

**PROGRAMA DE GOBIERNO**  
**FRANCISCO JOSÉ TORRES HOYOS**  
**RECTOR 2026 – 2031**

La gobernanza universitaria se configura como un mecanismo estratégico de gestión en la Educación Superior, orientado a garantizar el cumplimiento de la misión institucional en sus ejes fundamentales: docencia, investigación, extensión y proyección social. En este sentido, el presente programa de gobierno se sustenta en la deliberación y el trabajo colaborativo entre estudiantes, docentes, trabajadores, egresados y la sociedad en general, con el propósito de construir, desde múltiples perspectivas, una Universidad de Córdoba que continúe aportando de manera decisiva al desarrollo regional y nacional.

Ahora bien, resulta indispensable analizar la concepción de la Educación Superior desde enfoques diversos, al comprenderla como una dimensión esencial del desarrollo social. Desde la perspectiva legal, puede definirse como un proceso destinado a potenciar integralmente las capacidades del individuo: *“un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional”* (Artículo 1º, Ley 301 de 1992). Por otra parte, la educación también puede entenderse como un agente transformador de realidades individuales y colectivas, en tanto *“tiene como objetivo la formación de capacidades y actitudes de los individuos para su integración a la sociedad como seres capaces de regular el status que y, al mismo tiempo, transformar la realidad social”* (Ibáñez, 1994, citado en Barrios y Reséndiz, 2012).

En consecuencia, este programa de gobierno se estructura en dos capítulos principales. El primero desarrolla un análisis crítico de la realidad universitaria en el contexto actual, partiendo de las funciones sustantivas de la Universidad y su articulación con las dinámicas nacionales y regionales. El segundo presenta los proyectos de gestión y las estrategias de excelencia que permitirán consolidar el modelo de Universidad que anhelamos: inclusiva, innovadora y comprometida con la transformación social.

## **CAPÍTULO I: ANÁLISIS DE LA REALIDAD UNIVERSITARIA EN EL CONTEXTO ACTUAL.**

### **1.1. Universidades y formación superior.**

En Colombia, según la información reportada por el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES, 2024), se registran 142 universidades activas, de las cuales 89 corresponden a sedes principales y 53 a seccionales. En cuanto a la naturaleza jurídica de las instituciones de educación superior, 59 son de carácter público y 83 son privadas. Respecto a la oferta académica, se encuentran 16.692 programas vigentes, de los cuales 2.226 cuentan con acreditación de alta calidad. Del total, 8.441 programas corresponden al nivel de pregrado y 8.251 al de posgrado, como se ilustra en la siguiente gráfica.

---

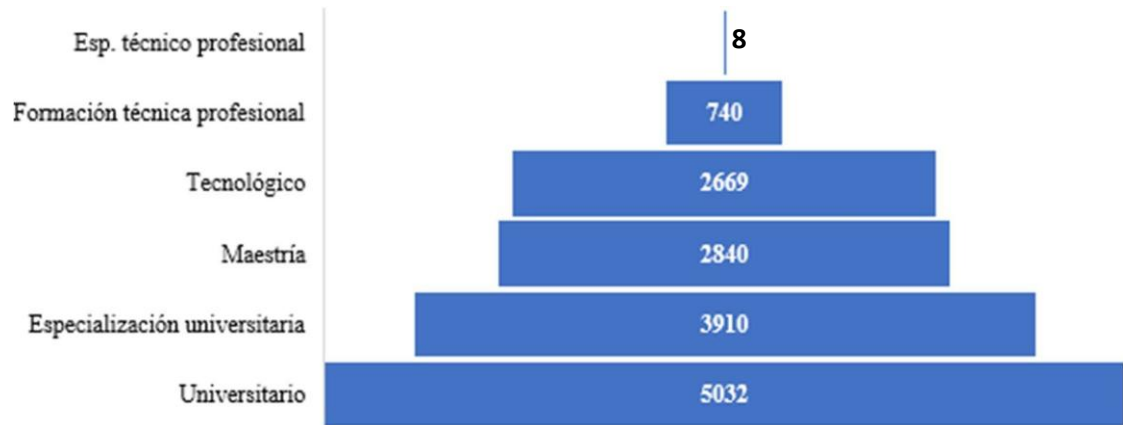
<sup>1</sup> Congreso de la República de Colombia (1992). Artículo 1º de la Ley 30: Por la cual se organiza el servicio público de la educación superior. Recuperado de: [Ley 30 de 1992 - Gestor Normativo - Función Pública](#)

<sup>2</sup> Barrios, J. G., & Resendiz, M. T. F. (2012). Breve análisis del concepto de Educación Superior. *Alternativas en psicología*, 16(27), 34 - 41. Recuperado de: [https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1405-339X2012000200003&script=sci\\_arttext](https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1405-339X2012000200003&script=sci_arttext)

<sup>3</sup> De ahora en adelante se hará referencia al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior como SNIES.

<sup>4</sup> Recuperado de: <https://hecaa.mineduacion.gov.co/consultaspublicas/ies>

**Figura 1**  
*Nivel de formación de los programas académicos en Colombia.*



Nota: el grafico representa la cantidad de programas académicos activos en Colombia a 21 de febrero del 2025. Recuperado de: <https://hecaa.mineduacion.gov.co/consultaspublicas/ies>

En relación con el departamento de Córdoba, las Instituciones de Educación Superior con domicilio más representativas son la Universidad de Córdoba, Universidad de Sinú, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad Cooperativa de Colombia, Corporación Universitaria Remington, Universidad Católica Luis Amigó y Corporación Universitaria de Caribe que en conjunto ofrecen aproximadamente 236 programas activos de formación en distintos niveles. De lo anterior se destaca, que UNICORDOBA es la única institución de carácter universitario público, que tiene una oferta de 66 programas académicos, como se observa en la tabla 1.

**Tabla 1**  
*Programas académicos activos propios de la Universidad de Córdoba.*

| NIVEL DE FORMACIÓN                            | NOMBRE DEL PROGRAMA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PREGRADO (Universitario y Tecnológico)</b> | Acuicultura – Administración en Finanzas y Negocios Internacionales – Administración en Salud – Bacteriología – Biología – Derecho – Enfermería – Estadística – Física – Geografía – Ingeniería Agronómica – Ingeniería Ambiental – Ingeniería de Sistemas – Ingeniería Industrial – Ingeniería Mecánica – Licenciatura en Ciencias Naturales y Educación Ambiental – Licenciatura en Ciencias Sociales – Licenciatura en Educación Infantil – Licenciatura en Informática con certificación en Medios Audiovisuales – Licenciatura en Lengua Extranjera con Énfasis en Inglés – Licenciatura en Literatura y Lengua Castellana – Licenciatura en Educación Física, Recreación y Deporte – Matemáticas – Química – Tecnología en Regencia y Farmacia – Medicina Veterinaria y Zootecnia – Ingeniería de Alimentos |
| <b>ESPECIALIZACIONES</b>                      | Auditoría de la Calidad en Salud – Finanzas (convenio UTB) – Gerencia Administrativa en Salud – Higiene y Seguridad Industrial – Medicina y Cirugía en Animales de Compañía – Planeación Estratégica y Prospectiva (UTB) – Producción Bovina Tropical                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>MAESTRÍAS</b>                              | Administración – Biotecnología – Ciencias Agroalimentarias – Ciencias Agronómicas – Ciencias Ambientales SUE Caribe – Ciencias Físicas SUE Caribe – Ciencias Veterinarias del Trópico – Educación Red SUE Caribe – Enseñanza del Inglés – Geografía – Ingeniería Ambiental – Ingeniería Industrial – Ingeniería Mecánica – Innovación Educativa con Tecnología e Inteligencia Artificial – Matemáticas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>DOCTORADOS</b>                             | Ciencias Animales del Trópico – Ciencia y Tecnología de Alimentos – Ciencias Agrarias – Didáctica de las Ciencias – Microbiología y Salud Tropical- Ciencias Físicas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

Fuente: elaboración propia a partir de la información consultada en el SNIES, 2025 <https://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/ies>

De lo anterior, se infiere que la oferta académica en el departamento de Córdoba se encuentra sustentada, en gran medida, por la Universidad de Córdoba. No obstante, dicha oferta aún resulta limitada. Por ello, es necesario continuar ampliando la diversidad de programas con pertinencia social, de acuerdo con las necesidades del entorno, e incorporar doctorados propios que fortalezcan la formación del capital humano y potencien el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

### 1.1.1. Cobertura en educación superior.

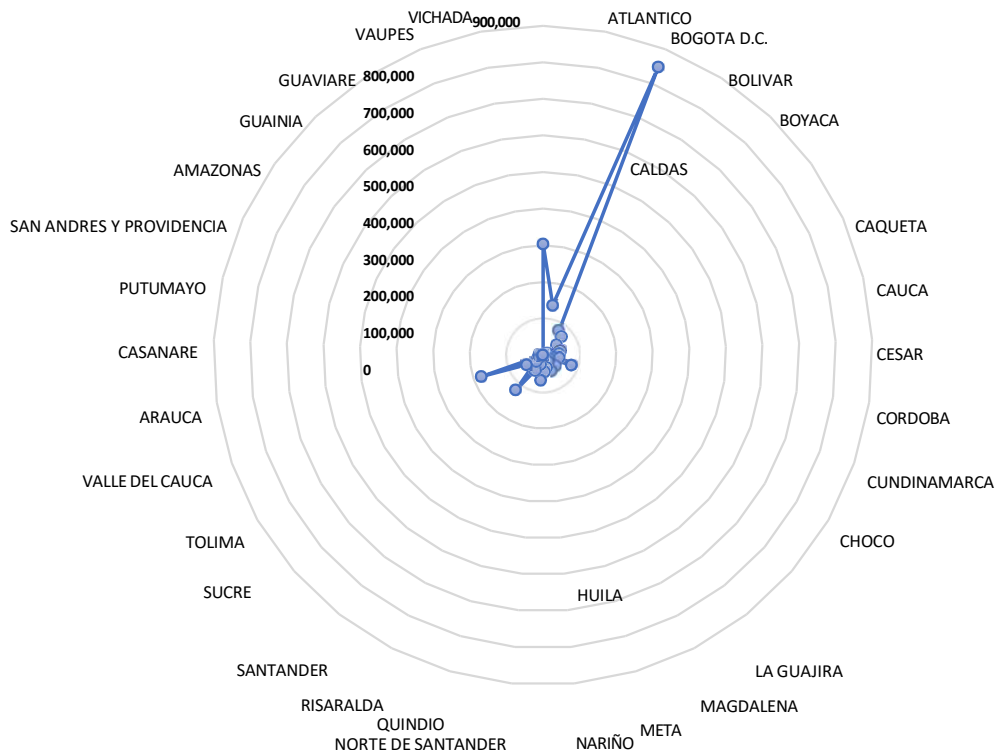
En relación con la población con acceso a la Educación Superior en Colombia, las estadísticas del SNIES para el año 2023 registran un total de **2.475.833 personas matriculadas** en los diferentes niveles de formación. De este número, **90.837** corresponden a programas de **Técnica Profesional**, **583.917** a **Tecnológica**, **1.606.093** a nivel **Universitario**, **115.065** a **Especialización**, **71.909** a **Maestría** y únicamente **8.012** a **Doctorado**.

En este mismo sentido, la tasa de cobertura bruta refleja que en 2023 se encontraban matriculados **2.280.847 estudiantes de pregrado**. Al compararse con las proyecciones del DANE para la población entre 17 y 21 años, se evidencia que solo el **55,38 %** de los jóvenes accede a la Educación Superior, lo que implica que más del **43 %** de esta población no logra ingresar a una institución de este nivel formativo.

**Figura 2**

*Matrícula de educación superior por departamento*

ANTIOQUIA



Nota: el grafico representa la matricula por departamento en 2023 publicado por el SNIES. Recuperado de:

[https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fsnies.mineduacion.gov.co%2F1778%2Farticles-391286\\_perfil\\_nacional.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fsnies.mineduacion.gov.co%2F1778%2Farticles-391286_perfil_nacional.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK)

De la figura 2, se puede decir que BOGOTÁ D.C. registra la mayor matrícula en educación superior con 848.289 personas; mientras que el departamento del VAUPES solo alcanza 243 individuos. En el caso específico del departamento de Córdoba, solo se registran 25.200 estudiantes matriculados, lo que representa una cobertura del 29,54%, mostrando que más del 70% de los jóvenes entre 17 y 21 años no tienen la posibilidad de estudiar. Para la UNICORDOBA que queremos, esto representa un gran reto y nos hace repensar en extendernos más allá de las paredes del claustro con programas en diferentes modalidades, con infraestructura física y tecnológica robusta.

<sup>5</sup> Información reportada por el SNIES en 2023, recuperado de:

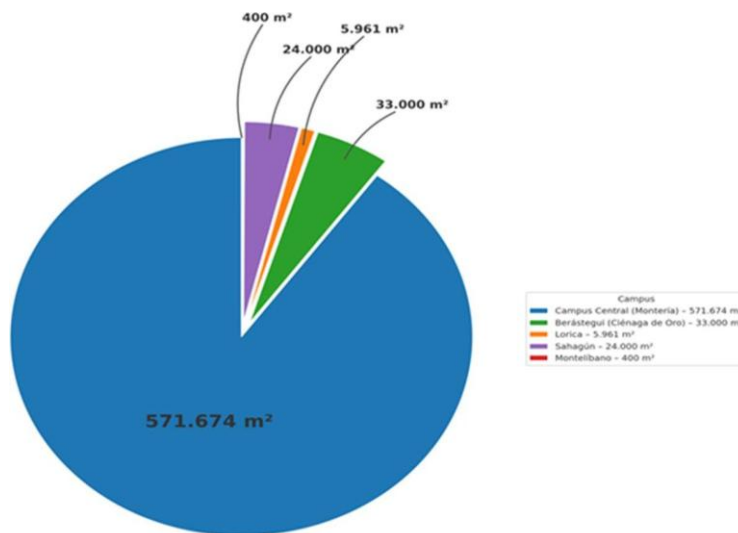
[https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fsnies.mineduacion.gov.co%2F1778%2Farticles-391286\\_perfil\\_nacional.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fsnies.mineduacion.gov.co%2F1778%2Farticles-391286_perfil_nacional.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK)

### 1.1.2. Infraestructura física y tecnológica.

La infraestructura es sin lugar a duda uno de los factores más relevantes al momento de desarrollar la misionalidad de la Universidad de Córdoba. Por tal motivo, se consultó la información disponible en el Plan de Desarrollo Institucional. UNICORDOBA cuenta con los Campus Central con un área de 571.674 m<sup>2</sup>, Berastegui con un área de 33.000 m<sup>2</sup>, Lórica con área de 5.961 m<sup>2</sup>, Sahagún área 24.000 m<sup>2</sup> y Montelíbano 400 m<sup>2</sup>, en los cuales desarrollan sus actividades 7 facultades. En la gráfica 3, se aprecia la cantidad de metros cuadrados por campus.

**Figura 3**

*Metros cuadrados por campus para el desarrollo de la misionalidad.*



De la figura 3, se aprecia que la Universidad dispone de alrededor de 635.035 m<sup>2</sup> para el desarrollo de funciones sustantivas. Se destaca que en los últimos años se avanzó significativamente en la construcción de nueva infraestructura como el Polideportivo; biblioteca, edificio integrado de laboratorios de ciencias básicas; sin embargo, hace falta contar con mejores escenarios para el desarrollo de actividades de bienestar, adecuaciones de infraestructura existente.

De igual manera, se debe avanzar en garantizar espacios que permitan la movilidad e inclusión de toda la comunidad.

### **1.1.3. Calidad académica.**

La Universidad de Córdoba ha consolidado una cultura de aseguramiento de la calidad académica alineada con las directrices del Sistema de Aseguramiento de la Calidad Académica del Ministerio de Educación Nacional, logrando la acreditación de alta calidad para más del 40% de sus programas de pregrado. Esto se ha logrado, a través de una práctica permanente de autoevaluación, que involucra a todos los actores de la comunidad universitaria y órganos de gobierno. Esta autoevaluación, permite identificar fortalezas y oportunidades de mejora, y formular planes de mejoramiento, para asegurar el cumplimiento de los más altos requisitos de calidad.

El alma mater también ha fortalecido sus procesos en el marco de la mejora continua, obteniendo la ratificando la certificación institucional bajo la norma NTC ISO 9001:2008. Además, ha logrado la Acreditación Institucional de Alta Calidad por seis años, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional. Esto es un reconocimiento a la calidad académica y administrativa de la Universidad de Córdoba, y un compromiso con la transformación social y la excelencia en la educación superior para movilizar los indicadores de desarrollo de la Región.

## **1.2. Investigación, innovación y desarrollo.**

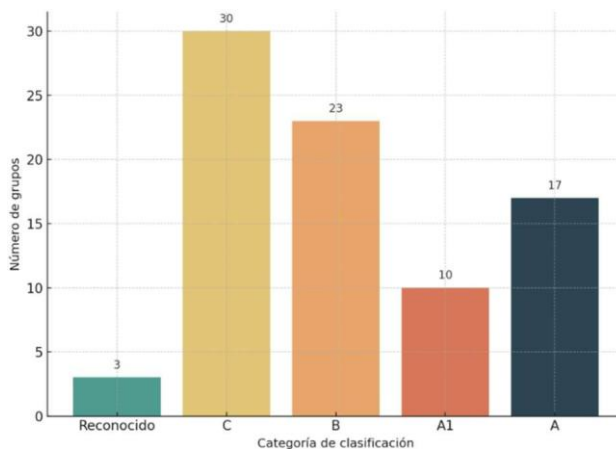
En Colombia, la política pública en ciencia, tecnología e innovación se orienta desde el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, que actúa como ente rector encargado de definir los lineamientos estratégicos que permiten avanzar hacia el cumplimiento de metas nacionales en estas áreas. En este marco, las universidades desempeñan un papel decisivo al consolidar procesos de investigación aplicada a través de sus grupos, los cuales son clasificados periódicamente mediante convocatorias oficiales, de acuerdo con su trayectoria, producción y capacidades. La Convocatoria 894 de 2021 constituye un referente, pues logró registrar y evaluar 6.160 grupos de investigación a nivel nacional, de los cuales 531 alcanzaron la categoría Reconocido, 2.276 fueron clasificados en C, 1.330 en B, 849 en A1 y 1.174 en A.

En el caso particular del departamento de Córdoba, la misma convocatoria arrojó un panorama representativo del potencial científico regional. Se identificaron 83 grupos de investigación, distribuidos en diferentes categorías: 30 en C, 23 en B, 17 en A, 10 en A1 y 3 en condición de reconocidos. Este resultado evidencia una base investigativa diversa y con niveles significativos de madurez, en la que sobresale la Universidad de Córdoba como principal institución ancla. Gran

parte de la producción académica y científica del departamento se concentra en esta alma máter y en sus grupos, que abarcan desde las ciencias básicas y naturales hasta áreas aplicadas de la ingeniería, la salud y las ciencias sociales. Como se muestra en la figura 4.

**Figura 4**

Clasificación de los grupos de investigación avalados en el departamento de Córdoba.



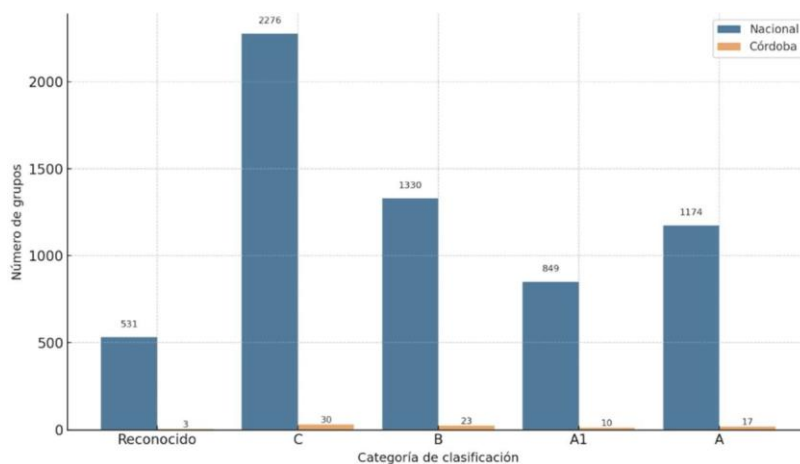
**Nota:** elaboración propia a partir de la clasificación de los grupos en la convocatoria 894 del 2021 del Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación.

---

<sup>7</sup> Información publicada del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, de la convocatoria 894 del 2021. Recuperado de: <https://minciencias.gov.co/ciudadano/datosabiertos>

Al igual que ocurre en otros departamentos de la región Caribe, la Universidad de Córdoba concentra la mayor parte de estos grupos, desempeñando un papel protagónico en la generación de conocimiento y en la formación de investigadores. El peso de esta institución en el sistema regional de ciencia, tecnología e innovación es decisivo, pues aporta tanto a las áreas de ciencias básicas y naturales como a disciplinas aplicadas en salud animal y humana, ingenierías y ciencias humanas y educación. La distribución de los grupos permite concluir que Córdoba no solo presenta una base amplia de colectivos en consolidación, sino que también exhibe un núcleo de excelencia investigativa que contribuye a posicionar al departamento en la agenda nacional de investigación.

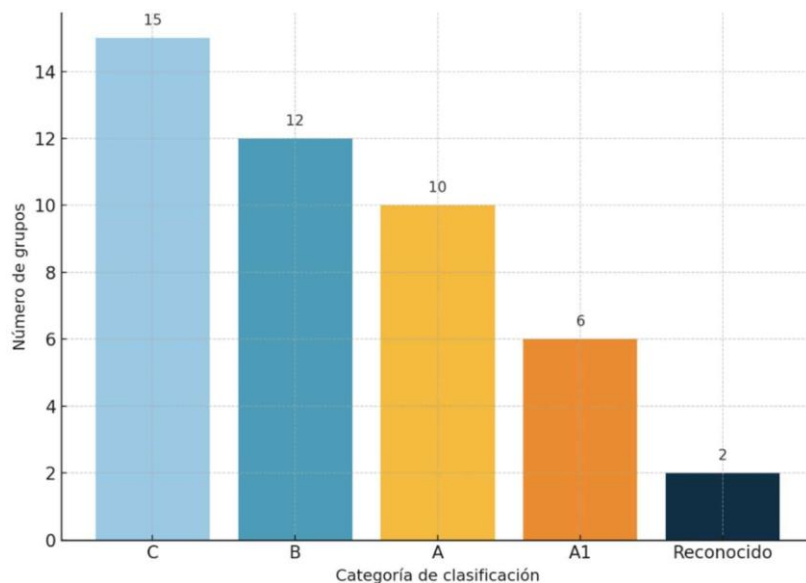
La comparación entre los resultados nacionales y los del departamento de Córdoba permite dimensionar la magnitud relativa de la producción investigativa regional. Mientras que en el ámbito nacional se clasificaron 6.160 grupos, Córdoba aportó 83, lo que representa un porcentaje modesto en términos cuantitativos, pero significativo en cuanto a la diversidad de categorías alcanzadas. Como se muestra en la Figura 5.



**Figura 5.** Comparación de la clasificación de grupos de investigación: Nacional vs. Córdoba

La mayor proporción de grupos a nivel nacional se concentró en la categoría C (2.276), seguida por las categorías A (1.174) y B (1.330). En Córdoba se reproduce una tendencia similar: la categoría C es la más numerosa (30 grupos), seguida de la B (23) y de la A (17), mientras que en los niveles de mayor consolidación (A1 y A) se destacan 10 y 17 grupos, respectivamente. Esta configuración revela que, si bien la participación cordobesa es reducida frente al universo nacional, su estructura interna muestra un equilibrio entre grupos emergentes y colectivos con alto grado de madurez científica, lo que posiciona al departamento como un actor relevante en la agenda investigativa del Caribe colombiano.

En la Universidad de Córdoba se clasificaron 45 grupos de investigación, distribuidos en distintas categorías: 15 en C, 12 en B, 10 en A, 6 en A1 y 2 en condición de Reconocido. Esta distribución refleja un panorama sólido y diverso, en el que coexisten grupos en consolidación con colectivos de alto nivel, ubicados en las categorías A y A1.



**Figura 6.** Clasificación de los grupos de investigación de la Universidad de Córdoba

La fortaleza investigativa de la institución se observa en la proporción de grupos con clasificación superior (A y A1), que representan más de un tercio del total. Esto evidencia que, aunque la universidad mantiene una base importante de grupos en categorías intermedias (C y B), logra también sostener un núcleo de excelencia académica. La presencia de múltiples colectivos en A y A1 respalda la madurez de sus procesos de investigación y el impacto de su producción científica en la región Caribe y en el sistema nacional de CTel.

En términos estratégicos, estos resultados colocan a la Universidad de Córdoba como la principal institución ancla de la investigación en el departamento, con responsabilidad de continuar fortaleciendo la formación de investigadores, ampliar las redes de cooperación y asegurar la transferencia de conocimiento hacia el entorno social y productivo.

El panorama de la Universidad de Córdoba revela una clara fortaleza en Ciencias Básicas, área en la que se concentra el mayor número de grupos (18). Este predominio es consistente con la tradición investigativa de la institución en biología, química, medio ambiente y biodiversidad, campos que han sustentado gran parte de su producción académica y su reconocimiento nacional.

En segundo lugar, destacan los colectivos vinculados a Ingeniería y Tecnología (9 grupos), lo cual resulta estratégico en un contexto de transformación digital y de consolidación de capacidades regionales en innovación tecnológica. Esta base se complementa con Ciencias Agrícolas (8 grupos), un ámbito crucial dada la vocación productiva del departamento y el papel que desempeña la universidad en el fortalecimiento del sector agropecuario.

Asimismo, se observan contribuciones importantes en Ciencias Humanas (7 grupos) y en Ciencias Médicas y de la Salud (5 grupos), lo que refleja una apuesta institucional por la investigación con impacto social y sanitario. Finalmente, aunque con menor representación, aparece Humanidades (1 grupo), área que, si bien cuenta con un número reducido de colectivos, aporta a la comprensión crítica y cultural de la región.

En conjunto, esta distribución muestra que la Universidad de Córdoba no solo mantiene un núcleo consolidado en ciencias básicas y aplicadas, sino que diversifica sus aportes en áreas sociales, de salud y humanísticas, lo que la posiciona como un actor clave en la articulación del sistema regional de ciencia, tecnología e innovación.

### **1.3. De la extensión y la Proyección social.**

La educación superior constituye, sin lugar a dudas, un catalizador fundamental del desarrollo social, en tanto que las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión contribuyen a transformar realidades individuales y colectivas. En este sentido, la extensión y la proyección social se configuran como el vehículo que articula la interacción de la Universidad con su entorno, promoviendo un trabajo bidireccional Universidad–Sociedad–Universidad. Tal como lo señalan Pico et al. (2022), “es la vía para desarrollar y fortalecer el trabajo en las comunidades, formar a sus líderes comunitarios y establecer un vínculo adecuado y efectivo entre la institución y su entorno” (p. 703).

Desde esta perspectiva, la Universidad de Córdoba ha consolidado una estructura organizacional de la extensión en dos grandes componentes. En primer lugar, se encuentra la instancia central conformada por el Consejo Superior, la Rectoría, el Consejo

Académico, la Vicerrectoría Académica, Vicerrectoría de Investigación y Extensión y Vicerrectoría Administrativa y Financiera. En segundo lugar, se ubican las instancias facultativas, integradas por los Consejos de Facultad, las Decanaturas y los Comités de Extensión y Proyección Social de cada facultad. Dichos componentes responden de manera articulada a la política pública institucional, aprobada mediante el Acuerdo No. 083 de 2019 del Consejo Superior.

Por consiguiente, se reconoce la importancia de avanzar en el fortalecimiento de la estructura organizacional de la extensión y proyección social, asegurando la integración efectiva de todos los actores que intervienen en este proceso. Asimismo, resulta indispensable potenciar las capacidades de coordinación y articulación institucional para responder a los desafíos actuales del relacionamiento Universidad–Sociedad–Universidad, de modo que la universidad continúe ejerciendo un impacto positivo en el desarrollo social, cultural y económico de su región y del país.

## **CAPITULO II: PROYECTOS DE GESTIÓN Y ESTRATEGIAS PARA LA EXCELENCIA ACADÉMICA, LA INVESTIGACIÓN Y LA EXTENSIÓN.**

En este espacio, inicialmente se tomaron como referente estratégicos el Acuerdo por lo Superior 2034, Plan Nacional de Desarrollo 2022 - 2026, Plan Departamental de Desarrollo, Plan Decenal de Educación 2016 – 2026, Objetivos de Desarrollo Sostenible, lineamientos del Ministerio de Educación Nacional y Plan de Desarrollo Institucional de La Universidad de Córdoba, para hacer una profunda reflexión entre Estudiantes, Docentes, Trabajadores, Egresados y Sociedad, para de esta manera presentar las líneas estratégicas, pilares, objetivos estratégicos y proyectos, que serán la carta de navegación en el periodo 2025 – 2028, como se describe a continuación:

### **2.1.Línea estratégica 1: CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN (CTEI) PARA PROMOVER EL TERRITORIO.**

En el marco de las prioridades del departamento de Córdoba, los proyectos de gestión en Ciencia, Tecnología e Innovación (CTeI) deben responder a las dinámicas sociales, productivas y ambientales de la región. En este sentido, se plantea la formulación de iniciativas orientadas a modernizar los sistemas productivos agropecuarios y agroindustriales, incorporando tecnologías limpias, bioproductos y prácticas sostenibles que fortalezcan la seguridad alimentaria y la competitividad regional.

De igual forma, se considera estratégico impulsar proyectos relacionados con la protección de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos naturales, mediante observatorios de cambio climático, programas de conservación de ecosistemas y la aplicación de tecnologías para el manejo eficiente del agua y la energía.

Estas acciones contribuirán a mitigar problemáticas ambientales estructurales del territorio, como la deforestación, el deterioro de cuencas hídricas y la vulnerabilidad frente a eventos extremos.

Asimismo, la innovación social constituye un eje central de la gestión, orientado al desarrollo de laboratorios comunitarios, iniciativas de emprendimiento digital y fortalecimiento de capacidades en jóvenes, mujeres y comunidades rurales, indígenas y afrodescendientes. Estos espacios permitirán generar soluciones tecnológicas pertinentes a problemáticas sociales, reducir brechas de inequidad y fomentar el arraigo territorial.

En materia de salud y bienestar, los proyectos deben enfocarse en la creación de centros de investigación en medicina tropical y salud pública, la implementación de programas de telemedicina en zonas apartadas y la promoción de estudios en nutrición y salud comunitaria. Estas acciones buscan atender de manera oportuna las condiciones epidemiológicas particulares de la región y mejorar la calidad de vida de la población.

Finalmente, resulta indispensable consolidar la infraestructura científica y tecnológica del departamento, mediante la creación de parques tecnológicos, incubadoras de empresas basadas en conocimiento y laboratorios móviles de innovación. Estos espacios, articulados con la Universidad de Córdoba y actores del Sistema Regional de CTel, se proyectan como plataformas para dinamizar la transferencia tecnológica, la investigación aplicada y la formación de talento humano altamente calificado.

---

<sup>8</sup> Pico Macías, M. E., Lorenzo Jaramillo, G. A., Bello Sabado, B. J., & Chaves Franco, J. A. (2022). La proyección social de las instituciones de educación superior y el fortalecimiento del liderazgo comunitario. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa 2.0*, 26(Extraordinario), 703 – 716. <https://doi.org/10.46498/reduipb.v26iExtraordinario.1675>

<sup>9</sup> Información consulta en la página web de la Universidad de Córdoba.

---

**Objetivo estratégico 1:** Desarrollar acciones de CTel, que aporten a la transformación social, política, académica y productiva del territorio.

**Estrategia 1:** Fomentar el desarrollo de iniciativas científicas, tecnológicas y de innovación articuladas con las necesidades y prioridades territoriales.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Impulsar la creación del Centro de Desarrollo Tecnológico e Innovación.
2. Liderazgo en la agenda departamental de CTel.
3. Diseño e implementación de un programa de investigación orientado a las necesidades del territorio.

---

**Objetivo estratégico 2:** Fortalecer la investigación en la Universidad de Córdoba como eje dinamizador del desarrollo de las funciones sustantivas y del progreso académico, científico y social del departamento.

**Estrategia 2:** Consolidar las capacidades institucionales en Ciencia, Tecnología e Innovación (CTel) en la Universidad de Córdoba, en concordancia con la política nacional de fomento y aseguramiento de la calidad, potenciando el liderazgo regional de la institución en la generación de conocimiento.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Desarrollar programas orientados al fortalecimiento de las competencias investigativas en estudiantes y docentes, fomentando la formación integral en investigación formativa y aplicada.
  2. Incrementar los estímulos económicos e institucionales para grupos de investigación categorizados por MINCIENCIAS, con el fin de promover la excelencia científica.
  3. Implementar acciones de acompañamiento y asesoría que mejoren la clasificación y el desempeño de grupos e investigadores en el sistema nacional de ciencia y tecnología.
  4. Incrementar la producción de resultados científicos con altos estándares de calidad,
-

---

pertinencia social y aporte a la solución de problemáticas regionales.

5. Fomentar la participación activa de egresados en proyectos de investigación, como estrategia para fortalecer la innovación, la transferencia de conocimiento y el impacto en el desarrollo territorial.

---

**Estrategia 3:** Fortalecer la gestión de recursos para consolidar y desarrollar procesos de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTeI) en la Universidad de Córdoba, garantizando sostenibilidad financiera y pertinencia social en los proyectos de investigación.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Fomentar la participación activa de los grupos de investigación en convocatorias externas nacionales e internacionales, con el fin de ampliar las oportunidades de financiación y fortalecer el impacto de los resultados científicos.
2. Implementar convocatorias internas institucionales orientadas a respaldar iniciativas de investigación con alto impacto social, académico y productivo en el departamento de Córdoba.
3. Capacitar y acompañar a los semilleros de investigación en la formulación, presentación y gestión de proyectos de CTeI, promoviendo la formación de nuevas generaciones de investigadores con competencias sólidas en gestión científica.

---

Fuente: elaboración propia tomando como referencia el Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad de Córdoba.

---

## **2.2. Línea estratégica 2: CALIDAD ACADÉMICA CON ENFOQUE TERRITORIAL.**

---

**Objetivo estratégico 3:** Promover condiciones académicas que garanticen una formación integral caracterizada por la pertinencia, la calidad, la responsabilidad social y el enfoque territorial, contribuyendo al desarrollo sostenible del departamento de Córdoba y de la región Caribe.

---

---

**Estrategia 4:** Consolidar y mantener los procesos de aseguramiento de la calidad institucional.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Fortalecer la cultura de la calidad académica en todos los niveles de la institución.
2. Garantizar la articulación efectiva entre los sistemas de aseguramiento de la calidad académica y la gestión administrativa.
3. Avanzar en procesos de reacreditación institucional en Alta Calidad, fortaleciendo el posicionamiento académico de la Universidad.

---

**Estrategia 5:** Fortalecer la oferta académica de la Universidad.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Obtener acreditación nacional de nuevos programas académicos y acreditación internacional de al menos un programa estratégico.
  2. Ampliación de la oferta de posgrados.
  3. Incrementar la oferta de programas de pregrado en áreas prioritarias para el desarrollo regional.
  4. Promover la cualificación de docentes con formación de alto nivel y ampliar la planta profesoral para garantizar cobertura y calidad.
  5. Implementar nuevas modalidades y escenarios de formación (virtual, dual y presencial) que
-

---

favorezcan el acceso equitativo y pertinente.

---

**Estrategia 6:** Atención integral al estudiante, para el desarrollo de trayectorias educativas completas, continuas y de calidad.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Fortalecimiento de los procesos de seguimiento y atención de estudiantes.
  2. Actualización de las políticas de Bienestar Universitario.
  3. Diseño e implementación de una política de incentivos al personal de carrera administrativo.
  4. Aumento de la cobertura del Plan Padrino almuerzos y sostenimiento en la Universidad.
- 

**Estrategia 7:** Fomentar la producción literaria, científica, cultural y humanística en el departamento de Córdoba.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Fortalecer la indexación y visibilidad de revistas académicas propias de la Universidad de Córdoba, promoviendo su posicionamiento en bases de datos nacionales e internacionales.
  2. Estimular la publicación de libros, artículos, textos y otros productos académicos y culturales que reflejen las realidades y potencialidades del territorio cordobés.
- 

**Estrategia 8:** Consolidar la investigación y la extensión como soporte para el fortalecimiento de la oferta educativa.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Crear un centro de desarrollo y fomento empresarial que impulse la innovación y el emprendimiento en sectores estratégicos del departamento.
  2. Establecer alianzas para la ejecución de proyectos con alto impacto social y económico en el territorio cordobés.
  3. Promover convenios de cooperación con instituciones nacionales e internacionales que potencien la formación académica y la transferencia de conocimiento.
- 

**Estrategia 9:** Implementar acciones permanentes de seguimiento y acompañamiento a los egresados y su entorno.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Desarrollar un programa integral de inclusión y vinculación de egresados a la vida académica y productiva del departamento.
  2. Diseñar programas de formación continua para egresados, ajustados a las demandas del mercado laboral regional.
  3. Establecer una política de relevo generacional que reconozca el valor de ser egresado de la Universidad de Córdoba como factor diferenciador.
  4. Ampliar la participación de egresados en programas de bienestar universitario y proyectos de desarrollo territorial.
- 

**Objetivo estratégico 4:** Fortalecer la oferta educativa de la Universidad de Córdoba, en el marco de las tendencias y necesidades locales.

---

**Estrategia 10:** Fortalecimiento de la capacidad institucional para la oferta de la educación.

---

---

**Proyectos de gestión:**

1. Establecer una política de flexibilización curricular que facilite la titulación y el reconocimiento de créditos en pregrado y posgrado.
2. Promover la participación de docentes en pasantías y prácticas internacionales.
3. Fortalecimiento de las competencias en una segunda lengua en la comunidad universitaria.

---

**Estrategia 11:** Gestión estratégica para la innovación educativa y la transformación digital.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Capacitación a estudiantes y docentes en la incorporación de nuevas tecnologías en el proceso educativo.
2. Incorporar nuevas tecnologías en el proceso de enseñanza.
3. Actualización digital de egresados en el manejo de herramientas tecnológicas.
4. Incentivar el uso responsable de la Inteligencia Artificial en los procesos formativos.
5. Adquisición de bases de datos para fortalecer la formación, investigación y gestión administrativa.

---

Fuente: elaboración propia tomando como referencia el Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad de Córdoba.

### 2.3. **Línea estratégica 3: LA UNIVERSIDAD COMO UNA EXPERIENCIA INCLUYENTE.**

---

**Objetivo estratégico 5:** Fortalecer los espacios de diversidad y género.

---

**Estrategia 12:** Diseñar e implementar una estrategia pedagógica orientada al fomento de las prácticas inclusivas desde cada uno de los ejes misionales de la Universidad.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Implementación de estrategias pedagógicas que promuevan la inclusión.
2. Fomento de la inclusión y proyección social con enfoque poblacional. Impulsar el uso de herramientas pedagógicas que permitan la inclusión en los diferentes escenarios.

---

**Objetivo estratégico 6:** Diseñar e implementar una estrategia integral para atender los procesos de formación para estudiantes con necesidades especiales.

---

**Estrategia 13:** Inclusión al proceso de formación universitaria a las personas con necesidades especiales.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Promover políticas para facilitar la vida universitaria a personas con necesidades especiales.
2. Garantizar condiciones que faciliten el aprendizaje en procesos de formación de personas con necesidades especiales.

---

**Objetivo estratégico 7:** Promover experiencias y escenarios de movilidad nacional e internacional, para el desarrollo de competencias integrales de la comunidad universitaria.

---

**Estrategia 14:** Alianzas estratégicas nacionales e internacionales, para programas de movilidad.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Garantizar condiciones para la movilidad entrante y saliente de estudiantes y docentes.
2. Establecer mecanismos que permitan la movilidad de personal administrativo.

---

Fuente: elaboración propia tomando como referencia el Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad de Córdoba

## 2.4. LÍNEA ESTRATÉGICA 4: GOBERNANZA PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL.

---

**Objetivo estratégico 8:** Optimizar el modelo administrativo organizacional y financiero, como respuesta a las necesidades del crecimiento institucional.

---

**Estrategia 15:** Consolidación de las capacidades institucionales para la gestión del desarrollo.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Actualización del estatuto administrativo de la Universidad de Córdoba.
  2. Actualización del estatuto docente de la Universidad de Córdoba.
  3. Modernización de la estructura administrativa organizacional.
  4. Implementación de sistemas de aseguramiento de la calidad, seguridad y salud en el trabajo.
- 

**Objetivo estratégico 9:** Impulsar la prestación de servicios y funciones misionales, mediante el mejoramiento continuo de la infraestructura física y tecnológica.

---

**Estrategia 16:** Infraestructura para la competitividad y consolidación institucional.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Desarrollo de nueva infraestructura que fortalezca la formación y la investigación.
  2. Mantenimiento y dotación de la infraestructura existente, para las actividades misionales.
  3. Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica para la academia, investigación y extensión.
  4. Implementación de una política de dotación de software y hardware para mejorar la enseñanza e investigación.
  5. Disponer de mayores espacios para que estudiantes extracurricularmente puedan adelantar procesos de aprendizaje.
- 

**Objetivo estratégico 10:** Afianzar las habilidades deportivas, culturales, estilos de vida saludable e inclusivos, a través de programas que garanticen el desarrollo humano y el bienestar universitario.

---

**Estrategia 17:** Promoción del desarrollo humano y bienestar universitario para la calidad de vida

---

1. Dotar a estudiantes, docentes, egresados y trabajadores, de los elementos necesarios para el desarrollo de actividades deportivas y culturales.
  2. Diversificación y mejoramiento de la oferta de bienestar en los Campus Ciencias de la Salud y Ciencias Agropecuarias.
  3. Incentivar la participación de los egresados en diferentes actividades de bienestar.
- 

**Objetivo estratégico 11:** Optimizar el modelo administrativo organizacional y financiero, como, respuesta a las necesidades del crecimiento institucional.

---

**Estrategia 18:** Fortalecimiento de la capacidad financiera para el crecimiento de la universidad.

---

**Proyectos de gestión:**

1. Acreditación de laboratorios para mejorar la oferta de servicios a la comunidad.
  2. Gestión de proyectos de inversión que contribuyan al mejoramiento de calidad de vida de la comunidad universitaria.
  3. Incentivar la oferta de servicios especializados a entidades públicas y privadas, considerando las fortalezas de la Universidad.
  4. Ofrecer las condiciones para mejorar la venta de servicios.
- 

**Objetivo estratégico 12:** Fomentar la cultura y educación ambiental, para alcanzar un crecimiento institucional sostenible.

---

**Estrategia 19:** Acciones para fortalecer la gestión ambiental.

---

---

**Proyectos de gestión:**

1. Diseño e implementación de un sistema de gestión ambiental.
  2. Promover la participación conjunta con entidades públicas y privadas, en actividades con contribuyan a la conservación del medio ambiente.
  3. Adelantar una política de uso progresivo de energías renovables en la Universidad de Córdoba.
  4. Consolidación de estrategias de educación ambiental a la comunidad universitaria.
  5. Incentivar la participación del egresado en la gestión ambiental de UNICORDOBA.
- 

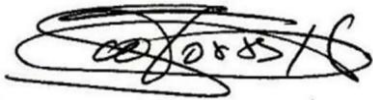
Institucional.

---

**Proyectos de gestión:**

Fuente: elaboración propia tomando como referencia el Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad de Córdoba.

---



**FRANCISCO JOSÉ TORRES HOYOS**

CC. No.2.758.804 de Ciénaga de Oro

**PROGRAMA DE GOBIERNO**  
**FRANCISCO JOSÉ TORRES HOYOS**  
**RECTOR 2026– 2031**

**ANEXO:**

**PROYECTOS DE GESTIÓN Y ESTRATEGIAS PARA LA EXCELENCIA ACADÉMICA, LA INVESTIGACIÓN Y LA EXTENSIÓN.**

**Línea estratégica 1: CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN (CTEI) PARA PROMOVER EL TERRITORIO.**

---

**Objetivo estratégico 1:** Desarrollar acciones de CTel, que aporten a la transformación social, política, académica y productiva del territorio.

---

**Estrategia 1:** Fomentar el desarrollo de iniciativas científicas, tecnológicas y de innovación articuladas con las necesidades y prioridades territoriales.

---

**Proyectos de gestión:**

Impulsar la creación del Centro de Desarrollo Tecnológico e Innovación.

Liderazgo en la agenda departamental de CTel.

Diseño e implementación de un programa de investigación orientado a las necesidades del territorio.

---

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                      | INDICADOR DE PRODUCTO                        | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Impulsar la creación del Centro de Desarrollo Tecnológico e Innovación                              | Centro de desarrollo tecnológico formulado   | 15%   | 30%   | 30%   | 15%   | 10%   |
| Liderazgo en la agenda departamental de CTel.                                                       | Creación de una Agenda Departamental de CTel | 0     | 1     | 0     | 1     | 0     |
| Diseño e implementación de un programa de investigación orientado a las necesidades del territorio. | Formulación de un Programa de Investigación  | 0     | 1     | 0     | 0     | 0     |

**Objetivo estratégico 2:** Fortalecer la investigación en la Universidad de Córdoba como eje dinamizador del desarrollo de las funciones sustantivas y del progreso académico, científico y social del departamento.

**Estrategia 2:** Consolidar las capacidades institucionales en Ciencia, Tecnología e Innovación (CTeI) en la Universidad de Córdoba, en concordancia con la política nacional de fomento y aseguramiento de la calidad, potenciando el liderazgo regional de la institución en la generación de conocimiento.

**Proyectos de gestión:**

1. Desarrollar programas orientados al fortalecimiento de las competencias investigativas en estudiantes y docentes, fomentando la formación integral en investigación formativa y aplicada.
2. Incrementar los estímulos económicos e institucionales para grupos de investigación categorizados por MINCIENCIAS, con el fin de promover la excelencia científica.
3. Implementar acciones de acompañamiento y asesoría que mejoren la clasificación y el desempeño de grupos e investigadores en el sistema nacional de ciencia y tecnología.
4. Incrementar la producción de resultados científicos con altos estándares de calidad, pertinencia social y aporte a la solución de problemáticas regionales.
5. Fomentar la participación activa de egresados en proyectos de investigación, como estrategia para fortalecer la innovación, la transferencia de conocimiento y el impacto en el desarrollo territorial.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                                                                                                          | INDICADOR DE PRODUCTO                               | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Desarrollar programas orientados al fortalecimiento de las competencias investigativas en estudiantes y docentes, fomentando la formación integral en investigación formativa y aplicada.               | Programa de Investigación Formativa elaborado.      | 30%   | 30%   | 20%   | 10%   | 10%   |
| Incrementar los estímulos económicos e institucionales para grupos de investigación categorizados por MINCIENCIAS, con el fin de promover la excelencia científica.                                     | Programa de incentivos elaborado.                   | 30%   | 30%   | 20%   | 10%   | 10%   |
| Implementar acciones de acompañamiento y asesoría que mejoren la clasificación y el desempeño de grupos e investigadores en el sistema nacional de ciencia y tecnología.                                | Número de Investigadores categorizados              | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    |
| Incrementar la producción de resultados científicos con altos estándares de calidad, pertinencia social y aporte a la solución de problemáticas regionales.                                             | Número de productos divulgados                      | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    |
| Fomentar la participación activa de egresados en proyectos de investigación, como estrategia para fortalecer la innovación, la transferencia de conocimiento y el impacto en el desarrollo territorial. | Número de Egresados en actividades de investigación | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    |

**Estrategia 3:** Fortalecer la gestión de recursos para consolidar y desarrollar procesos de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTeI) en la Universidad de Córdoba, garantizando sostenibilidad financiera y pertinencia social en los proyectos de investigación.

**Proyectos de gestión:**

4. Fomentar la participación activa de los grupos de investigación en convocatorias externas nacionales e internacionales, con el fin de ampliar las oportunidades de financiación y fortalecer el impacto de los resultados científicos.
5. Implementar convocatorias internas institucionales orientadas a respaldar iniciativas de investigación con alto impacto social, académico y productivo en el departamento de Córdoba.
6. Capacitar y acompañar a los semilleros de investigación en la formulación, presentación y gestión de proyectos de CTeI, promoviendo la formación de nuevas generaciones de investigadores con competencias sólidas en gestión científica.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                              | INDICADOR DE PRODUCTO                      | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Propiciar la participación de los grupos de investigación en diferentes convocatorias externas para la gestión de recursos. | Número de Proyectos de I+D+i presentados   | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     |
| Realizar convocatorias internas para financiar iniciativas de grupos de investigación con impacto social, en CTeI.          | Programa de gestión de recursos elaborado. | 30%   | 70%   | 0%    | 0%    | 0%    |
| Capacitar a los semilleros de investigación en la formulación de proyectos de CTeI.                                         | Número de proyectos de CTeI presentados.   | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     |

**Línea estratégica 2: CALIDAD ACADÉMICA CON ENFOQUE TERRITORIAL.**

**Estrategia 4:** Consolidar y mantener los procesos de aseguramiento de la calidad institucional.

**Proyectos de gestión:**

1. Fortalecer la cultura de la calidad académica en todos los niveles de la institución.
2. Garantizar la articulación efectiva entre los sistemas de aseguramiento de la calidad académica y la gestión administrativa.
3. Avanzar en procesos de reacreditación institucional en Alta Calidad, fortaleciendo el posicionamiento académico de la Universidad.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                                     | INDICADOR DE PRODUCTO                                   | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Fortalecer la cultura de la calidad académica en todos los niveles de la institución.                                              | Reacreditación Institucional en Alta Calidad alcanzada. | 30%   | 70%   | 0%    | 0%    | 0%    |
| Garantizar la articulación efectiva entre los sistemas de aseguramiento de la calidad académica y la gestión administrativa.       | Plan de Acción de Gestión de la Calidad.                | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| Avanzar en procesos de reacreditación institucional en Alta Calidad, fortaleciendo el posicionamiento académico de la Universidad. | Plan Anual de Aseguramiento de la Calidad Académica.    | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |

**Estrategia 5:** Fortalecer la oferta académica de la Universidad.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                    | INDICADOR DE PRODUCTO                 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Acreditación Nacional de nuevos programas académicos y acreditación internacional de un programa. | Nuevos Programas acreditados          | 1     | 1     | 1     | 0     | 0     |
| Ampliación de la oferta de pregrados                                                              | Nuevos programas de pregrado creados  | 1     | 0     | 1     | 0     | 0     |
| Ampliación de la oferta de posgrados                                                              | Nuevos programas de posgrados creados | 1     | 1     | 1     | 0     | 0     |
| Cualificación de docentes de alto nivel y ampliación de la planta docente.                        | Plan de cualificación implementado    | 100%  | 100%  | 100%  | 100%  | 100%  |
|                                                                                                   | Número de plazas previstas            | 0     | 10    | 0     | 10    | 0     |
| Implementación de nuevas modalidades y lugares de desarrollo de la oferta académica.              | Lineamiento institucional creado      | 10%   | 30%   | 70%   | 0%    | 0%    |

**Estrategia 6:** Atención integral al estudiante, para el desarrollo de trayectorias educativas completas, continuas y de calidad.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                                       | INDICADOR DE PRODUCTO                                 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Fortalecimiento de los procesos de seguimiento y atención de estudiantes, con el acompañamiento de Trayectorias Educativas Completas | Número de Estrategias implementadas.                  | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     |
| Actualización de las políticas de Bienestar Universitario.                                                                           | Política de Bienestar Social Universitario ajustada.  | 20%   | 80%   | 0%    | 0%    | 0%    |
| Diseño e implementación de una política de incentivos al personal de carrera administrativo.                                         | Política de incentivos para los funcionarios creada.  | 0     | 50%   | 30%   | 10%   | 10%   |
|                                                                                                                                      | Actualización del estatuto de carrera administrativa. | 30%   | 20%   | 15%   | 15%   | 20%   |

**Estrategia 7:** Fomento de la producción literaria, científica, cultural, humanística, etc.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                     | INDICADOR DE PRODUCTO           | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Mejorar y aumentar la indexación de revistas propias de la Universidad de Córdoba. | Número de Revistas Indexadas.   | 0     | 0     | 1     | 0     | 0     |
| Promover la publicación de libros, artículos, textos y demás productos.            | Número de productos publicados. | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    |

**Estrategia 8:** Consolidación de la investigación y la extensión para la oferta educativa.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                                            | INDICADOR DE PRODUCTO                                  | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Creación del centro de desarrollo y fomento empresarial.                                                                                  | Centro de Desarrollo formulado.                        | 30%   | 30%   | 20%   | 10%   | 10%   |
| Afianzar las alianzas para la ejecución de proyectos con impacto social en el territorio.                                                 | Número de alianzas y redes conformadas.                | 1     | 2     | 2     | 2     | 2     |
| Establecer convenios de cooperación con organizaciones nacionales e internacionales, que contribuyan a escenarios de formación académica. | Número de Convenios Interinstitucionales formalizados. | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     |

**Estrategia 9:** Acciones de seguimiento permanente al egresado y su entorno.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                  | INDICADOR DE PRODUCTO                                         | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Desarrollo de un programa de inclusión del Egresado.                                            | Programa de seguimiento desarrollado.                         | 20%   | 30%   | 30%   | 10%   | 10%   |
| Desarrollo de un programa de formación en educación continuada a los egresados                  | Programa para la Educación Continuada elaborado.              | 20%   | 30%   | 30%   | 10%   | 10%   |
|                                                                                                 | Número de Egresados en Convocatorias de Educación Continuada. | 30    | 50    | 30    | 30    | 50    |
| Promover una política de relevo generacional que tenga como un factor diferencial ser egresado. | Política de relevo elaborada.                                 | 10%   | 40%   | 20%   | 20%   | 10%   |
| Hacer extensiva la participación del egresado en los programas de bienestar universitario.      | Programa de bienestar de creado.                              | 100%  | 0%    | 0%    | 0%    | 0%    |

**Objetivo estratégico 4:** Fortalecer la oferta educativa de la Universidad de Córdoba, en el marco de las tendencias y necesidades locales.

**Estrategia 10:** Fortalecimiento de la capacidad institucional para la oferta de la educación.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                                           | INDICADOR DE PRODUCTO                                        | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Establecer una política de flexibilización curricular que facilite la titulación y el reconocimiento de créditos en pregrado y posgrado. | Política de flexibilización curricular elaborada.            | 10%   | 30%   | 30%   | 20%   | 10%   |
| Promover la participación de docentes en pasantías y prácticas internacionales.                                                          | Número de convenios formalizados.                            | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     |
|                                                                                                                                          | Número de docentes en pasantías y prácticas internacionales. | 4     | 5     | 6     | 5     | 6     |
| Fortalecimiento de las competencias en una segunda lengua en la comunidad universitaria.                                                 | Política de Multilingüismo actualizada.                      | 10%   | 20%   | 20%   | 30%   | 20%   |

**Estrategia 11:** Gestión estratégica para la innovación educativa y la transformación digital.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                           | INDICADOR DE PRODUCTO                                          | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Capacitación a estudiantes y docentes en la incorporación de nuevas tecnologías en el proceso educativo. | Número de estudiantes capacitados.                             | 300   | 300   | 400   | 300   | 400   |
|                                                                                                          | Número de docentes capacitados.                                | 50    | 50    | 50    | 50    | 50    |
| Incorporar nuevas tecnologías en el proceso de enseñanza.                                                | Número de estrategias de innovación tecnológica implementadas. | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     |
| Actualización digital de egresados en el manejo de herramientas tecnológicas.                            | Número de acciones de actualización digital ejecutadas.        | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     |
|                                                                                                          | Número de Egresados en actividades de actualización digital.   | 50    | 50    | 50    | 50    | 50    |
| Incentivar el uso responsable de la Inteligencia Artificial en los procesos formativos.                  | Numero de estrategia implementadas.                            | 20%   | 30%   | 30%   | 10%   | 10%   |

|                                                                                                     |                                      |   |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Adquisición de bases de datos para fortalecer la formación, investigación y gestión administrativa. | Número de bases de datos adquiridas. | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---|---|---|---|---|

**Línea estratégica 3: LA UNIVERSIDAD COMO UNA EXPERIENCIA INCLUYENTE.**

**Objetivo estratégico 5:** Fortalecer los espacios de diversidad y género.

**Estrategia 12:** Diseñar e implementar una estrategia pedagógica orientada al fomento de las prácticas inclusivas desde cada uno de los ejes misionales de la Universidad.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                      | INDICADOR DE PRODUCTO                                                  | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Implementación de estrategias pedagógicas que promuevan la inclusión.                               | Número de Estrategias Pedagógicas implementadas.                       | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     |
|                                                                                                     | Programa de Fortalecimiento elaborado.                                 | 20%   | 20%   | 20%   | 20%   | 20%   |
| Fomento de la inclusión y proyección social con enfoque poblacional                                 | Número de Estrategias de articulación implementas.                     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| Impulsar el uso de herramientas pedagógicas que permitan la inclusión en los diferentes escenarios. | Herramientas pedagógicas implementadas en los procesos formativos      | 1     | 1     | 2     | 1     | 2     |
|                                                                                                     | Herramientas pedagógicas implementadas en los procesos administrativos | 1     | 1     | 2     | 1     | 2     |

**Objetivo estratégico 6:** Diseñar e implementar una estrategia integral para atender los procesos de formación para estudiantes con necesidades especiales.

**Estrategia 13:** Inclusión al proceso de formación universitaria a las personas con necesidades especiales.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                        | INDICADOR DE PRODUCTO                                          | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Promover políticas para facilitar la vida universitaria a personas con necesidades especiales                         | Política de Inclusión Social y Diversidad de Género elaborada. | 30%   | 30%   | 10%   | 30%   | 30%   |
|                                                                                                                       | Estrategias implementadas.                                     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| Garantizar condiciones que faciliten el aprendizaje en procesos de formación de personas en condición de discapacidad | Campañas de sensibilización realizadas.                        | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     |

**Objetivo estratégico 7:** Promover experiencias y escenarios de movilidad nacional e internacional, para el desarrollo de competencias integrales de la comunidad universitaria

**Estrategia 14:** Alianzas estratégicas nacionales e internacionales, para programas de movilidad.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                          | INDICADOR DE PRODUCTO                                     | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Garantizar condiciones para la movilidad entrante y saliente de estudiantes y docentes. | Plan de Internacionalización elaborado.                   | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| Establecer mecanismos que permitan la movilidad de personal administrativo.             | Política de Internacionalización y Movilidad actualizada. | 30%   | 30%   | 30%   | 30%   | 30%   |

#### **Línea Estratégica 4: GOBERNANZA PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL.**

**Objetivo estratégico 8:** Optimizar el modelo administrativo organizacional y financiero, como respuesta a las necesidades del crecimiento institucional.

**Estrategia 15:** Consolidación de las capacidades institucionales para la gestión del desarrollo.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                         | INDICADOR DE PRODUCTO                            | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Actualización del estatuto administrativo de la Universidad de Córdoba | Estatuto de personal administrativo actualizado. | 30%   | 20%   | 0%    | 30%   | 20%   |
| Actualización del estatuto docente de la Universidad de Córdoba.       | Estatuto docente actualizado.                    | 30%   | 30%   | 20%   | 10%   | 10%   |
|                                                                        | Número de seguimientos realizados al estatuto.   | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     |

|                                                               |                                                         |     |     |    |     |     |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----|-----|----|-----|-----|
| Modernización de la estructura administrativa organizacional. | Estudio de personal administrativo y docente realizado. | 30% | 30% | 0% | 30% | 10% |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----|-----|----|-----|-----|

**Objetivo estratégico 9:** Impulsar la prestación de servicios y funciones misionales, mediante el mejoramiento continuo de la infraestructura física y tecnológica.

**Estrategia 16:** Infraestructura para la competitividad y consolidación institucional.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                   | INDICADOR DE PRODUCTO                                        | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Desarrollo de nueva infraestructura que fortalezca la formación y la investigación.                              | Plan Estratégico de Infraestructura física elaborado.        | 0%    | 30%   | 40%   | 10%   | 20%   |
| Mantenimiento y dotación de la infraestructura existente, para las actividades misionales.                       | Plan de Mantenimiento y dotación elaborado.                  | 0%    | 30%   | 40%   | 10%   | 20%   |
| Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica para la academia, investigación y extensión.                   | Plan Estratégico de Tecnologías de la Información (PETI)     | 0%    | 30%   | 40%   | 10%   | 20%   |
| Implementación de una política de dotación de software y hardware para mejorar la enseñanza e investigación.     | Política de Uso de Software y Hardware elaborada.            | 30%   | 30%   | 20%   | 10%   | 10%   |
| Disponer de mayores espacios para que estudiantes extracurricularmente puedan adelantar procesos de aprendizaje. | Número de espacios habilitados para procesos de aprendizaje. | 1     | 2     | 2     | 2     | 2     |

**Objetivo estratégico 10:** Afianzar las habilidades deportivas, culturales, estilos de vida saludable e inclusivos, a través de programas que garanticen el desarrollo humano y el bienestar universitario.

**Estrategia 17:** Promoción del desarrollo humano y bienestar universitario para la calidad de vida Institucional.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                        | INDICADOR DE PRODUCTO                                       | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Dotar a estudiantes, docentes, egresados y trabajadores, de los elementos necesarios                                  | Número de personas por estamento beneficiado                | 300   | 300   | 300   | 300   | 300   |
| Diversificación y mejoramiento de la oferta de bienestar en los Campus Ciencias de la Salud y Ciencias Agropecuarias. | Estrategias de fortalecimiento desarrolladas en cada campus | 1     | 2     | 2     | 2     | 2     |
| Incentivar la participación de los egresados en diferentes actividades de bienestar.                                  | Número de egresados participantes en                        | 150   | 150   | 150   | 150   | 150   |

|  |                    |  |  |  |  |  |
|--|--------------------|--|--|--|--|--|
|  | estas actividades. |  |  |  |  |  |
|--|--------------------|--|--|--|--|--|

**Objetivo estratégico 11:** Optimizar el modelo administrativo organizacional y financiero, como, respuesta a las necesidades del crecimiento institucional.

**Estrategia 18:** Fortalecimiento de la capacidad financiera para el crecimiento de la universidad.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                                   | INDICADOR DE PRODUCTO                                                             | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Acreditación de laboratorios para mejorar la oferta de servicios a la comunidad.                                                 | Número de acciones para la calibración y mantenimiento de equipos de laboratorio. | 0     | 1     | 1     | 1     | 1     |
|                                                                                                                                  | Acreditación de los Laboratorios Institucionales.                                 | 0     | 2     | 2     | 1     | 1     |
| Gestión de proyectos de inversión que contribuyan al mejoramiento de calidad de vida de la comunidad universitaria.              | Estudios de necesidad de proyectos de inversión realizados.                       | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
|                                                                                                                                  | Análisis de costos y estudios de mercado de proyectos de inversión realizados.    | 2     | 2     | 2     | 1     | 1     |
|                                                                                                                                  | Estrategias para la ejecución de recursos del SGR (Ley 2056 de 2020)              | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| Incentivar la oferta de servicios especializados a entidades públicas y privadas, considerando las fortalezas de la Universidad. | Unidad u oficina de mercadeo constituida.                                         | 5%    | 25%   | 20%   | 25%   | 20%   |
| Ofrecer las condiciones para mejorar la venta de servicios.                                                                      | Número de actividades de divulgaciones desarrolladas.                             | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    |
|                                                                                                                                  | Incremento de ingresos por venta de recursos y servicios del Campus.              | 1%    | 1%    | 1%    | 1%    | 1%    |

**Objetivo estratégico 12:** Fomentar la cultura y educación ambiental, para alcanzar un crecimiento institucional sostenible.

**Estrategia 19:** Acciones para fortalecer la gestión ambiental.

| PRODUCTOS (Planes, Programas, Proyectos, etc.)                                                                                       | INDICADOR DE PRODUCTO                                               | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Diseño e implementación de un sistema de gestión ambiental.                                                                          | Plan de Manejo Ambiental elaborado.                                 | 10%   | 30%   | 0%    | 30%   | 30%   |
| Promover la participación conjunta con entidades públicas y privadas, en actividades que contribuyan a la conservación del ambiente. | Estrategias de articulación desarrolladas.                          | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     |
| Consolidación de estrategias de educación ambiental a la comunidad universitaria                                                     | Número de estrategias para la educación ambiental implementadas.    | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     |
| Incentivar la participación del egresado en la gestión ambiental de Unicordoba.                                                      | Número de egresados participantes en procesos de gestión ambiental. | 50    | 50    | 50    | 50    | 50    |