

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA – UNICOMFACAUCA
CONSEJO SUPERIOR**

**ACUERDO NÚMERO 003 DE 2016
(Marzo 3 de 2016)**

Por el cual se deroga el Acuerdo 093 de 2009 y se expide el presente Acuerdo con la actualización de la **Política de Proyección Social** de la Corporación Universitaria Comfacauca -Unicomfacauca.

El Consejo Superior en ejercicio de sus funciones legales y en especial las conferidas en el artículo 29 de los Estatutos Institucionales, y

CONSIDERANDO

1. Que conforme a las normas legales que regulan la Educación Superior en Colombia es necesario fortalecer la Política de Proyección Social con el fin de contemplar la integración de la Corporación con el sector externo buscando impactar a la sociedad.
2. Que la Proyección Social en la Corporación es considerada una función sustantiva del quehacer institucional, que conjuntamente con la docencia y la investigación, deberá contribuir a la formación integral de sus estudiantes en concordancia con la Misión, Visión y Valores institucionales.
3. Que es deber y deseo de la Corporación, ampliar la concepción de Proyección Social, promoviendo así la gestión responsable de la labor educativa, investigativa y social de Unicomfacauca.
4. Que debido al crecimiento y consolidación de la Corporación, las estrategias de proyección social se han diversificado incluyendo un componente relevante como es la Responsabilidad social.

ACUERDA

ARTÍCULO 1°. DEFINICIÓN: La Proyección Social se concibe como la relación que la Corporación establece con la sociedad para contribuir con la formación de personas y comunidades sensibles a las necesidades del sector externo, propiciando procesos de transformación social que propendan por el mejoramiento de la calidad de vida, y en su propio desarrollo, proyectándose en acciones que coadyuven a la identificación y solución de problemas regionales, nacionales e internacionales articulados a los sectores productivos y organizacionales.

ARTÍCULO 2°. DIMENSIONES DE LA PROYECCIÓN SOCIAL: Consciente de su quehacer formativo e integral, Unicomfacauca concibe la Proyección Social desde tres dimensiones:

1. La dimensión Académica: concibe la necesidad de brindar una oferta académica de pregrado, posgrado y educación continuada, oportuna, dinámica y pertinente con las

- necesidades del entorno, impactando en la calidad de profesionales éticos y responsables con la sociedad.
2. La dimensión Investigativa: implica la generación, apropiación, promoción y transferencia del conocimiento, fundamentada en la reflexión continua para el progreso de la región y del país en concordancia con las problemáticas sociales y las necesidades del sector productivo.
 3. La dimensión Organizacional: promueve una cultura organizacional con altas calidades humanas, comprometida con la formación de la sociedad caucana y colombiana que fomenta la inclusión social y el pluralismo en las acciones que emprende.

ARTÍCULO 3°. OBJETIVOS: Son objetivos de la Proyección Social en la Corporación, los siguientes:

1. Consolidar la presencia de la corporación en su entorno mediante el Establecimiento de relaciones de intercambio y de cooperación con la sociedad, la empresa y el estado a través del desarrollo de proyectos sociales, convenios de cooperación y prácticas académicas que contribuyan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población y a su desarrollo propio.
2. Articular acciones entre las diferentes instancias de la Corporación que propendan por la vinculación de los programas académicos con el sector productivo, según la naturaleza de cada uno.
3. Facilitar y promover la generación de conocimiento técnico y científico producto de los procesos investigativos, los cuales contribuyan al mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad.
4. Generar acciones que permitan sensibilizar a la comunidad universitaria en temas de responsabilidad social, valores, principios y demás competencias de la formación integral establecida en el Proyecto Educativo Institucional.
5. Contribuir con la evaluación permanente de su quehacer académico y administrativo en el cumplimiento de las funciones misionales, a través del seguimiento al impacto de los egresados en el medio.

ARTÍCULO 4°. DEL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL INTEGRADO A LA PROYECCIÓN SOCIAL DE LA CORPORACIÓN: La Corporación es consciente de las dinámicas sociales que se suscitan en el entorno. De este modo, concibe la noción de la Responsabilidad social, como un concepto que complementa y que añade valor a la proyección social de la Corporación. En este sentido, Unicomfauca reconoce dos dimensiones del concepto de Responsabilidad Social:

1. *Responsabilidad Social Empresarial (RSE):* como el conjunto de acciones o prácticas que lleva a cabo la Corporación a partir de sus lineamientos institucionales, para generar un impacto positivo en sus públicos de interés. En este sentido, el resultado de sus acciones, está orientado hacia el beneficio de la sociedad y de la propia Corporación, alcanzando una gestión integral.
En consecuencia, la Responsabilidad Social Empresarial para Unicomfauca abarca el ámbito laboral al cumplir la normatividad vigente; el ámbito económico al ser una organización que garantiza inversiones transparentes y socialmente responsables; el ámbito ambiental, al respetar el medio ambiente en cada una de

sus actividades; y el ámbito social, al cumplir su función misional para beneficio de la sociedad.

2. *Responsabilidad Social Universitaria (RSU)*: como el resultado de una oferta académica pertinente a las necesidades del entorno, así como de la transferencia responsable de conocimientos basándose en los principios, valores institucionales y el Proyecto Educativo Institucional.

ARTÍCULO 5°. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA PROYECCION SOCIAL: Para el cumplimiento de los objetivos establecidos, la Corporación en su estructura organizacional cuenta con el Centro de Estudios y Proyectos de innovación y desarrollo – CEPRIDE, como un ente articulador de los procesos misionales de Proyección Social y de investigación. Desde esta dependencia, se articulan además las acciones de los procesos de emprendimiento, egresados, prácticas, educación continuada, proyectos especiales, consultorías, relaciones interinstitucionales, centro de idiomas, centro de información y comunicaciones y mercadeo de la Corporación.

ARTÍCULO 6°. LINEAS DE REALIZACIÓN DE LA PROYECCIÓN SOCIAL: En concordancia con los postulados establecidos en el Proyecto Educativo Institucional, la proyección social se materializa mediante las líneas que se consideran en este Artículo y otras que la Corporación podrá asumir para beneficio de la comunidad académica y de sus procesos misionales.

Son líneas generales de realización de la proyección social, las siguientes:

1. La interacción con el Estado, la sociedad, las empresas y las Instituciones nacionales o internacionales, en pro del intercambio de experiencias y saberes que permitan impulsar su desarrollo social, económico y tecnológico.
2. El empoderamiento y actualización de conocimientos a través de la formación de programas de educación continuada acordes con las necesidades de los egresados, del sector productivo y las organizaciones.
3. El fortalecimiento de una cultura hacia el emprendimiento como una herramienta para el crecimiento y sostenibilidad del tejido empresarial.
4. La promoción de la cooperación científica, técnica, cultural y académica nacional e internacional con aliados estratégicos, públicos y privados, en concordancia con los lineamientos y retos institucionales.
5. La Generación, fomento y transferencia del conocimiento en articulación con el entorno, a través de la investigación aplicada a problemáticas concretas de la sociedad.
6. La actualización profesional de la población estudiantil, profesoral, de los egresados y de la sociedad en general.
7. La identificación, seguimiento, visibilización y atracción de los egresados, como también su impacto en el medio.

ARTÍCULO 7°. ACCIONES DE PROYECCIÓN SOCIAL DESDE LOS PROCESOS QUE LA APOYAN: Se constituyen en programas o acciones de los diferentes procesos que apoyan la función misional de la Proyección social, los siguientes:

1. Programa de Responsabilidad Social: incluye la puesta en marcha de iniciativas que propendan por una transformación social responsable y sostenible de los grupos de

- interés para la Corporación, generando conciencia del impacto económico, educativo, ambiental y social que debe promover Unicomfacauca en la sociedad.
2. **Proyectos de innovación y desarrollo:** adscritos al CEPRIDE, a través de los cuales se busca el desarrollo de estudios y proyectos sociales, de investigación y económicos, que permitan el relacionamiento de la comunidad académica con la sociedad y la impacten de manera positiva.
 3. **Articulación con el Sistema de investigación:** como una sinergia que permite que los esfuerzos de investigación a nivel institucional, se vean reflejados en el reconocimiento de los grupos y semilleros de investigación entre las comunidades científicas nacionales e internacionales y contribuyan a la solución de problemas reales del medio.
 4. **Emprendimiento:** promueve la cultura de emprendimiento en la Corporación y en la región. Los estudiantes, egresados, docentes y administrativos de Unicomfacauca hacen parte de las estrategias que en materia de emprendimiento se promueven en la Corporación. Es así, como desde el aula y fuera de ella, Unicomfacauca contribuye a la formación de personas y equipos líderes, emprendedores, empresarios, creativos e innovadores, capaces de generar desarrollo social y económico a nivel local, nacional e internacional.
 5. **Egresados:** los programas de actualización de egresados y seguimiento de los mismos, son diseñados para medir el impacto de los procesos formativos en el medio social y productivo, así como también buscan encontrar oportunidades de mejora en la pertinencia de los programas académicos, identificar los campos de acción y desempeño de los egresados y ofrecer programas de actualización acordes a sus necesidades de formación.
 6. **Prácticas empresariales:** las opciones de práctica empresarial dispuestas en los planes curriculares de los diferentes programas académicos, buscan acercar al estudiante a las problemáticas del sector productivo y confrontar sus conocimientos con la realidad a través de la formulación de soluciones apropiadas, eficientes y eficaces.
 7. **Educación continuada y Consultorías:** la Corporación ofrece programas corporativos, dirigidos a grupos empresariales, que buscan satisfacer necesidades específicas de capacitación, asesoría técnica y consultoría. Su oferta es diseñada, desarrollada y evaluada por grupos interdisciplinarios de expertos, partiendo del análisis de la realidad organizacional de las empresas y las exigencias del entorno en el que éstas desarrollan sus actividades.
 8. **Relaciones interinstitucionales:** promueve y estimula los vínculos entre la Corporación y el sector externo, en pro del fortalecimiento de su Proyecto Educativo Institucional. En este sentido, como proceso transversal se llevan a cabo acciones de internacionalización, a través de las cuales la Corporación impacta de forma positiva su comunidad académica, integrando la dimensión internacional a la docencia, la investigación y la proyección social.
 9. **Centro de Idiomas:** propende por fomentar una cultura del bilingüismo, incrementando los niveles de desempeño en un segundo idioma, a través del desarrollo de estrategias pedagógicas de sensibilización, formación y apropiación.
 10. **Centro de Información y Comunicaciones:** las acciones y programas de este proceso, entienden que la comunicación es un proceso participativo a través del cual se lleva a cabo la producción, circulación, intercambio y asimilación de la información de manera veraz, oportuna, transparente, incluyente y pertinente entre la Corporación y sus públicos de interés.

11. Mercadeo: los programas de mercadeo definen e implementan estrategias que permitan alcanzar los objetivos de cobertura institucional, teniendo en cuenta las condiciones del mercado.

PARÁGRAFO. La Corporación podrá crear nuevos programas y ampliar el horizonte de actuación de la Proyección Social, de acuerdo con su Misión y el Proyecto Educativo Institucional.

ARTÍCULO 8°. COMITÉ DE PROYECCIÓN SOCIAL: El cumplimiento de la función misional de Proyección Social en la Corporación Universitaria Comfacauca está orientada por el Comité de Proyección Social, como órgano de dirección, asesoría y apoyo para la planeación, gestión, evaluación y seguimiento del relacionamiento con el sector externo. El comité de proyección social estará integrado por:

El Rector, quien lo preside.

El Vicerrector General.

El Vicerrector Académico.

El Director del CEPRIDE.

El Director de Investigaciones.

Los Directores y/o Coordinadores de los diferentes procesos que apoyan la proyección social.

PARÁGRAFO. El Comité de Proyección Social sesionará mínimo dos (2) veces al año y durante su desarrollo asumirá las funciones de secretario, uno de los Directores o Coordinadores de los procesos adscritos a proyección social, por designación del Director del CEPRIDE.

ARTÍCULO 9°. FUNCIONES DEL COMITÉ DE PROYECCIÓN SOCIAL: Son funciones del Comité de proyección social, las siguientes:

1. Formular y sugerir áreas de trabajo en Proyección Social, como apoyo al fortalecimiento de los planes de estudio de los programas académicos.
2. Establecer los planes, programas y proyectos que permitan integrar la función de Proyección Social con la docencia y la investigación.
3. Instaurar los mecanismos administrativos que permitan el desarrollo de las actividades de Proyección Social.
4. Brindar el apoyo técnico necesario para respaldar las actividades de Proyección Social.
5. Proponer la reglamentación para el desarrollo de las actividades de Proyección Social.
6. Elaborar el plan anual de Proyección Social, de acuerdo con los planes de las Facultades y sus programas académicos.
7. Velar por el cumplimiento de las acciones de las áreas que apoyan la proyección social de la Corporación.
8. Compartir la información de interés derivada del comité, a todos los involucrados en los procesos de proyección social.

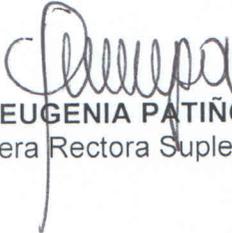
ARTÍCULO 10°. FINANCIACIÓN DE LA FUNCIÓN DE PROYECCIÓN SOCIAL: Siendo la Proyección Social una función sustantiva, la Corporación designa recursos humanos,

técnicos y financieros, a través de los cuales garantiza el alcance de los objetivos propuestos. De igual forma, por medio de la articulación con el sector externo, se propende por la generación de recursos para la financiación de las actividades de proyección social.

COMUNIQUESE Y CUMPLASE

Dado en Popayán, a los tres (03) días del mes de Marzo de dos mil dieciséis (2016).


JAMES VIDAL RIVERA
Presidente (E)


VICTORIA EUGENIA PATIÑO ARENAS
Primera Rectora Suplente


DIANA MARCELA MORELO LOZADA
Secretaria General