGUEL DE CERVANTES

COMITÉ EJECUTIVO

Sesión : 6 de junio de 2006

Asistentes : Señores Gutenberg Martínez, Antonio Abásolo, Óscar Pizarro, Pedro Vallejos, Hugo Lavados, Gonzalo Torre y Mercedes Aubá.

Se excusa don Francisco Cumplido.

Carrera de Periodismo.

El Comité acuerda que la Directora de la Carrera presente un informe sobre la viabilidad del horario vespertino para esta carrera, en la sesión del martes 19 de junio.

Proceso de admisión

El señor Martínez propone examinar y analizar los siguientes temas:

- Corporativo. Imagen.
- Presupuestario
- Difusión comunicacional y posicionamiento de la UMC.
- Modificación de la estructura de admisión y establecer una unidad de ventas y una unidad administrativa.

El señor Vallejos informa que el presupuesto para publicidad es de 42 MM. Los gastos imputables a este ítem se pagan con letras desfasadas en un año. Por tal razón los gastos de 2005 se pagan el 2006 y se imputan al referido ítem.

Además se destinan 12 MM a participación en ferias e incentivos.

Se observa que las agencias por una campaña de cierto impacto requieren no menos de 50 MM.

En consideración a lo anterior, el señor Martínez estima que una campaña con esas características no sería muy productiva, y propone destinar el presupuesto del presente año a lo siguiente:

1. Definición de la imagen corporativa a través de profesionales.
2. Realización de una publicidad diferente a la que se ha hecho hasta la fecha.
3. Contratación de asesoría profesional para aparecer en medios, incluyendo vida social.

4. Diagnóstico de alumnado.

El señor Lavados complementa la enumeración anterior:

5. Determinación del público objetivo relacionado con la imagen corporativa.
6. Determinación de metas y actividades a desarrollar

7. Proyección de imagen a segmentos precisos, sobre la base del resultado del punto anterior
8. Difusión a través de alumnos y ex alumnos

Distribución presupuestaria.

El señor Vallejos entrega informe sobre el tema, cuyos datos servirán para determinar la planificación del proceso de admisión.

- Publicidad 42 MM
- Fuerza de venta 15 MM

Es necesario pagar este año alrededor de 7MM por concepto de fuerza de venta del proceso de 2005, cuyo cálculo exacto está pendiente, cantidad que debe imputarse a ítem fuerrespectivo, esto es, a la suma de 15MM.

Respecto a publicidad, es necesario imputar a la suma de 42 MM, el gasto de 2005, ascendente a 15MM.

En consecuencia, sobre la base de cálculos estimativos, el señor Vallejos estima que el presupuesto real disponible ascendería 32 MM, restando los pagos pendientes de 2005.

Planificación

El señor Martínez indica que es necesario distinguir entre trabajo interno y externo, para implementar las ideas propuestas ya enumeradas, sobre la base de la disponibilidad presupuestaria ya indicada

I. Trabajo externo

En resumen, a proposición del señor Martínez, el Comité acuerda:

- Contratar asesoría profesional para establecer y proyectar la imagen corporativa de la UMC., para lo cual se destinará 3MM.
- Mantener línea publicitaria en los medios
- Mantener la línea comunicacional de posicionamiento de la UMC

Proposiciones específicas del señor Lavados:

- Publicación de artículos en Publimetro y La Hora.
- Aparición de profesores en TV con referencia a su pertenencia a la UMC.
- Proceso de admisión. Se dividirán las funciones:
 - Administración. Se reforzará el personal administrativo, quien será responsable y ejecutará el proceso mismo de admisión.
 - Ventas. Estará a cargo de un funcionario con sede en la UMC y de dos funcionarios, que constituirán la fuerza de ventas fuera de la UMC.

El Comité acuerda designar responsable de los procesos indicados:

Responsabilidad administrativa: don Pedro Vallejos.

Responsabilidad corporativa: don Óscar Pizaro

Responsabilidad de ventas: Don Óscar Pizarro y don Pedro Vallejos.
II. Trabajo Interno.

Socios. Lograr un mayor compromiso en la captación de alumnos, en especial respecto de aquellos socios dueños de colegios.

Alumnos.

- Fomentar la captación boca a boca.
- Fortalecer la identificación con la UMC,
- Fomentar mayor contacto fluido y constante con directivos.
- Establecer un blog.
- Revisar y mejorar la página web
- Usar el correo electrónico para enviar información
- Verificar dirección y teléfono de alumnos en el momento de la matrícula.

- Plan de retención de alumnos. Encargado a don Pedro Costa:
 - Diagnosticar de las causas de retiro
 - Elaboración de plan de retención
 - Elaboración de programa de prevención de retiro.

- Página web. Se pedirá a la Directora de Periodismo que preste asesoría para determinar áreas y temas interesantes para la UMC para incorporar a la opágina. Se contratará un encargado externo. Se establece un honorario de \$20.000.- semanales para actualizar la página en el mismo período.

Tabla próxima sesión:

Autoevaluación y retención de alumnos.

MMAA