FOLIO 1



CHARLES ROBIN AROSA CARRERA

Documento De Identidad *Cedula de Ciudadanía N° 86.041.336 de Villavicencio.*

Lugar Y Fecha De Nacimiento *Villavicencio (Meta- Colombia), Junio 17de 1973.*

Dirección [redacted]

Teléfono [redacted] */ Celular (Whatsapp)* [redacted]

E-mail ***carosa@unillanos.edu.co***

Estudios Avanzados

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN PhD. *– (Candidato), Universidad Nacional de Colombia (Febrero del 2018- Actualmente). Tesis: La Calidad de las relaciones comerciales entre el proveedor y el productor agrícola y su efecto en la innovación tecnológica.*

MAGISTER EN MERCADEO A-I*, Universidad Jorge Tadeo Lozano, 2006. Graduado con tesis "Caracterización de la Empresa Agroindustrial en Colombia: Caso Amazorinoquia".*

ESPECIALISTA EN GERENCIA DE MERCADEO*, Corporación Universitaria del Meta, 2001. Graduado con proyecto de grado.*

FOLIO 2

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, *Corporación Universitaria del Meta, 1998.Graduado con seminario de grado y trabajo de grado.*

Experiencia Administrativa y Directiva

Director General de Proyección Social *–* ***Universidad Pública UNILLANOS****: Dirección del Sistema de Proyección social de la Universidad, en la cual se encuentra actividades que permiten el relacionamiento con la comunidad, los programas de educación continuada, proyectos de inserción social, convenios interinstitucionales y el programa de egresados, entre otras actividades que se coordinan con las diferentes facultades que se encuentran en la Universidad. Periodo comprendido entre* ***febrero del 2016 – Julio de 2018.***

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Pública UNILLANOS: *Dirección académico administrativa de la unidad, en la cual se encuentran adscritos: 4 programas de pregrado (Administración de Empresas, Contaduría Pública, Mercadeo y Economía), 4 de posgrados propios (en las áreas de la Finanzas y los Negocios) y 2 en convenio con la U. Nacional (Área del Derecho), 1 Maestría en convenio con la U Nacional (En Administración), 2 Maestría es convenio con la U de Manizales (Mercadeo y Economía), 2 escuelas (Administración y Negocios y la de Economía y Finanzas) y 5 centros de apoyo (CESE, Investigación, Proyección Social, Medios y Consultorio Empresarial), población aproximada a 1.600 estudiantes.* ***Designado a partir del 1 de Julio del 2009 – Reelegido en el 2012 – hasta el 1 de febrero de 2015.***

Representaciones a Consejos Directivos

Consejo Superior Universitario – UNILLANOS*, Representante de las Directivas Académicas ante el Consejo Superior (Designación por elección), máximo órgano de dirección de la universidad de los Llanos. Periodo comprendido entre marzo del* ***2010 a Marzo de 2013.***

Consejo Académico Universitario – UNILLANOS*, En calidad de directivo como Decano y/o como director general, máximo órgano de dirección Académica de la universidad de los Llanos. Periodo comprendido* ***entre 2009-2014 y el 2016- 2018****.*

Consejo Institucional de Acreditación – UNILLANOS*, Representante de las directivas académicas ante el consejo, Órgano asesor del Consejo Académico en temas relacionados con la Autoevaluación de programas de grados y posgrados, registro calificado y acreditación de alta calidad,* ***abril del 2013 – mayo 2014****.*

Consejo Institucional de Posgrados – UNILLANOS*, Representante de los Profesores, Órgano que tiene como objetivo el análisis de la política curricular de posgrados* ***2008 – 2009.***

Experiencia en Docencia

FOLIO 3

Profesor de Carrera – Tiempo Completo, UNILLANOS *(Escuela de Administración y Negocios), Servidor Público, adscrito al área de Mercadeo – Universidad de los Llanos –* ***2015 - Actualmente.***
Profesor Ocasional – Tiempo Completo, UNILLANOS *(Escuela de Administración y Negocios) adscrito al área de Mercadeo – Universidad de los Llanos –* ***2001 a Junio de 2009.***

Profesor Maestría Tropical Sostenible *(Modulo de Gerencia de Sistemas Tropicales-Marketing)* ***UNILLANOS – 2012- 2020.***
Profesor Maestría en Mercadeo *(Modulo Electiva III- Gerencia Estratégica de Marketing y Ventas)* ***Universidad de Manizales, 2014.***
Profesor Maestría en Administración - MBA *(Modulo de E- Marketing -Innovación en Marketing)* ***Universidad Nacional de Colombia, 2013.***
Profesor Especialización en Gestión de Proyectos *(Modulo Gestión de Marketing)* ***UNILLANOS, 2017 - 2018.***
Profesor Especialización en Administración de Negocios *(Modulo Gestión de Marketing, Gestión Comercial)* ***UNILLANOS, 2012- 2018.***
Profesor Especialización en Alta Gerencia de Mercadotecnia *(Modulo Alta Gerencia de Mercadotecnia)* ***UPTC, 2013-2016.***
Profesor Especialización en Desarrollo de Mercados *(Modulo Gerencia de Marketing – Metodología y Trabajo de Grado)* ***UNILLANOSs 2012-2015.***
Profesor Especialización en Gerencia Estratégica de Proyectos *(Modulo de Investigación de Mercados)* ***Universidad Nacional, 2011.***
Profesor Especialización en Administración en Salud *(Área de Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión e Investigación) –* ***UNILLANOS. 2007-2009****.*
Profesor Especialización en Gerencia de Proyectos *(Modulo Investigación de Mercados)* ***Convenio UniMinuto - UniTolima, 2008-2009.***
Profesor Especialización en Gerencia de Mercadeo *(Modulo de ventas) Corporación* ***Universitaria Del Meta – 2008, 2010.***

Comisiones de evaluación

Par Evaluador – COLCIENCIAS*, Según convocatoria hasta el 23 de Marzo del 2015 en el área de la Administración y la Mercadología.*
Par Evaluador – U. ATLANTICO*, Mayo del 2015, Comité de asignación de puntaje, libro producto de investigación, 2015.*
Par Evaluador – U. VALLE*, Octubre del 2014, Comité de asignación de puntaje, Ponencia de investigación, 2014.*
Par Evaluador – U. SURCOLOMBIANA*, Junio del 2013, Convocatoria de Investigación N° 003 de 2013.*
Par Comité de Evaluación - UPTC*, Mayo 31 del 2013, Concurso público de méritos para proveer cargos de primer nombramiento.*
Par Comité de Evaluación - EAN*, Articulo Científico "Un Estudio Sobre Liderazgo Transformacional y Competencias Directivas en el Sector Floricultor de Colombia", 2014.*
Jurado de trabajos de grado *en temas relacionados con mercadeo y las organizaciones en Unillanos, 2002-2017.*

FOLIO 4

Jurado tesis de Maestría, *"Influencia de los Arraigos Culturales en la Aplicación del Marketing Relacional en las Tiendas de Barrio de la Ciudad de Tunja", Maestría en Administración de Organizaciones, UPTC, 2017- 2018.*
Jurado tesis de Maestría*, "Empresa agroindustrial en Córdoba", Maestría en Mercadeo Agroindustrial, UJTL, 2012.*
Jurado tesis de Maestría, *"Empresa agroindustrial en Nariño y Putumayo", Maestría en Mercadeo agroindustrial, Universidad de Nariño-UJTL, 2010.*

Par Académico – Ministerio de Educación.

Par Académico - Ministerio de Educación CNA (*Visita y Presentación de informe para evaluar externamente la acreditación de Alta Calidad):*
Programa de Mercadeo de la Universidad de Medellín, Octubre 2020, Medellín (Antioquia).
Programa de Mercadeo de la Universidad Libre, Marzo 2020, sede Cali (Valle).
programa de Negocios Internacionales de la Universidad Católica de Pereira, Octubre 2019, Pereira (Risaralda).
Programa de Tecnología de Gestión de Mercadeo de la Institución Universitaria Politécnico Gran colombiano, Mayo 2018, Bogotá (D.C.).
Programa de Mercadeo Nacional e Internacional de la Universidad de Manizales, Septiembre 2017, Manizales (Caldas).
Programa de Mercadeo y Publicidad de la Institución Universitaria Politécnico Gran colombiano, Mayo 2017, Bogotá (D.C.).
Programa de Administración comercial y de mercadeo de la Institución Universitaria ESUMER Agosto 2016, Medellín (Antioquia).
Programa de Negocios Internacionales de la Universidad del Norte, Agosto 2014, Barranquilla (Atlántico).
Programa de Mercadeo y Negocios Internacionales de la Universidad Autónoma de Occidente, Mayo 2013, Cali (Valle).
Programa de Mercadeo de la Universidad Politécnico Gran Colombiano, Abril 2012, Bogotá (D.C.).
Programa de Mercadeo Nacional e internacional de la Universidad de Manizales, Marzo 2012, Manizales (Caldas).

Par Académico - Ministerio de Educación SACES *(Visita y Presentación de informe para determinar las condiciones de programas):*
Programa de Especialización en Marketing Digital de la Universidad de la Rioja - UNIR, Noviembre 2020, Bogotá (C.C.).
Programa de Especialización en Marketing Digital de la Universidad Santiago de Cali, Septiembre 2020, Cali (Valle).
Programa de Especialización en Marketing Digital de la Fundación UNIPANAMERICANA Agosto 2020, Bogotá (D.C.).
Programa de Especialización en Gerencia de Mercadeo de la Fundación CEIPA, Octubre 2019, Sabaneta (Antioquia).
Programa de Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico de la Universidad Salazar y Herrera, Agosto 2019, Medellín (Antioquia).

FOLIO 5

Programa de Maestría en Mercadeo de la Universidad Católica de Pereira, Febrero 2019 Pereira (Risaralda).
Programa de Mercadeo de la Universidad Santiago de Cali, Septiembre 2015, Cali (Valle)
programa de Maestría en Mercadeo de la Universidad Libre- Sede Pereira, Febrero 2015, Pereira (Risaralda).
Programa de Especialización Tecnológica en Diseño y Desarrollo de Investigación de Mercados en el SENA, Octubre de 2014, Sincelejo.
Programa de Pregrado en Administración de Mercadeo, Institución Universitaria Autónoma de las Américas, Agosto 2012, Medellín (Antioquia).
Programa de Mercadeo de la Corporación Universitaria UNITEC, Agosto 2011, Bogotá (D.C.).
Programa de Maestría en Gerencia estratégica de Mercados de la Universidad Politécnico Gran Colombiano, Abril 2011, Bogotá (D.C.).
programa de Maestría en Mercadeo de la Institución Universitaria ESUMER, Marzo 2011, Medellín (Antioquia).
Programa de Pregrado Mercadeo y Publicidad de la Institución Universitaria Panamericana, Diciembre 2009, Bogotá (D.C.).
Programa de Maestría en Mercadeo de la Universidad de Manizales, Abril 2009, Manizales (Caldas).
Programa de Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico, Universidad Piloto de Colombia, Marzo 2009, Bogotá (D.C.).
Programa de Especialización en Mercadeo Estratégico de la Fundación Universitaria del Área Andina, Febrero 2009, Bogotá (D.C.).
Programa de Maestría en Mercadeo de la Universidad Autónoma del Caribe, Septiembre 2008, Barranquilla (Atlántico).
programa de Maestría en Mercadeo de la Universidad de los Andes, Marzo 2008, Bogotá (D.C.).

Experiencia En Investigación

Actualmente en el desarrollo de mi tesis doctoral, investigo temas sobre marketing relacional e innovación en agronegocios.

Investigador Principal del proyecto "Las relaciones comerciales continúas en las organizaciones conformadas por Pymes Agropecuarias en los canales de distribución del Departamento del Meta: Caso Palma de aceite." Dirección General de Investigaciones – Unillanos, del 2 de Febrero de 2015- 2016.

Co-investigador y coordinador regional del proyecto en RED cofinanciado por COLCIENCIAS "Determinación de los modelo empresariales en la innovación Agroindustrial- un estudio comparado" junto con tres universidades más, 2011 al 2013 – UJTL - U. Medellín. U. Córdoba - Unillanos-IIOC.
Co-investigador "Determinación de Factores Claves de Éxito en la Empresa Agroindustrial"- Líder de proyecto, (En Revisión final) – Unillanos-IIOC.

FOLIO 6

Co-investigador "Revisión Diagnostica del Marketing en las Mipymes de Villavicencio"- asesorada por el PhD Edgard Zapata, (Concluida y en revisión) – Unillanos-IIOC.
Co-investigador "La empresa agroindustrial en Colombia: caso AMAZORINOQUIA", Tutor Msc Laura Rugeles. (Terminada) – UJTL.2006.
Participante de la Misión Tecnológica Agroindustrial a Europa. 2007-2015.
Participante del Grupo de estudio "Aclaravan Viajero" – Mercadeo Turístico, Unillanos-2005-2007.
Director de trabajos de grado en los programas de pregrado y Pos grados de la Unillanos (Mercadeo, Mercadeo Agropecuario, Economía y Esp. En Administración en Salud, Especialización en Desarrollo de Mercados), 2002-2020.
Tutor de los proyectos de grado a nivel metodológico de la especialización en Administración en Salud de la Universidad de los Llanos, 2007-2009.

Ponencias en eventos Académicos y científicos

Ponencia – Coloquio Doctoral "Las Relaciones Comerciales y su efecto en el Apropiación de Innovación Tecnológica en el Productor Agrícola" REDAC, Manizales - COL, Agosto 2019.
Ponencia – Coloquio Doctoral "Las Relaciones Comerciales y su efecto en las practicas de innovación en el productor" Universidad del Rosario, Bogotá - COL, Abril 2019
Ponencia – Coloquio Doctoral "Las Relaciones Comerciales y su efecto en las practicas de innovación en el productor" REDAC – Universidad Nacional de Colombia, Bogotá - COL, Noviembre 2018.
*Ponencia Internacional – Coloquio Doctoral "*Impacto del marketing relacional sobre las prácticas de innovación en el productor agropecuario: Relación productor– transformador*", Avalada por pares para presentarla en el evento –52 Asamblea CLADEA – San José – Costa Rica, Octubre 2018.*
Ponencia Internacional "Gestión y Desarrollo de Proyectos Comunitarios: Casos Universidad de los Llanos"Jornada de Extension de Mercosur – Tandil - Argentina, 2018.
Ponencia Internacional "Las Relaciones Consolidadas y la Innovación entre el productor de palma de aceite y su cliente principal", Avalada por pares para presentarla en el evento – Congreso Internacional de Innovación y tecnología - CIIT – Xalapa - México, Noviembre 2015.
Ponencia Internacional "Medición De La Innovación En Mercadotecnia En El Sector Agropecuario En Colombia: Análisis De Dos Sectores En El Departamento Del Meta - Col.", Avalada por pares para presentarla en el evento - Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración – CLADEA- ESADE, Barcelona - España, Septiembre 2014.
Ponencia Internacional en el Marco del "Seminario Internacional Empresarial Marketing estratégico para Organizaciones Exitosas" U. Santo Tomas; Villavicencio, Mayo de 2013.
Ponencia Internacional en el Marco del "Seminario Internacional de Innovación en el Sector Agropecuario: Caso Palma de aceite" U. JTL; Bogotá, Abril de 2012.
Ponencia Internacional sobre "Modelo de Exploración de Factores Claves de éxito en la empresa agroindustrial colombiana.", Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2011, Universidad Externado de Colombia – Universidad del Valle, Bogotá, Noviembre 2011.
Ponencia Internacional sobre "Determinación de un Modelo para la Medición de la Innovación en la Empresa del Sector Agropecuario: Avances del Estudio en Carne Bovina",

FOLIO 7

Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración – CLADEA, EE.UU, San Juan de Puerto Rico, Octubre 2011.
Ponencia Internacional: Sobre "innovación y modelos de organización empresarial en el sector agropecuario Colombiano: avances de un estudio". Evento: VI Congreso Internacional de Sistemas de Innovación para la Competitividad, México, Agosto 2011.
Ponencia Internacional sobre "Modelos para evaluar el uso de las herramientas de marketing en un territorio", Congreso Internacional de Mercadeo 2009, EVENCO CCC, Barranquilla (COL), Mayo 2009.
Ponencia El uso del marketing en el Productor Agropecuario En Colombia: Análisis en Seis Sectores, el III Simposio Nacional de Investigación en Mercadeo de Aspromer, que tuvo como sede la Universidad de Ibagué, Septiembre de 2013.
Ponencia sobre Mipymes y marketing, en la Universidad Cooperativa de Colombia en el marco de semana de la ciencia y tecnología, representación IIOC, 2007.
Ponencia sobre las apuestas productivas en la Orinoquia Colombiana en el marco del tercer Conversatorio de la Escuela de Ciencias Económicas Unillanos, 2007.
Ponencia sobre Universidad Empresa y Estado en Europa, en el encuentro de egresados de la Escuela de Ciencias Económicas Unillanos, 2007.

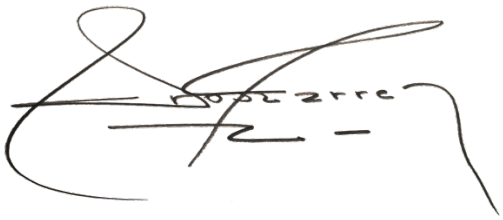
Escritos – Libros y Artículos

Libro Producto de Investigación; "Medición de la Innovación Agropecuaria en Colombia" 184 p. ISBN: 978-958-8815-04-6, Editorial – Sello Editorial ®, 2013.
Capítulo de Libro; "La Empresa Agro industrial en la Amazorinoquia, política y estructura." Desarrollo Territorial y Cohesión Social en América Latina. En: España ISBN: 9788499217093 ed: Ediciones Octaedro, S,L. , v. , p.119 - 130 1 ,2015
Artículo en Revista científica; " Las relaciones comerciales entre el productor de palma de aceite y la agroindustria". En: Revista Espacios, ISSN: 0798-1015 ed: Sociacion de Profesionales y Tecnicos del CONICIT, v.41 fasc.19 p.248-256. 2020
Artículo en Revista científica; "La innovación en el paradigma del marketing relacional". En: Estudios Gerenciales, 0123-5923 ed: Cdee Universidad Icesi, v.36 fasc.154 p.114 - 122 ,2020, DOI: 10.18046/j.estger.2020.154.3494. 2020.
Artículo en Revista científica; "Innovación en la cadena de suministro, desde la perspectiva del productor de carne bovina". En: Revista Espacios, ISSN: 0798-1015 ed: Sociacion de Profesionales y Tecnicos del CONICIT, v.40 fasc.37 p.4. 2019
Artículo en Revista científica; " Las Relaciones Consolidadas Y La Innovación Entre El Productor De Palma De Aceite Y Su Cliente Principal". En: Xalapa México, Revista Ciencia Administrativa, ISSN: 1870-927 ed: Universidad Veracruzana, v 1, p 401, 2015.
Artículo en Revista científica; "Diagnostico del Marketing en las MIPYME´s: Caso Villavicencio - Meta (Colombia)". En: Colombia Orinoquia ISSN: 0121-3709 ed: Unillano. 2010.
Artículo en Revista científica; "Caracterización de las Empresas de Villavicencio". En: Colombia Revista Economía Y Sociedad ISSN: 2011-3404 ed: Unillanos v.1 fasc.1 p.83 - 91 ,2009.
Libro de Memorias de evento científico; " Memorias De I Encuentro Internacional De Investigadores En Administración De Empresas. En: Colombia ISBN: 978-958-710-753-1 ed: Departamento De Publicaciones De La Universidad Externado, v. , p.478 - 500 1 ,2011

FOLIO 8

Artículo en Revista científica o libro de Memorias de evento científico; "Innovación y Modelos de Organización empresarial en el sector agropecuario Colombianos", Congreso Internacional de sistemas de innovación para la competitividad 2011, ISBN 978-607-8164-00-4.
Artículo en Revista Académica "El Profesional en Marketing en una Visión Territorial" Revista Electrónica Boletín el Conuco, ISSN 2215- 9827, Unillanos. 2013.
Artículo en Revista Académica "Innovación, organización y Marketing" Revista Electrónica GEON, ISSN 2346- 2910, Unillanos. 2013.

Disponible en CvLAC :
http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000725196



CHARLES ROBIN AROSA CARRERA

FOLIO 23

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

Propuesta Rectoría 2022 – 2024

"Cualificación académica y acción Social"

Por: PhD. (C) Charles Robin Arosa Carrera

La presente propuesta es elaborada a partir de la información institucional, especialmente el plan de desarrollo vigente y el proyecto educativo institucional. De igual forma, se tomaron como insumos las conclusiones e inquietudes que en las asambleas o informes sindicales se han presentado por parte de profesorales, estudiantiles.

Propuesta *"Cualificación Académica Y Acción Social 2022-2024".*

La región de la Orinoquia Colombiana posee características sociales y naturales propias, cuenta con una conformación política de 7 departamentos, cuyas tipologías comunes están relacionadas con su baja densidad poblacional y concentración en sus capitales; su explotación enfocada al sector primario y difícil accesibilidad si se compara con las demás regiones naturales del país; al igual que una masa crítica relativamente baja y una historia de violencia por posiciones políticas, sociales y económicas que en muchos casos impacta a nivel nacional. Por otro lado, vemos una frontera agrícola que avanza hacia los cultivos industriales de gran escala, la agroindustria como estrategia competitiva, grandes inversiones en infraestructura principalmente vías y sobre todo un avance significativo en la última década en lo que respecta a la educación superior principalmente en las capitales. La universidad Pública de los Llanos por su naturaleza debe ser consciente de su responsabilidad y posición en la región; no puede ser un sujeto pasivo frente a los fenómenos que en territorio se generan, por el contrario, debe estar inmersa en su desarrollo y ser líder en la creación, transmisión y divulgación del conocimiento y para dar pasos a nuevos paradigmas de desarrollo teniendo como base el ser y su bienestar

(Pensamiento Crítico y Ontológico). Esto solo es posible si la Unillanos lleva sus capacidades institucionales a un nivel óptimo que permita el cumplimiento de sus funciones misionales con calidad y respeto. En este sentido, el plan de acción propuesto debe estar más enfocado a la cualificación de los recursos y elementos que la comprenden, con el fin de poder responder a los retos venideros de la Orinoquia, cuyas problemáticas sociales debido al desarrollo en los últimos años tenderá a ser más agudo en un ambiente de posconflicto y desarrollo con la necesidad desde la universidad de formar seres integralmente y también de actuar institucionalmente de forma integral.

Armonización de la propuesta *"Cualificación Académica Y Acción Social 2022-2024"* con el PEI y el PDI.

La propuesta es un insumo para la construcción del plan de acción rectoral 2022 al 2024, periodo que alcanza a tomar un año de ampliación PDI vigente y un reto en la consolidación e inicio del nuevo Plan de Desarrollo Institucional. En este sentido la presente propuesta inicia con consolidar una cultura de la autoevaluación que conlleve al reconocimiento y materialización de la Acreditación Institucional.

En lo que respecta al PEI, el plan asume los principios y valores consagrados en él, acoge las políticas de consolidación académica, coherencia contextual, gestión educativa y planeación. Todas ellas tomando como pilar fundamental la cultura de autoevaluación.

Visión de la propuesta *"Cualificación Académica Y Acción Social 2022-2024"*

La Universidad de los Llanos, consolida los procesos de autoevaluación, gracias al compromiso y calidad de sus profesores, directivos y personal administrativo, en un ambiente organizacional donde se avance significativamente en la dignificación del ser y el respeto institucional.

La comunidad académica y la sociedad principalmente en la Orinoquia reconocen cada vez más el impacto que Unillanos genera en el medio y su pertinencia, por medio de su oferta en programas que se consolidan y los cuales lideran a nivel regional procesos de extensión e investigación a través de su participación activa en los diferentes escenarios públicos, gremiales y comunitarios y su aporte al desarrollo social y económico.

La Universidad de los Llanos por medio de sus estamentos avanza en el reconocimiento a nivel nacional e internacional de su quehacer académico, caracterizándose cada vez más por la reflexión de sus currículos sobre entornos globales y la inserción de la investigación en redes, formando un pensamiento más holístico al servicio del territorio.

FOLIO 25

Objetivo De la propuesta *"Cualificación Académica Y Acción Social 2022-2024"*

Avanzar operativamente en el presupuesto filosófico de la Universidad de los Llanos consagrados en el PDI, PEI, Consolidando los procesos de autoevaluación, apoyado en un sistema de gestión que permite aumentar las capacidades institucionales que se deben reflejar en reconocimiento social por el liderazgo que la universidad genere en el territorio.

Estrategias de la propuesta *"Cualificación Académica Y Acción Social 2022-2024".*

La propuesta toma como eje central dos estrategias, las cuales se materializan en los diferentes programas, metas y actividades. A continuación se explica cada línea estratégica.

Estrategia de Cualificación Académica: A partir de un modelo de gestión eficiente basado en el desarrollo de Estudiantes, Profesores y, con el fin de asegurar el cumplimiento de las funciones misionales, para tal fin se busca la adopción de una cultura de autoevaluación apoyada en un sistema de gestión ajustado a las necesidades de la universidad.

Estrategia de Acción Social: Impactos visibles y medibles de investigación y proyección social a partir del actuar de nuestros profesores, estudiantes y egresados en el contexto empresarial, social, cultural en la región y el país. Esta estrategia sugiere la evaluación de la pertinencia de los programas, el fortalecimiento de los currículos y la creación de nuevas propuestas académicas.

Programa 1. Evolución Académica y la cultura de la autoevaluación.

Meta 1: Mayor cualificación académica como resultado de la reflexión institucional:

La universidad destina cada año recursos considerables con el fin de poder responder a los diferentes procesos de calidad, entre los que encontramos la obtención y renovación de certificaciones de calidad tipo ISO, la acreditación y re acreditación de programas, la obtención y renovación de registros calificados y el cumplimiento del sistema MECÍ de control interno; el cumplimiento que garantice estar bien situado en los Rankin de medición nacionales e internacionales, entre otros. De ahí la necesidad de poder reflexionar cómo en conjunto se puede hacer esto con más eficiencia, pues todos tienen en común que se basan en la Autoevaluación, la cual debe tener como fundamento un

sistema de información confiable, completo y de fácil accesibilidad para poder hacer los análisis de forma oportuna.

La acreditación institucional y la de los programas no son un fin, son una cultura de autoevaluación; no podríamos decir que los momentos de autoevaluación son dos o tres cada 7 años, el proceso de autoevaluación debe ser permanente y su dependencia al sistema de información para la gestión y al sistema de planeación es total. Ejemplo de la falta de armonización de los sistemas para la autoevaluación de los programas es la necesidad de hacer muestras para encuestas a directivos, profesores y estudiantes, cuando podemos usar semestralmente la evaluación institucional para alimentar el sistema.

En el 2020 la Universidad de los Llanos presentó su solicitud de acreditaciones institucional ante el CNA, y es necesario la construcción de una cultura de la autoevaluación con el fin de avanzar de forma segura hacia la calidad.

Meta 2: Propiciar escenarios que faciliten a los docentes ser la base para el desarrollo académico.

Acciones: De igual forma como se genera una gran inversión en la construcción de infraestructura física es necesario ser un poco más agresivos en lo que respecta a generar grandes inversiones en la construcción de masa crítica; la única forma es por medio de la formación del talento humano profesorales, la formación avanzada es directamente proporcional a la producción intelectual y por ende al aumento de las capacidades institucionales como respuesta a las problemáticas sociales; sin embargo, a un ritmo de formación lento y con profesores con doctorado que cada año están pensionándose, la universidad está condenada en el mediano y largo plazo a bajar este indicador, hay que ser más agresivos en las decisiones y estrategias que garanticen un porcentaje de doctores en las escuelas que en últimas son la matriz de la producción académica, seguir ejemplos de universidades colombianas que han tomado como reto la formación masiva de doctores bajo convenios y condiciones que se alinean con los intereses institucionales, en el cual se genere otra forma de hacer dicha educación avanzada que junto con la comisión de estudio y la beca-crédito, aceleren el proceso y en los próximos 6 años se tengan resultados que nos ubiquen en el promedio nacional de las instituciones acreditadas.

Esto conlleva también a que se genere la necesidad de los planes de desarrollo profesoral avalados por las unidades académicas y totalmente alineados al plan de desarrollo institucional de la universidad bajo el marco del PEI, pues le dará a la Universidad la

oportunidad de avanzar en las metas institucionales que en su gran mayoría dependen de la producción intelectual de sus docentes que está ligada a las capacidades que posea.

Por otro lado, se debe incentivar la producción académica por medio de tiempos y beneficios que conlleven a que los docentes dentro de sus planes semestrales y anuales puedan avanzar en lo que tiene que ver con artículos y libros reconocidos por el sistema de indexación; el aumento de producción intelectual está ligada a la cantidad y ésta a la obligación y beneficios que la institución genere; es de gran relevancia tener los apoyos para las traducciones de producción científica en inglés y un proceso editorial preliminar que oriente al docente y estudiante en qué revistas científicas y/o académicas puede presentar sus resultados.

La universidad debe seguir garantizando las herramientas que deben tener los docentes para poder realizar sus diferentes actividades durante el semestre académico, tales como una sala de profesores digna, áreas de descanso y estudio profesoral, al igual que los elementos como computadores e impresoras que deben estar disponibles en salas especiales y sobre todo las ayudas audiovisuales que requieren para poder hacer y desarrollar de forma eficiente sus clases.

Otro aspecto en el que se debe seguir avanzando es en la planta docente, la planta hasta ahora ha podido con los recursos que han dejado los pensionados en la base presupuestal abrir convocatorias masivas, pero esta fuente que era una deuda histórica se está agotando, no es posible que podamos seguir dependiendo de quienes se pensionan para avanzar en esta meta la cual está determinada por la misma norma, por tanto se debe buscar alternativas de gestión de recursos en la base presupuestal que nos acerque más a cumplir con este objetivo estratégico.

Programa 3: La Internacionalización, El Lenguaje y La Glocalidad

Meta 3. Incrementar la internacionalización en casa y fuera de casa.

Acciones: Esto consiste en generar diferentes actividades que permitan avanzar en la internacionalización como competencia formativa, por medio del intercambio de profesores, estudiantes y administrativos; pero no se puede limitar a este tipo de actividades, por lo que es importante para que dicha experiencia no sea élite, implementar actividades de internacionalización en casa, la cual consiste en traer profesores internacionales a orientar cursos por lo general inter semestrales, promover las

conferencias presenciales y vía teleconferencia de extranjeros y fomentar los eventos internacionales. Ahora la tecnología nos permite inclusive tener algunos cursos o temas del plan de estudio mediados por extranjeros, realizar convenios con embajadas y consulados que nos permitan manejar cátedras especiales como la cátedra un Europa de Oriente entre otras, que pueden ser electivas libres. Y realizar actividades también que nos permita comprender las culturas.

De igual forma, debemos intentar aumentar la internacionalización fuera de casa, por medio de estrategias como los cursos vacacionales exteriores y las misiones académicas y científicas, al igual que por medio de los convenios fomentar el uso de las pasantías de nuestros profesores y estudiantes en centros de educación superior y centros de investigación en el extranjero.

En lo que respecta a generar competencias que permitan la accesibilidad a la internacionalización, definitivamente el aprendizaje de una lengua extranjera es el camino indicado, el fortalecimiento del centro de idiomas en infraestructura es una prioridad al igual que el establecimiento de una planta docente que dé cuenta de los procesos académicos de internacionalización en cada programa.

Los cursos con profesores invitados se deben fomentar al igual que cursos totalmente en inglés, los cuales pueden ser optativos en la primera etapa y garantizar que en la mayoría de los cursos del área profesional se genere por lo menos una experiencia didáctica de internacionalización.

Programa 3 Bienestar, un sistema de todos para todos.

Meta 4. Hacer del bienestar institucional una parte activa en la formación integral.

Acciones: El bienestar institucional en la Universidad de los Llanos hace parte de la función emocional, tiene el mismo nivel de importancia como la docencia, la investigación y la producción social; sin embargo, lo que observamos es que no se le ha dado la importancia y relevancia que esta función misional posee; no cuenta con una estructura formal, ni cuenta con unos propósitos de corto mediano y largo plazo, mucho menos la reflexión de cómo hacerla parte del currículo; es decir, que pueda ayudar a cumplir la misión de formar integralmente a los profesionales pero también el de generar un ambiente propicio para los científicos y para todo el personal administrativo que está en nuestra universidad.

El bienestar cuenta actualmente con políticas y se enmarca en lo propuesto por ASCUN; sin embargo, requiere que se masifiquen más sus servicios y que su estructura de servicio y estrategias sean inclusivas y transparentes.

Esta función misional debe ser más empática, es decir, se debe comprender el sujeto de formación-Intervención, caracterizarlo y adecuar un programa para cada público, que pueda cumplir los objetivos propuestos, pues es diferente el bienestar para los estudiantes nocturnos que para los de posgrados y diurnos y más diferente es aún para los profesores y administrativos, que hacen parte de la comunidad Unillanista.

Hay que comprender bienestar institucional como un sistema en donde todas las personas que trabajamos en la universidad, tenemos responsabilidades en el desarrollo de la forma en que debemos cada uno ser partícipe de que lo que tenemos que hacer. Una postura en lo que respecta a los hábitos de salud, deporte, cultura entre otros aspectos; al igual que eventos que podamos realizar entre programas, facultades y la participación más activa a nivel regional, nacional y porqué no internacional.

Rescatar la cultura para Unillanos, es una responsabilidad de Bienestar hay que fomentar el folclor, la poesía y fortalecer los espacios de encuentro de todos para todos, por medio de un calendario de la cultura y el deporte en donde esté la semana cultural como lugar de diálogo, canto, dibujo, música, fotografía, etc.

Los programas académicos deben fomentar en sus estudiantes la participación en actividades de bienestar, debemos ser más creativos en generar actividades que permitan la participación esporádica o permanente, en grupos artísticos o de deporte, lo cual debe estar relacionado con la oferta de cursos libres con créditos y el incentivo de becas o ayudas económicas a deportistas destacados de nuestra universidad y región, en eventos nacionales e internacionales.

Programa 4. Una visión del papel a la realidad.

Meta 5. Armonizar el marco prospectivo y axiológico-normativo de la universidad.

Acciones: La continua reflexión y construcción de normas y planes que orientan la institución, hace que exista coherencia entre las diferentes acciones que se deben emprender para avanzar hacia la visión; al igual que la necesidad del establecimiento de límites éticos enfocados al respeto por lo público y la calidad académica. La revisión de lo normativo debe empezar desde su filosofía; es decir el PEI, se debe reflexionar el nuevo

plan de desarrollo institucional – PDI, y cómo esto impacta en los planes operativos y de las unidades académicas.

Dado que está en vigencia el nuevo Estatuto General, documento normativo de mucha relevancia en el cual hay que rescatar el trabajo juicioso elaborado por los estamentos; la rectoría debe liderar el proceso de armonización y reglamentación.

Programa 5. Estrategias de la Eficiencia Administrativa: Articulación y oportunidad

Meta 6: Implementar una política de eficiencia en la gestión Académica y Administrativa.

Acciones: Es necesaria una política de gestión de lo académico, la gestión académica nos permite no solamente ser más eficientes con los recursos que destinamos para el quehacer misional, también nos permite mayor transparencia hacia la sociedad, la administración de las unidades académicas, las responsabilidades profesorales, los tiempos asignados a la relación de docencia, investigación y proyección; debemos pensar si lo que estamos haciendo es realmente eficiente y si es la mejor forma de hacerlo.

Avanzar en las condiciones que hagan que la Universidad cuente con el talento humano preparado e idóneo para la gestión académica y organizado de forma eficiente, nos permite también avanzar en el soporte administrativo que debe también de forma eficiente ser dispuesto. Un soporte administrativo con las condiciones laborales y el clima organizacional alineado al cumplimiento de la visión desde lo misional. Una tarea nada fácil que conlleva al análisis de cargos, tiempos y movimientos, la reflexión de lo que hacemos y lo que es más eficiente y asegure el mejor resultado, una tarea que solo puede darse con el acompañamiento de los mismos administrativos, de la comisión nacional del servicio civil y de instituciones que ya han superado esta condición que podría permitir prácticas burocráticas y clientelistas si no se corrige.

Programa 6: La universidad como parte activa de la sociedad

Meta 7: Posicionar la universidad como eje de desarrollo territorial.

Acciones: La universidad juega un papel muy relevante dado que su área de influencia tiene varias regiones que han sido golpeadas históricamente por la violencia, por tanto su

actuar frente a la reconciliación debe ser activo por medio de la capacitación, la formación profesional y pos gradual, la investigación aplicada y la extensión.

La sede del Ariari se debe dotar debidamente y garantizar una estructura administrativa y académica adecuada, con equipo humano que pueda de alguna manera desarrollar tiempo completo la docencia, la investigación y los procesos de participación social. Unir más los vínculos gobierno y la comunidad con la universidad para poder servir mejor a la Orinoquia colombiana y así aportar a la verdadera paz, la de la inclusión social.

En este mismo sentido hay que fortalecer las unidades y programas que dentro de la universidad permiten facilitar más la respuesta en lo que tiene que ver con el acompañamiento y ejecución de convenios y proyectos que tengan como fin en últimas consolidar ambientes de prosperidad y paz en la región, entre los que me permito destacar sin ser los únicos el ICAOC, EL IIOC, el Observatorio Del Territorio, el Consultorio Empresarial y el CESE entre otros.

La investigación debe ser la función misional articuladora por excelencia con el territorio, fomentar la creación de programas de maestría y doctorado que junto con programas de investigación de mínimo dos años, permitan aportes significativos a la problemática de la Orinoquia, esto tratando de hacer más eficientes los recursos y generando acciones que nos permitan volvernos mejores gestionadores de recursos externos.

La Universidad de los Llanos debe ser el centro de información estadística, social y económica de la Orinoquia colombiana, establecimiento del Centro de documentación de la Orinoquia colombiana y el apoyo a las organizaciones sociales y de productores. Se deben fomentar en las escuelas centros de pensamiento que sean integrados por docentes, estudiantes y personas representativas de la sociedad.

Meta 8: Aumentar la participación y visibilidad de la universidad en la sociedad.

Acciones: La Universidad no puede optar por una posición pasiva frente a la sociedad, debe reconocer que es parte de ella y que juega un papel de gran relevancia; no es gratuito que nos reconozcamos como **"El proyecto Estratégico más importante de la Orinoquia Colombiana"** ganarnos el respeto de las demás instituciones públicas y privadas y de la comunidad en general, es una obligación en la cual hemos avanzado en los últimos años dentro de una visión de universidad y sociedad, sin embargo debemos ser mucho más agresivos y tener más visibilidad en lo que respecta a lo que hace la Universidad en la sociedad orinoquence, en las empresas, en los barrios, en el campo, etc.

FOLIO 32

Meta 9: Fortalecer los programas de egresados lo cual permita evaluar de forma eficiente la pertinencia de la Universidad en el contexto.

Acciones: Los egresados requieren un continuo monitoreo a partir de un modelo compuesto por protocolos que permitan a las unidades académicas analizar las variables que ayuden a reflexionar lo curricular y a la universidad el poder mantener un contacto permanente para seguir ofertando un portafolio pertinente y accesible; el tener claro cuál es el aporte del egresado a la Universidad y el de la Universidad con el egresado, permite la creación de acciones sólidas cuyo objetivo es el del mejoramiento continuo y por ende mejorar la respuesta que debemos dar al contexto.