

**INFORME DE GESTIÓN
PRESIDENCIA
Asociación Colombiana de Facultades, Escuelas y Programas de Publicidad
AFAP 2024**

1. Introducción

1.1. Presentación general del informe y contexto del periodo 2024.

El informe comprende la vigencia del año 2024, en donde como elemento fundamental se tiene el cambio de la presidencia de la Asociación. La cual fue asumida por la Universidad Católica de Manizales, en cabeza del Director del programa de Publicidad y Decano de la Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Teología, César Castiblanco Laurada, para el periodo marzo de 2024 a marzo de 2026.

La nueva Junta Directiva de AFAP se conformó así:

- **Presidencia:** Universidad Católica de Manizales, César Castiblanco Laurada. Publicista de la Universidad de Palermo (Argentina), Especialista en Gerencia de Negocios Internacionales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano (Colombia), Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional de la Universidad Autónoma de Barcelona (España) y estudiante de la Maestría en Humanidades Digitales en el Tecnológico “TEC” de Monterrey (México). Es además Investigador Asociado en MinCiencias Colombia.
- **Vicepresidencia:** Universidad Autónoma de Occidente (Cali), Julián Hernández Trujillo. Publicista de la Universidad Autónoma de Occidente y Magíster en Literatura Colombiana y Latinoamericana de la Universidad del Valle.
- **Secretaría General:** Institución Universitaria EAM (Armenia), Carlos Andrés Ferrero Gómez. Diseñador Visual Digital del Computer Graphics Designer and Multimedia LaSalle College y Máster en Visual Conception de LaSalle College Canadá.
- **Tesorería:** Corporación Colegiatura Colombiana (Medellín), Catalina Marín Escudero. Comunicadora Social y Periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana, Especialista en Creatividad Estratégica de la Corporación Colegiatura Colombiana y Magíster en Desarrollo de la Universidad Pontificia Bolivariana.
- **Vocal:** Fundación Universitaria Los Libertadores (Bogotá), Kathery Ximena Pardo Fajardo. Diseñadora Gráfica de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Especialista y Magíster en Psicología del Consumidor de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz.
- **Vocal:** Universidad de Santander (Cúcuta), Amanda Becerra Quintero. Ingeniera Industrial de la Universidad Incca de Colombia, Especialista en Gerencia de Mercadeo de la Universidad de Santander y Magíster en Sistemas Integrados de Calidad de la Universidad del Mar (Chile).



1.2. Breve mención de los objetivos generales de la AFAP según el Artículo 4 de los Estatutos.

En esta vigencia, de nueva presidencia, se trazaron los siguientes objetivos generales de gestión:

- Establecer mayores y mejores conexiones para la academia publicitaria de Colombia, con el objetivo de visibilizar las regiones del país y proyectarlas a escenarios internacionales.
- Cohesionar la academia desde el mejoramiento constante de sus procesos alrededor del currículo; el fortalecimiento de grupos, líneas y semilleros de investigación
- Visibilización de los eventos académicos con vínculos con el sector externo dentro de la extensión y la proyección social; y la consolidación de experiencias, proyectos, relaciones e iniciativas en el contexto internacional;
- todo esto dentro de un marco amplio de colaboración, confianza y trabajo conjunto que impacte a las comunidades académicas de estudiantes, profesores, graduados, directivos y aliados de cada uno de nuestros programas, nuestras escuelas y facultades

1.3. Enlace entre los retos del sector publicitario y la visión estratégica de la AFAP.

Se identifican retos estratégicos para la Asociación, tales como:

- Aumentar el número de programas y/o universidades asociadas.
- Gestionar la permanencia de los programas y/o universidades asociadas.
- Continuar procesos de capacitación docente.
- Posicionar el quehacer misional de AFAP.
- Tal vez el más importante aquí es el de “Consolidar bloques de trabajo colaborativo a nivel país” por medio de misiones académicas integradas por diferentes programas de Publicidad del país, en asuntos relacionados con: inteligencia artificial, sostenibilidad, transformación digital y economía creativa, por medio de la colaboración de asociados en investigación, docencia y extensión, propendiendo por la gestión de recursos de cooperación internacional.



2. Representación Legal y Relaciones Institucionales (Art. 22.b, f, g, h)

2.1. Resumen de las entidades públicas, privadas y gremiales con las que se establecieron vínculos.

Durante el año 2024, desde la Presidencia de AFAP y la Dirección Ejecutiva, en cabeza de Clemencia Cortés Castillo, se atendieron asuntos relacionados con la actualización de asuntos legales, con entidades como:

- Cámara de Comercio de Bogotá
- Secretaría de Hacienda de Bogotá
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales: DIAN
- Asesorías J Laverde (contabilidad)
- Banco Colpatria (gestión de cuentas bancarias)
- Revista P&M
- Comisión Nacional de Regulación de las Comunicaciones
- ASPROMER: Asociación de Programas de Mercadeo

Adicionalmente, desde la Presidencia ejercida hasta marzo de 2024 por Juan Carlos Pedreros Saganome, de la Universidad Sergio Arboleda (Bogotá), se gestionaron relaciones interinstitucionales para realización de evento académico dentro de la función sustantiva de Extensión y Proyección Social, con las siguientes entidades:

- Alcaldía de Cartagena
- Gobernación de Bolívar
- Fenalco Bolívar
- Cotelco Bolívar
- Procolombia
- Periódico El Heraldó
- Radio Fantástica

2.2. Participación en espacios nacionales.

Durante el año 2024, desde la Presidencia de AFAP se participó en espacios como:

- 4ta. Reunión de la Conferencia de Ciencia, Innovación y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Organiza: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Bogotá, 4 y 5 de abril de 2024.
- 9no. Congreso Internacional de Comunicación Estratégica “Inspirar para Crear”. Organiza: Universidad de Medellín. Medellín, 6 al 8 de noviembre de 2024.



2.3.Posicionamiento de la AFAP ante medios y escenarios relevantes.

Gestión de presencia en medios de comunicación del área de la Publicidad en Colombia: CoPublicitarias. Ver nota: <https://copu.media/afap-colombia-asociacion-academica-publicitaria-presenta-su-nueva-junta-directiva/>

3. Cumplimiento de Políticas y Funcionamiento Interno (Art. 22.a, d, e, i, m)

3.1.Convocatorias y desarrollo de las Asambleas Generales y reuniones de Junta Directiva.

Acorde con los estatutos de la Asociación, se realizó Asamblea General Ordinaria los días 14 y 15 de marzo en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Seccional Caribe (Cartagena de Indias, Bolívar).

A su vez, se realizaron reuniones específicas de la Junta Directiva a través de plataformas digitales.

3.2.Cumplimiento de estatutos y decisiones de la Asamblea.

Acorde con los Estatutos de la Asamblea, en el mes de marzo de 2024, se realizó la votación y elección de la Junta Directiva para el periodo 2024-2026.

3.4.Coordinación de actas, seguimientos y legalidad documental.

Acorde con los lineamientos de inspección y vigilancia dictaminados por la Normativa Nacional, se elaboraron las respectivas actas y se gestionaron los debidos documentos para ser tramitados y radicados en las instancias que dicha normativa exige.

3.5.Seguimiento presupuestal y ejecución de recursos.

De la mano de la firma externa “Asesorías J Laverde” se realizó la debida gestión, socialización y radicación de documentos que dan cuenta de los manejos financieros, el uso del presupuesto y la ejecución del mismo. Esta gestión fue socializada y aprobada por parte de los Asambleístas en la Asamblea General Ordinaria de 2025, realizada los días 13 y 14 de marzo en las instalaciones de la Universidad Católica de Manizales (Manizales, Caldas).



4. Gestión Académica y Eventos (Art. 22.j)

4.1. Organización y participación en foros, conversatorios, seminarios u otros espacios de actualización.

En conjunto con los programas y Universidades asociadas, se organizó, en cabeza del programa de Publicidad de la Universidad Católica de Manizales, el evento académico “Odisea en Publicidad Colombia 2024” para la marca Ciudad de Cartagena.

Sobre la Odisea en Publicidad

Como proyecto académico, la Odisea en Publicidad de la Universidad Católica de Manizales es pionero a nivel nacional (24 años de trayectoria). Su fundamentación, así como implementación anual, surge de la necesidad de articular esfuerzos entre Universidad, Empresa, Estado y Sociedad Civil alrededor de la construcción de productos publicitarios realizados por estudiantes para clientes reales a nivel nacional e internacional.

Desde sus inicios en el año 2000, la Odisea en Publicidad se ha enfocado en trabajar de la mano de necesidades sociales y comerciales, que van desde las empresas unipersonales, pequeñas y medianas, hasta la atención de instituciones, gobiernos, fundaciones y ONG’s. Con una metodología de trabajo colaborativo, el programa de Publicidad, en articulación con el Grupo de Investigación Altamira (Clasificación A1), ha logrado la consolidación de un esquema de trabajo que abarca cuatro etapas fundamentales: investigación, desarrollo estratégico, conceptualización y ejecución; logrando con esto un acercamiento real de los estudiantes con el modo de trabajo de grandes empresas de servicios publicitarios.

Odisea en Publicidad Colombia – Cartagena

La Asociación Colombiana de Facultades, Escuelas y Programas de Publicidad -AFAP-, tiene como una de sus metas, abrir espacios que permitan a los diferentes programas académicos impactar a la sociedad colombiana.

En este proceso, iniciamos con la ciudad de Cartagena, en donde deseamos colaborar con el talento, compromiso y conocimiento de nuestros estudiantes, además, con el incondicional soporte y orientación de los docentes de los diferentes programas de publicidad, quienes con su experticia y capacidad apoyan a estos futuros empresarios de la industria publicitaria, permitiéndoles de esta forma, generar una solución a una problemática de la ciudad, ganar experiencia con un cliente real, dejar huella en la sociedad y comunidad universitaria, además, de fortalecer sus valores como seres humanos y como colombianos.



Universidades participantes

- Universidad de Medellín
- Universidad Sergio Arboleda
- Fundación Universitaria Los Libertadores
- Uniciencia
- Universidad Autónoma de Occidente
- Universidad Católica de Manizales.
- Universidad Santiago de Cali
- Escuela de Artes y Letras
- Universidad Central
- Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano
- Universidad Pontificia Bolivaria, Seccional Palmira
- Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín

5. Conclusiones y Proyecciones

La vigencia 2024 representó un punto de inflexión para la Asociación Colombiana de Facultades, Escuelas y Programas de Publicidad –AFAP–, marcada por el relevo en la presidencia y el inicio de una etapa de reorganización, proyección y fortalecimiento estratégico de sus líneas de acción. Bajo el liderazgo de la Universidad Católica de Manizales, en cabeza del MSc. César Castiblanco Laurada, se consolidaron avances significativos en términos de gobernanza asociativa, articulación interinstitucional, visibilidad pública y consolidación de una agenda académica compartida.

5.1. Fortalecimiento institucional y liderazgo estratégico

En primera instancia, se realizó el proceso de actualización normativa y administrativa de la Junta Directiva, incluyendo la reorganización de cargos tras el retiro de la Universidad Colegiatura Colombiana, hecho que implicó la designación del nuevo tesorero en cabeza de la Universidad Sergio Arboleda. Esta decisión, respaldada por consenso unánime de la Asamblea, reflejó la disposición de las instituciones asociadas para responder de forma proactiva a los desafíos organizativos.

El proceso de transición no se limitó a lo operativo. Se consolidó una visión estratégica que posiciona a AFAP como un actor clave en la discusión nacional sobre la calidad, pertinencia y proyección de los programas de Publicidad y áreas afines, reconociendo la necesidad de responder a las nuevas dinámicas del conocimiento, la digitalización, la transformación social y las exigencias del sector productivo.



5.2. Ejecución presupuestal responsable y visión financiera sostenible

Durante la Asamblea General 2025, se presentó el informe financiero con corte al 31 de diciembre de 2024, aprobado por unanimidad, así como la ejecución de los excedentes del periodo anterior. Estos recursos fueron reinvertidos en el cumplimiento misional de la Asociación, garantizando la sostenibilidad de su operatividad mediante el pago de honorarios para la Dirección Ejecutiva y la contabilidad externa.

Igualmente, se aprobó el presupuesto proyectado para el año 2025, priorizando líneas estratégicas como la mejora de la infraestructura digital (página web y redes sociales), la elaboración de un diagnóstico nacional sobre el estado de los programas de Publicidad en Colombia, y la implementación de acciones de comunicación institucional. Estas decisiones reflejan el compromiso de la Presidencia y de la Asamblea con una visión financiera alineada a los objetivos estratégicos.

5.3. Consolidación de una agenda académica compartida

Durante el primer año de gestión se impulsaron propuestas de gran valor académico, como la cátedra conjunta virtual, que articulará a varias universidades para ofrecer cursos electivos comunes en modalidad digital; y la creación del capítulo estudiantil, que permitirá la vinculación activa de representantes estudiantiles al quehacer de la Asociación, fortaleciendo su enfoque participativo.

Asimismo, se destacó la necesidad de construir un banco común de competencias y habilidades orientado a la formulación de Resultados de Aprendizaje Esperados (RAE) y la elaboración de un documento de referencia que pueda ser presentado ante instancias del Ministerio de Educación Nacional, así como en procesos de acreditación de alta calidad. Esta iniciativa surge como respuesta a la ausencia explícita de las competencias del campo publicitario en el Marco Nacional de Cualificaciones, hecho que limita el reconocimiento formal de la especificidad disciplinar del sector.

5.4. Impulso a la investigación, la extensión y la movilidad académica

Se consolidó la idea de una AFAP proactiva en materia de investigación formativa y de I+C, promoviendo la recopilación sistemática de información sobre grupos, investigadores y capacidades instaladas, para facilitar el diseño de proyectos colaborativos entre universidades. Esta labor será liderada por un comité académico conformado por representantes de instituciones activas en investigación, y se complementa con el compromiso de la Presidencia de diseñar un documento orientador que sirva de soporte institucional.

En cuanto a la docencia, se renovó el compromiso con el convenio de movilidad académica interinstitucional, extendiéndolo a docentes e investigadores, e incorporando modalidades



innovadoras como los bootcamps interuniversitarios. Estas experiencias permitirán a los estudiantes acceder a procesos formativos intensivos con enfoque nacional e internacional.

5.5. Visibilidad institucional y posicionamiento estratégico

La Asociación reconoció la necesidad urgente de fortalecer su presencia digital y su capacidad de divulgación pública. En ese sentido, se aprobó la contratación de un proyecto para liderar el rediseño del sitio web institucional, así como la estructuración de un plan de contenidos para redes sociales. Estas acciones se enmarcan dentro de una estrategia más amplia de comunicación institucional y posicionamiento, que incluye la creación de un boletín informativo, la producción de informes de análisis comparativo sobre programas de publicidad, y la consolidación de relaciones estratégicas con actores del sector educativo, estatal y productivo.

5.6. Desafíos y proyecciones para 2025-2026

De cara al segundo año de la actual Presidencia, se delinearán retos de alta relevancia:

- Acompañamiento estructural a programas en riesgo.
- Creación del documento nacional de competencias y su articulación con políticas públicas.
- Elaboración de una propuesta de reforma estatutaria con enfoque participativo.
- Avance en la organización del décimo aniversario de AFAP en 2026.
- Diseño de un modelo participativo para las elecciones internas de la Asociación.
- Integración de AFAP en redes internacionales como AEF (EE.UU.).

El balance presentado permite constatar una gestión orientada al fortalecimiento institucional, la innovación académica y la construcción de alianzas estratégicas que proyectan a la Asociación como un actor colectivo, propositivo y con incidencia nacional. Bajo esta perspectiva, se reafirma el compromiso de continuar consolidando una AFAP más articulada, representativa y preparada para responder a los desafíos del presente y del futuro de la educación publicitaria en Colombia.

Se firma en la ciudad de Manizales, el 13 de marzo de 2025.

CÉSAR ENRIQUE CASTIBLANCO LAURADA

Presidente Representante Legal

Asociación Colombiana de Facultades, Escuelas y Programas de Publicidad AFAP