

Política de Extensión Proyección Social

MISIÓN PAZ
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA

Fundadores

John Milton Rodríguez
Norma Stella Ruiz

Consejo Directivo

Cesar Emilio Palacios Delgado
Presidente

Sandra de las Lajas Torres Paz
Rectora

Alejandro Espinosa
Secretario General

Diego Leon
Representante Docentes

Merlin Carabalí Perlaza
Representante Estudiantes

Edgar Asmed García Sánchez
Representante Egresados

Carlos Alberto Arango
Representante Fundadores

Francisco Mejía
Representante Fundadores

Consejo Académico

Sandra de las Lajas Torres Paz
Rectora

Johana Castillo Muñoz
Directora de los Programas Académicos

Tatiana Gilombo
Representante Estudiantil

Jaime Andrés Girón
Representante Profesores Tiempo Completo

Eliceo García
Representante Profesores Hora Cátedra

Alejandro Espinosa
Secretario del Consejo Académico

MISIÓN PAZ
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA

Equipo Directivo

Sandra de las Lajas Torres Paz
Rectora

Jaime Andrés Girón
Director de Investigaciones

Alejandro Espinosa
Director de Registro Académico

Gina Alexandra Mena
Directora de Aseguramiento de la Calidad

Johana Castillo Muñoz
Directora de los Programas Académicos

2026

Contenido

Contenido 4

POLÍTICA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL 5

UNIVERSITARIA PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y SOCIAL MISION PAZ 5

ACTA 002 del 16 de Julio de 2024 5

ACUERDO No. 2026-019 POR EL CUAL EL CONSEJO DIRECTIVO ADOPTA LA POLÍTICA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL 5

ARTÍCULO 1 6

ARTÍCULO 2. OBJETIVO GENERAL 8

ARTÍCULO 3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 10

ARTÍCULO 4. ALCANCE 12

ARTÍCULO 5. DESARROLLO DE LA POLÍTICA 14

ARTÍCULO 6. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE LA POLÍTICA 17

Estrategia 3. Prácticas Empresariales 20

Estrategia 5 Proyección Social 22

Estrategia 7. Plan de vinculación del programa, estudiantes, profesores y administrativos con el sector externo (sector productivo cultural) 22

ARTÍCULO 7. METAS E INDICADORES 25

ARTÍCULO 8. PROGRAMAS DE LA POLÍTICA. La Corporación Universitaria 27

ARTÍCULO 9. SEGUIMIENTO 29

ARTÍCULO 10. VIGENCIA 29

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE, ... 29

POLÍTICA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL
UNIVERSITARIA PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y SOCIAL MISION PAZ

ACTA 002 del 16 de Julio de 2024

ACUERDO No. 2026-019 POR EL CUAL EL CONSEJO DIRECTIVO ADOPTA LA POLÍTICA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL

El Consejo Directivo en uso de sus facultades legales y en especial las conferidas por el artículo 16, literal **f**, del Estatutos, que reza lo siguiente: Son funciones del Consejo Directivos: **f**. Reformar los estatutos y reglamentos de la Institución, basado en que la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social Misión Paz ha establecido como:

MISIÓN

Misión Paz Corporación Universitaria, tiene como misión ser una Institución de Educación Superior participativa, comprometida con el desarrollo de la región, que forme personas integrales, emprendedoras, innovadoras, con liderazgo democrático y con excelencia, a través del poder transformador de la información, la investigación, la creación, la innovación y el emprendimiento, con principios éticos y valores cristianos.

VISIÓN

Misión Paz Corporación Universitaria, tiene como visión ser reconocida como una institución con principios éticos, valores cristianos y altos estándares educativos influyente en la cultura empresarial, social, científica, técnica, tecnológica y público regional, nacional e internacional.

PRINCIPIOS

La Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social tiene los siguientes principios:

a. Enfoque Cristrocéntrico
b. Compromiso Social
c. Excelencia
d. Innovación Emprendedora
e. Cultura de Calidad

VALORES

La Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social tiene los siguientes Valores:

a. Amor a Dios
b. Respeto
c. Integridad
d. Humildad
e. Libertad
f. Servicio

ADOPTA:

PREÁMBULO

La Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social Misión Paz a través del compromiso de la dirección con la comunidad universitaria, establece estrategias de extensión y proyección social que permiten a nuestra institución mantener una integración permanente entre la corporación universitaria y la sociedad.

En esta política se describe dicho compromiso como un lineamiento institucional, fundamentada en valores cristrocéntricos, que permiten brinda una formación de calidad y alto impacto social.

En consideración a lo anterior, se establece la Política de Extensión y proyección social de la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social, basada en los siguientes considerandos:

RESUELVE:

ARTÍCULO 1

Establecer la Política de Extensión y proyección social de la Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social, como lineamiento institucional para el cumplimiento de las condiciones de calidad en atención a las directrices del Ministerio de Educación Nacional.

Objetivo General

ARTÍCULO 2. OBJETIVO GENERAL Interactuar con el sector empresarial y político del Valle del Cauca con el fin de posicionar a la institución como una Corporación que aporta a la solución de problemas empresariales mediante la aplicación de conocimiento e innovación y para el sector político, genera impacto con la nueva visión de un desarrollo social sostenible

Objetivos específicos

ARTÍCULO 3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear Observatorios Empresariales con la participación en cuadros directivos de los gremios y equipos de consultoría especializados en la solución de problemas empresariales regionales.

- Diseñar y desarrollar programas que propendan por un desarrollo moral, económico y profesional de la comunidad académica.

- Velar por la participación de la comunidad académica en los más importantes gremios regionales de participación empresarial.

- Coordinar con la Dirección de Investigaciones los proyectos que impulsan el conocimiento empresarial.

- Crear grupos interdisciplinarios para el seguimiento, adelanto y publicaciones especializadas en el campo empresarial.

Alcance de la política

ARTÍCULO 4. ALCANCE Esta política aplica a las acciones a los grupos de interés como lo son: estudiantes activos, profesores, estudiantes graduados, colaboradores entre personal administrativo, operativo, de dirección y personal externo, entendido como sector empresarial o social. Se incluye en el alcance la planeación y el acompañamiento a los Programas Académicos de Grado Institucional.

Desarrollo de la política

ARTÍCULO 5. DESARROLLO DE LA POLÍTICA

En concordancia con el objetivo general de la presente política, las estrategias de extensión en la Corporación Universitaria, se piensa como una labor que conecta disciplinas, saberes, experiencias de la comunidad universitaria con el medio nacional e internacional, procurando contribuir al desarrollo de la sociedad.

Para ello la Corporación Universitaria:

- Propicia espacios y oportunidades para una cultura de investigación, innovación sostenible para los estudiantes, profesores y egresados
- Promueve proyectos de desarrollo y transformación de ciudad.
- Propicia espacios y oportunidades para una cultura del emprendimiento de los estudiantes y egresados.
- Establece relación con el gobierno, el sector empresarial desde el emprendimiento, la investigación, innovación, el fortalecimiento empresarial, la asesoría, las prácticas, y la educación continua.
- Propicia espacios y oportunidades para una cultura de inclusión social de estudiantes y egresados.









Líneas estratégicas de la política

ARTÍCULO 6. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE LA POLÍTICA. Las líneas estratégicas de la Política de Extensión y proyección social son las siguientes:

A. Estrategia 1. Relación con el Sector Externo

La Corporación Universitaria establece la relación con el sector externo como una de las estrategias que permite la articulación de los profesores y estudiantes con la dinámica social, productiva, creativa y cultural de su contexto, pues es en las prácticas, los proyectos integradores, de aula y de grado en donde se pueden estudiar y concebir las propuestas que van a impulsar la solución de los problemas de ese medio.

Adicionalmente, se complementa esta interacción con el entorno con la creación de observatorios empresariales especializados, participación en cuadros directivos de los gremios y equipos de consultoría especializados en la solución de problemas empresariales regionales relacionados con los tópicos objeto de estudio de cada programa.

En ese sentido, en la Corporación Universitaria, se establece aquellos medios, actividades y resultados esperados de la vinculación académica con el sector productivo, social, cultural, tecnológico, público y privado.

En primera instancia, el actor principal con el que se llevará a cabo esta relación entre academia y sector externo es el sector productivo. Fiel a su misión y visión institucional, para la Corporación Universitaria, la empresa privada juega un rol fundamental para estudiantes y profesores de la institución, dado que es el lugar donde se ponen en práctica lo aprendido durante la formación universitaria.

En segundo lugar, están las instituciones públicas, especialmente aquellas de orden local, municipal y departamental. Esto con el objetivo de sumar como academia a la consecución de las metas

planteadas en estos niveles para el desarrollo económico, social, tecnológico y cultural de la ciudad y la región. De tal manera, lograr articular esfuerzos es indispensable para la institución, donde estudiantes y profesores aporten a la innovación.

Finalmente, el tercer actor es la sociedad civil organizada (asociaciones, gremios, etc.), donde con sus conocimientos puedan fortalecer procesos de producción de riqueza, tejido social y elementos culturales en los que participen sociedad civil y academia de manera conjunta.

Se relaciona en la tabla 1 las actividades y los resultados esperados de la articulación con el sector externo.

Tabla 1. Actividades y resultados esperados en la relación con el sector externo

Nº	Actividades	Resultados esperados
1	Convenios para las prácticas de los estudiantes con entidades oficiales	Estudiantes practicantes que participen en procesos de gestión pública en entidades oficiales de diverso orden.
2	Convenios para las prácticas de los estudiantes con empresas comunicacionales	Estudiantes practicantes que participen en procesos de relacionamiento con el sector externo en la disciplina de la comunicación social.
3	Convenios con organizaciones sociales	Proyectos de cooperación regional, nacional e internacional con fines comunicacionales.
4	Proyectos de extensión en investigación e innovación	Proyectos de investigación e innovación financiados por entidades públicas y privadas.
5	Espacios de intercambio de conocimiento entre la academia y el sector productivo	Espacios de intercambio donde el sector productivo y la academia dialoguen sobre los retos en torno los desafíos de la Comunicación Social
6	Convenios que ayuden a la empleabilidad de los egresados del programa	Convenios con empresas que faciliten la inserción laboral de estudiantes de la Corporación.
7	Convenios de financiación de la investigación	Acuerdos con el sector privado para lograr financiación para la investigación que también contribuya en el desarrollo empresarial de la región.

En la articulación entre la academia y el sector externo, es fundamental que se tenga un mecanismo de producción y gestión de la información de los resultados de esta articulación entre ambas partes. Para esto, desde la Corporación Universitaria se proponen los siguientes mecanismos:

Mecanismo 1. Gestión documental: Los convenios y acuerdos entre la Corporación y el sector externo deben de cumplir los requerimientos de gestión documental de la institución.

Así pues, se tendrá un repositorio de toda la documentación resultante de dichos convenios, dando así paso a un espacio de memoria que permita tener un fácil acceso a la información allí contenida en el marco de la racionalización de los procesos que lleva la institución.

Mecanismo 2. Seguimiento: Para cada convenio o acuerdo se deben establecer formas de seguimiento a manera de metas e indicadores, en los que de manera cuantitativa resulten datos que permitan medir los niveles de resultados para cada uno de los convenios que se realicen. Por otra parte, también se podrán utilizar herramientas metodológicas diversas (encuestas, entrevistas, etc.) para obtener datos acerca del impacto de dichas iniciativas tanto para la Corporación Universitaria como para el sector externo.

Mecanismo 3. Estandarización de bases de datos: Uno de los principales problemas en cuanto a la información es su posible desorganización dada las diferencias en la naturaleza de cada convenio o asociación con el sector externo. En este sentido, se propende por la estandarización de las bases de datos, formularios y demás elementos que permitan que la gestión de información será la más fluida posible. Eso sí, sin dejar de lado la flexibilidad que implica la posibilidad de acuerdos distintos entre la Corporación Universitaria y el sector externo.

Mecanismo 4. Protección de la información: La protección de la información es uno de los elementos cruciales en cualquier mecanismo de gestión de esta. Mediante consentimientos informados, anonimización de la información, entre otros mecanismos, se responde ante la protección de la información de cada persona que haga parte de los procesos resultantes de la relación entre la Corporación Universitaria y el sector externo.

En términos de la vinculación académica a los procesos llevados a cabo con el sector externo, la participación de los profesores y directivos es decisiva. En términos de los profesores, son aquellos quienes trabajarán en labores de supervisión de las prácticas estudiantiles, además de cumplir funciones de investigación junto a personas del sector productivo que también adquieran estas tareas en proyectos conjuntos entre la Corporación Universitaria y el sector productivo.

De igual manera, los directivos de la Corporación Universitaria serán las personas encargadas de que todos los elementos de orden administrativo estén acordes con los parámetros de calidad y legalidad que estos mismos exigen.

Estrategia 2. Convenios con el Sector Externo

Como segunda estrategia para la articulación de los profesores y estudiantes con la dinámica social, productiva, creativa y cultural de su contexto, la Corporación Universitaria cuenta con convenios establecidos con diferentes entidades de origen privado, tal y como se evidencia en la siguiente tabla 2.

Tabla 2. Convenios con el sector externo

Convenio	Descripción	Duración	Estado
Universidad de Sevilla	Convenio de colaboración Académica, Científica y Cultural	4 años	Vigente
Diario Occidente	Convenio marco para el desarrollo de procesos comunicativos, prácticos y cooperación		Vigente
Red Colombiana de Periodismo Universitario	Cooperación Interinstitucional	2 años	Vigente
Telepacífico	Convenio marco para el desarrollo de procesos comunicativos, prácticos y cooperación		Vigente
ARTV	Cooperación Interinstitucional	5 años	Vigente
Escuela Superior de Administración y Estudios Tecnológicos EAE	Cooperación Interinstitucional	5 años	Vigente
MADES	Cooperación para aunar esfuerzos en el desarrollo de Proyectos de Capacitación, Investigación y Extensión		Vigente
Agencia interna comunicaciones INSIGHT	Cooperación Interinstitucional	3 años	Vigente
Fundación Misión Paz	Cooperación Interinstitucional	3 años	Vigente

Estrategia 3. Prácticas Empresariales

La actividad empresarial ya sea como práctica o pasantía empresarial, es una de las estrategias que articula a los estudiantes con la dinámica social, productiva, creativa y cultural de su contexto como alternativas para la producción de nuevos conocimientos para lo social, administrativo, cultural, ambiental, político, económico y tecnológico.

En la tabla 3 se describen acuerdos de voluntades que se formularan para respaldar las prácticas o pasantías mediante alianzas con organizaciones privadas.

Tabla 3. Acuerdos de voluntad en la Práctica

Practica o pasantía	Objetivo
Periodismo	Fortalecer las competencias de redacción, escritura argumentativa, compresión lectora y manejo de fuentes de información de los estudiantes en diferentes empresas del sector comunicativo.
Comunicación Audiovisual	Apropiación del conocimiento impartido en los cursos de comunicación audiovisual para la realización de la experiencia en el ejercicio profesional.
Comunicación Digital	Apropiación del conocimiento impartido en los cursos relacionados con la comunicación digital, las nuevas estrategias de la web 2.0 y de redes sociales para la realización de la experiencia en el ejercicio profesional.
Comunicación en las Organizaciones	Gestión y apropiación de conceptos y conocimientos prácticos que permitan que los estudiantes fortalezcan sus habilidades y conocimientos organizacionales
Comunicación para el Cambio Social	Incentivar la participación de los estudiantes de comunicación social en diferentes escenarios que contribuyan al desarrollo de la transformación social.
Investigación en la Comunicación Social	Implementar la producción académica del estudiante para fortalecer el espíritu investigativo que contribuya a la transformación social de las dinámicas en la comunicación.

La Corporación Universitaria, acompaña a los estudiantes que requieren la realización de las practicas o pasantías, presentándoles alternativas de escogencia de empresa con las cuales se tiene convenios para facilitarles el desarrollo de sus prácticas o pasantías.

Estrategia 4 Consultoría

En la Corporación Universitaria la consultoría, se establece como una de las estrategias que permite articular a los profesores con la dinámica social, productiva, creativa y cultural de su contexto. Teniendo en cuenta la participación en redes académicas relacionadas con la comunicación.

Los profesores en su relación con el medio externo efectúan actividades de educación y asesorías, en nombre de la Corporación Universitaria, logrando con esto, la movilidad y el intercambio interdisciplinar en los siguientes espacios.

Programa UNIMISIÓN Emprende. La Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social reconoce que la situación socioeconómica del país obliga a fomentar y apoyar proyectos empresariales de sus estudiantes, profesores y directivos universitarios. Pero no solamente se entiende emprendimiento como la creación de nuevos negocios o empresas, lo entiende también como la actitud que todos deben tener para hacer con innovación y creatividad su trabajo; todos los días, como empresario o como empleado. Un ser humano con esta actitud emprendedora es excelente

instrumento de transformación en su sociedad, en su empresa, en todos los campos en que se desempeñe, por esta razón la asesoría de nuestros profesores es parte fundamental en la integración para el desarrollo empresarial de nuestros estudiantes con la dinámica social, productiva, creativa y cultural de su contexto.

Ferias y Eventos Especiales: Mediante eventos como Marketier, se fortalece la oferta educativa, a través de la presentación de casos de éxito en emprendimiento que facilitan el reconocer los diferenciales de la institución desde la práctica, conociendo desde la realidad de los resultados que se aportan. para ello el profesor ofrece un espacio de interiorización e intercambio de saberes propios fortalecidos en el hacer.

Estrategia 5 Proyección Social

La Corporación Universitaria en el marco de extensión, establece la proyección social como una de las estrategias de articular a los profesores y estudiantes con la dinámica social, productiva, creativa y cultural de su contexto, promoviendo actividades que contribuyen a la construcción del tejido social, fuente de ello es la participación en eventos y convenios, que permitan llevar capacitaciones a entornos vulnerables.

Igualmente, programar, conversatorios y seminarios que muestren la acción de mejora ante el medio externo, dando a conocer las temáticas de más frecuente manejo.

La proyección social de la Corporación Universitaria pretende generar ambientes sanos de desempeño y creatividad, de aplicación de conocimientos, y de mejoramiento de vida a los participantes.

Estrategia 6. Educación Continuada

La educación continuada de la Corporación Universitaria dirigida a la comunidad educativa interna y externa, ha enfocado en el desarrollo y la actualización de competencias en las diferentes áreas de conocimiento, basándose en las necesidades que tienen el comercio y la industria con el objetivo de proyectar iniciativas relacionadas con emprendimiento, desarrollo de software, medioambiente, gestión del talento humano, gestión organizacional, comunicación digital, marketing digital, gestión de proyectos.

Estrategia 7. Plan de vinculación del programa, estudiantes, profesores y administrativos con el sector externo (sector productivo cultural)

En esta estrategia, participan estudiantes profesores y administrativos, con el propósito de desarrollar actividades de vinculación con el sector externo.

En la tabla 4 se relaciona la estimación de las actividades por año de la meta a alcanzar durante los 7 años de vigencia del registro calificado expedido por el Ministerio de Educación Nacional.

Tabla 4. Actividades, cantidad al año y recursos humanos

Nº	Actividades	Cantidad al año	Recursos humanos
1	Convenios para las prácticas de los estudiantes con entidades oficiales	2	Profesores Director de programa Director de extensión
2	Convenios para las prácticas de los estudiantes con empresas	2	Profesores Director de programa Director de extensión
3	Convenios con organizaciones sociales	2	Profesores Director de programa Director de extensión
4	Proyectos de extensión en investigación e innovación	1	Profesores Profesores Director de programa Director de investigaciones
5	Espacios de intercambio de conocimiento entre la academia y el sector productivo	4	Profesores Profesores Director de programa Director de investigaciones
6	Convenios que ayuden a la empleabilidad de los egresados del programa	1	Vicerrectoría de bienestar
7	Convenios de financiación de la investigación	1	Profesores Director de investigaciones Director de programa

Metas e indicadores

ARTÍCULO 7. METAS E INDICADORES

La evaluación de la Extensión y Proyección Social se focaliza en los siguientes aspectos:

- **La Corporación Universitaria como interlocutor válido del empresariado regional:** Con la participación en los medios empresariales debe destacarse como una institución que aporta y es tenida en cuenta para la solución de problemas del sector.

- **Creación de convenios interinstitucionales para el fomento de grupos de estudio e investigación con otras IES y gremios:** La proyección social impulsará el desarrollo de programas regionales que lleven el beneficio aportado por la Corporación a otras latitudes tanto nacionales como internacionales, coordinando, de ser necesario, con otras instituciones académicas y gremiales los convenios correspondientes.

- **Consultoría Empresarial y Política:** Esta actividad debe representar un alto porcentaje de la dedicación de los profesores y estudiantes que en grupos de investigación que aportan a la solución de problemas en el sector empresarial y político.

Programas de la política

ARTÍCULO 8. PROGRAMAS DE LA POLÍTICA. La Corporación Universitaria, acompañará, orientará, y apoyará en el desarrollo de los procesos relacionados con la extensión universitaria y proyección social a través de los siguientes programas:

a. Educación continuada
b. Gestión de prácticas.
c. Proyectos
d. Responsabilidad social

Seguimiento y vigencia

ARTÍCULO 9. SEGUIMIENTO Con el objetivo de fortalecer o ajustar los aspectos relevantes, la dirección presenta a la Rectora de la Corporación Universitaria presentará un informe sobre el avance de la Política de Extensión y proyección Social.

ARTÍCULO 10. VIGENCIA A partir de su expedición, esta Resolución se encuentra en vigor y prevalece sobre cualquier otra disposición que sea contraria a su contenido.

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE,
Dado en Santiago de Cali, a los (16) días del mes de julio del año 2026.

Firmado original

PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO
CESAR EMILIO PALACIOS DELGADO

Firmado original

SECRETARIO DEL CONSEJO DIRECTIVO
ALEJANDRO ESPINOSA