

Elementos generales para una propuesta de política de venta de servicios

Documento de trabajo

Se considera necesario definir las actividades desarrolladas por la Facultad de Medicina que se inscriben dentro del concepto de “venta de servicios” y establecer un marco explícito que las regule para cautelar el cumplimiento de la misión y los intereses de la institución.

Se define como venta de servicios para los efectos de esta política toda actividad por la cual la FM emite facturas y percibe ingresos por concepto de realización de asesorías, procedimientos diagnósticos, venta de insumos específicos y relacionados.

Se excluye expresamente los denominados ampliamente “servicios educacionales” en las categorías de carreras de pregrado, programas conducentes a la obtención de título de especialista, programas conducentes a la obtención de diplomas y cursos definidos dentro de las actividades de Educación Continua y visados en tal calidad por la Escuela de Postgrado.

Los cursos, pasantías u otras actividades relacionadas no incluidas en el párrafo precedente y no reguladas institucionalmente se considerarán venta de servicios. Se excluye también de esta política la venta de servicios internos por parte de la institución (ej. servicios de bioterio), las que se regirán por sus políticas y procedimientos específicos.

Premisas

Las actividades de venta de servicios deben ser coherentes con las misión, visión, valores y objetivos estratégicos de la FM.

Las actividades de venta de servicios deben ser coherentes con los objetivos específicos de las unidades que las desarrollan.

Las actividades de venta de servicios deben generar recursos que financien completamente sus costos y generen un margen de utilidad a la

institución.

La venta de servicios per se no constituye un objetivo de la FM UCh.

Aspectos operativos

Todas las actividades de ventas de servicios deben ser sujetas a la aprobación del Decano por medio de una solicitud escrita que incluya la siguiente información:

Descripción de la actividad.

Académico responsable.

Autorización del director de la unidad a la que está adscrito el académico responsable.

Justificación de la actividad.

Periodo de vigencia.

Propuesta de modelo de flujos de recursos .

La dirección de la Facultad autorizará o denegará por escrito las solicitudes, requiriendo la información pertinente a los proponentes y a otras instancias que se considere adecuadas, de manera de establecer formalmente los siguientes aspectos.

- a) Coherencia de la actividad para la misión institucional.
- b) Apego a las políticas explícitas de la Universidad de Chile y de la Facultad que resulten aplicables.
- c) Viabilidad financiera. Todas las actividades de venta de servicios deben financiarse completamente en sus costos directos e indirectos e incluir el "overhead" institucional correspondiente; no se contempla la subvención institucional directa o indirecta a la venta de servicios. Para cada actividad debe explicitarse la estructura de costos, incluyendo costos directos (remuneraciones, uso de espacios e infraestructura, servicios básicos y comunes, etc.) y costos indirectos (uso de la marca de la FM UCh, uso de servicios comunes no itemizables). La determinación de la estructura de costos será de responsabilidad de la DEGI; en los casos que se estime pertinente se contratará la asesoría especializada de otras unidades de la U. de Chile.

Entendiéndose que la venta de servicios puede estar asociada en algunos casos a la generación regular y sostenida de productos académicos, este aspecto deberá ser definido en la solicitud, precisándose los antecedentes que lo respaldan y los productos comprometidos. Se define como producto académico: a) publicación en revistas con comité editorial, b) tesis de pregrado o postgrado de estudiantes de programas de la FM UCh; los informes de asesorías contratadas por entidades externas serán considerados en el contexto de los objetivos e indicadores particulares a la unidad académica a la que está adscrito el académico responsable de la actividad.

Las diferencias de opinión en torno a estos aspectos serán sometidas a la consideración de la comisión de desarrollo académico del Consejo de Facultad. Para la realización de actividades que conlleven la venta de servicios la Facultad de Medicina actuará como entidad única y prestadora del servicio completo; no se considera pertinente la asociación con sociedades profesionales, empresas ni otras instancias en la que participen los académicos involucrados u otros académicos de la Facultad.

El tiempo dedicado por académicos a actividades de venta de servicios que no conlleven la generación de productos académicos no podrá justificar parte o el total de jornadas académicas contratadas por dichas actividades.

Las actividades de ventas de servicios deben incluir en su estructura de costos el "overhead" institucional de la Facultad de Medicina, el que se define como el 20% del ingreso bruto percibido, sin perjuicio de los cobros impuestos por el nivel central.

Desde la entrada en vigencia de esta política regirá un plazo de 6 meses para adecuar las actividades existentes a esta política, informándose al Consejo de Facultad.