

CORPORACIÓN COLEGIATURA COLOMBIANA
PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO
2022 – 2025

Ser Humano-Ser Origen para el Desarrollo
de la Planeación Orgánica

*“Evolucionando para un mundo en constante cambio,
para la Transformación Consciente Individual Y Social”*

MEDELLÍN 2021

Contenido

| | |
|--|----|
| Contenido | 1 |
| PLANEACIÓN ORGÁNICA Ser Humano-Ser Origen | 4 |
| METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA..... | 5 |
| IDENTIDAD INSTITUCIONAL | 6 |
| ORIGEN | 6 |
| FUNDAMENTOS INSTITUCIONALES..... | 8 |
| Ser Humano-Ser Origen | 8 |
| OTROMUNDO | 8 |
| MISIÓN | 8 |
| VISIÓN COLEGIATURA 2030 | 9 |
| PRINCIPIOS INSTITUCIONALES | 9 |
| PILARES INSTITUCIONALES | 10 |
| REFERENTE TEÓRICO - CONTEXTO Y TENDENCIAS | 12 |
| EVALUACIÓN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO 2018 – 2021..... | 24 |
| DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO | 27 |
| ESTRATEGIA COMPETITIVA | 29 |
| ESTRATEGIA INSTITUCIONAL..... | 30 |
| IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA..... | 35 |
| CONTROL DE LA GESTIÓN | 36 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 38 |

EQUIPOS DE TRABAJO

Equipo estratégico

Rectoría

Vicerrectoría

Equipo de apoyo

Direcciones

Subdirección de Planeación

Estratega de Marca

Laboratorio de Creatividad Prospectiva

Participación de la comunidad académica

Subdirecciones

Coordinaciones

Jefes de Programa

Docentes

INTRODUCCIÓN

En **COLEGIATURA** nos reconocemos como un organismo vivo, que evoluciona de manera permanente y es interdependiente, por eso planeamos en la consciencia de que la suma de las aspiraciones, acciones y compromisos de todos los integrantes de la organización, aportan al cumplimiento de los objetivos trazados.

En este nuevo escenario de visualización estratégica, la consolidación de las Plataformas y la Expansión de las Escuelas orientan el Plan Estratégico de Desarrollo 2022-2025; en este Plan, declaramos y proyectamos la materialización de nuestra intención de construir realidades que aporten a la **Transformación Consciente** Individual Y Social, en un mundo en permanente cambio. Consolidamos el Perfil **Original** como distintivo institucional de impacto social y la Institución misma como un gran Laboratorio Articulado para la **Creatividad, Felicidad y Comunicación Esencial**.

Planeamos para visualizar el camino y nos adaptamos al flujo evolutivo de la vida y de los Seres Humanos que integramos la organización de manera orgánica y natural, y de esta manera gestionamos, con flexibilidad y articulación el compromiso con la mejora continua y la calidad.

A continuación, se presenta esta guía de acción para los próximos cuatro años, la que permitirá que, quienes decidimos desarrollar nuestro proyecto de vida en la institución, podamos unificar visiones de un futuro que está en nuestras manos construir.

PLANEACIÓN ORGÁNICA Ser Humano-Ser Origen

Las formas de planeación actual no dan cuenta en si misma de la realidad institucional y del mundo, el cual se encuentra en constate cambio, por lo tanto, es necesario mantener la capacidad de poder vincular lo impredecible. La planeación orgánica integra la posibilidad de proponer una visión “multi causal”, así como el direccionamiento, la implementación, el seguimiento, la evaluación y control de manera dinámica.

En coherencia con la identidad institucional, se plantea un proceso de planeación orgánica el cual se basa en la forma natural en la que se desarrolla cualquier ser vivo. Hay otras maneras de ver, comprender y hacer, el desarrollo puede ser múltiple, pero organizado y adecuado al crecimiento natural de la Institución. Este tipo de planeación exige una lectura constante del mundo en evolución para no transmitir traumas, sino por el contrario operar desde las nuevas posibilidades.

La Planeación Estratégica Orgánica requiere clarificar las prioridades, de redireccionar cuando sea necesario, incluir lo impredecible, actualizarse en lo que ocurre y como ocurre, pero siempre bajo la premisa de los valores y principios institucionales.

Frente a este componente, podemos vincularnos a la teoría planteada por Farjoun (2002), quien clarifica abordar la Planeación Estratégica teniendo en cuenta lo dinámico que es el mundo al que se enfrenta y la complejidad propia de la organización¹.

Como elementos para el direccionamiento, implementación, seguimiento y evaluación del Plan Estratégico se configuran tres elementos importantes: La Flexibilidad, La Movilidad y La Vida en Evolución.

¹ Farjoun, M. (2002): “Towards an organic perspective on strategy”, Strategic Management Journal, vol. 23, pp. 561-594.

Ortega, M. J. R., Requena, G. P., & Villaverde, P. M. G. (2009). Un modelo orgánico del proceso de dirección estratégica de la empresa familiar. Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época, (2).

METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA

La estructuración del presente Plan Estratégico se soporta en el modelo de Administración por resultados, cuya característica fundamental es la orientación a la obtención de logros concretos y tangibles, alrededor de los cuales se lleva a cabo un proceso de alineación de visión, misión, principios, políticas, objetivos y estrategias. Este modelo se desarrolla a partir de las actividades que se esquematizan en la siguiente figura:

Figura 1. Actividades del proceso estratégico



Fuente: Adaptación con base en Serna Gómez, Humberto. Gerencia Estratégica 11ª edición. 3R Editores, Bogotá, 2014, p. 58

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

ORIGEN

La **CORPORACIÓN COLEGIATURA COLOMBIANA** es una Institución de Educación Superior que oferta programas académicos en los niveles de Educación Media, Pregrado y Posgrado. En ella se privilegian las áreas creativas y comunicacionales para acompañar los procesos de formación de seres humanos íntegros, desde la búsqueda del saber científico, artístico y humano.

Surge en Medellín el 24 de octubre de 1989 por iniciativa de tres jóvenes profesionales que, por experiencia propia en sector de la moda, vieron la necesidad de incursionar en el medio académico de la ciudad, pues habían identificado que las personas que se desempeñaban en el mundo de la moda daban una respuesta empírica a los desafíos que les planteaba el medio y que esta podría verse nutrida si se accedía a niveles de formación estructurados.

Este complemento buscaba, además, fortalecer el desarrollo de la industria textil en Colombia. Con el nombre dado a la institución, los fundadores pretenden dejar claro que todas las personas que forman parte de la **COLEGIATURA** aceptan que son convocados a un cuerpo colegiado en el que aportan desde lo que son, piensan, hacen, sueñan, pues ello es fundamental para que los procesos se desarrollen de manera adecuada en beneficio del país.

La creatividad ha sido la constante en el hilo narrativo y articulador de una Institución que en los años noventa oferta los primeros programas académicos en la modalidad de Educación no Formal, fundamentado en metodologías que la estimulan y potencian para que los procesos formativos a nivel técnico y tecnológico fueran de calidad y engrandecieran lo humano. El Ministerio de Educación Nacional de

Colombia le otorga personería jurídica como Institución Universitaria, mediante la Resolución 1989 del 11 de julio de 2000. Paralelamente obtiene aprobación del ICFES para los programas académicos de **Diseño de Modas, Diseño Gráfico y Publicidad** como programas universitarios, razón por la que el 26 de enero de 2001, **COLEGIATURA** Colombiana comienza labores como Institución de Educación Superior. A partir de este año **COLEGIATURA** consolida su vocación como una Institución especializada en programas creativos y expande su oferta educativa. Primero, crea **EL COLEGIO** de Bachillerato para los grados décimo y undécimo, con orientación técnica y con énfasis en diseño, publicidad y artes aplicadas con el fin de aportar desde este nivel de formación al desarrollo de la **Creatividad** de los estudiantes, de manera independiente a la elección posterior de su pregrado e la Institución para cursar el mismo. Segundo, estructura tres nuevos programas de pregrado: **Diseño de Espacios/Escenario, Comunicación Organizacional y Gastronomía y Cocina Profesional**. Tercero, oferta el programa de posgrado denominado **Especialización en Intervención Creativa**.

Desde su creación como Institución de Educación Superior y hasta la fecha, **COLEGIATURA COLOMBIANA** ha fortalecido su oferta con programas de pregrado y posgrado en las áreas de su especialidad (Diseño y Comunicación): **Comunicación en Narrativas Transmedia y Especialización en Creatividad Estratégica**, ya con registro calificado y en estado aprobado por parte del Ministerio de Educación, del pregrado en **Diseño Estratégico**. Con la nueva oferta en su propuesta formativa, la Institución evidencia y ratifica su intención inicial de fortalecer la Comunicación como área de su especialidad y la incorpora como apuesta por la **Transformación Consciente Individual y Social**, mediadora y movilizadora de intangibles, comportamientos e imaginarios individuales y colectivos, para expandir a las organizaciones y a la sociedad, desde los propósitos de formación y resultados de aprendizaje propuestos para sus Programas de pregrado y de posgrado.

FUNDAMENTOS INSTITUCIONALES

Ser Humano–Ser Origen

En **COLEGIATURA COLOMBIANA** concebimos el SER HUMANO ÍNTEGRO como la Fuerza Interna que expande y transforma. Se manifiesta en la vida a través de la emoción, el pensamiento, la acción y la palabra. Es la POTENCIALIDAD fundamental expresada en lo intelectual, relacional, laboral, físico y lúdico y en la abundancia, áreas de manifestación humana que se abordan para manifestar la consciencia de sí.

OTROMUNDO

COLEGIATURA COLOMBIANA instauro OtroMundo como la puesta en acción del Pensamiento Institucional, fundamentada en el reconocimiento de **Ser Humano–Ser Origen**, lo cual posibilita modos creativos en el **Sentirse, Pensarse, Expresarse y Vivirse** para comunicarse y relacionarse con el otro, de Otra Manera y lo asume como postura y apuesta de formación. Es en los diferentes procesos educativos como se construye en torno a esta condición para habitar el mundo en permanente cambio.

MISIÓN

COLEGIATURA COLOMBIANA especializada en el potencial transformador de **Ser Humano–Ser Origen**, para la **Creatividad**, la **Felicidad** y la **Comunicación Esencial**, desarrolla procesos educativos e investigativos que propenden por la formación de seres humanos con autodeterminación, íntegros, y competentes, en permanente búsqueda de **Sentirse, Pensarse, Expresarse y Vivirse** de otras maneras desde el respeto y el BienEstar, capaces de admirarse por la diferencia y de

proyectar sus acciones hacia la **Transformación Consciente Individual y Social** en un mundo global.

VISIÓN COLEGIATURA 2030

Inspirar al Ser Humano en el reconocimiento de su **Potencial Ilimitado**, mediante la Educación **Vivencia** desde **Creatividad, Felicidad y Comunicación Esencial**, para la **Transformación Consciente Individual y Social** de la vida en constante evolución.

PRINCIPIOS INSTITUCIONALES

- Promovemos el auto-reconocimiento desde **Ser Humano-Ser Origen** como condición necesaria de Bien**Estar**, en procura de la autonomía y el sentido crítico, ético, estético y político.
- Nos definimos como una Institución secular y pluralista.
- Nos concebimos de vanguardia por la promoción de prácticas educativas creativas.
- Promovemos la flexibilidad desde la autoevaluación permanente.
- Nos comprometemos con responsabilidad social y cultural en los procesos formativos y el desarrollo de proyectos para la comunidad Glocal.
- Entendemos la internacionalización como la interacción dinámica desde el reconocimiento de la interculturalidad para la formación de un pensamiento global.
- Formamos en el Re**Conocimiento**, Re**Valoración** y Re**Significación** de los elementos identitarios y del patrimonio cultural colombiano.
- Proponemos como precepto orientador de formación, la interacción con la Naturaleza como fuente de aprendizaje y creación.

- Generamos un clima institucional que promueve la búsqueda permanente de la **Felicidad** como un derecho, que se fundamenta en la necesidad de darle sentido a la propia vida y que compromete el desempeño profesional y social.

PILARES INSTITUCIONALES

CREATIVIDAD

La **Creatividad** es la capacidad inherente a todo Ser Humano, que se desarrolla cuando éste se hace consciente de su potencial creador como fuente primordial para crearse a sí mismo, para reconocer su individualidad y, desde esa construcción, habitar el mundo. El proceso creativo ocurre en primera instancia en el Ser Humano y posteriormente trasciende sus fronteras, para instalarse en la cultura como la creación misma. Dicha fuerza creadora se expande a partir de procesos racionales y sensibles, mediante los cuales es posible expresar el potencial transformador de origen en conceptos, productos y acciones para desde ellos aportar a la transformación del mundo.

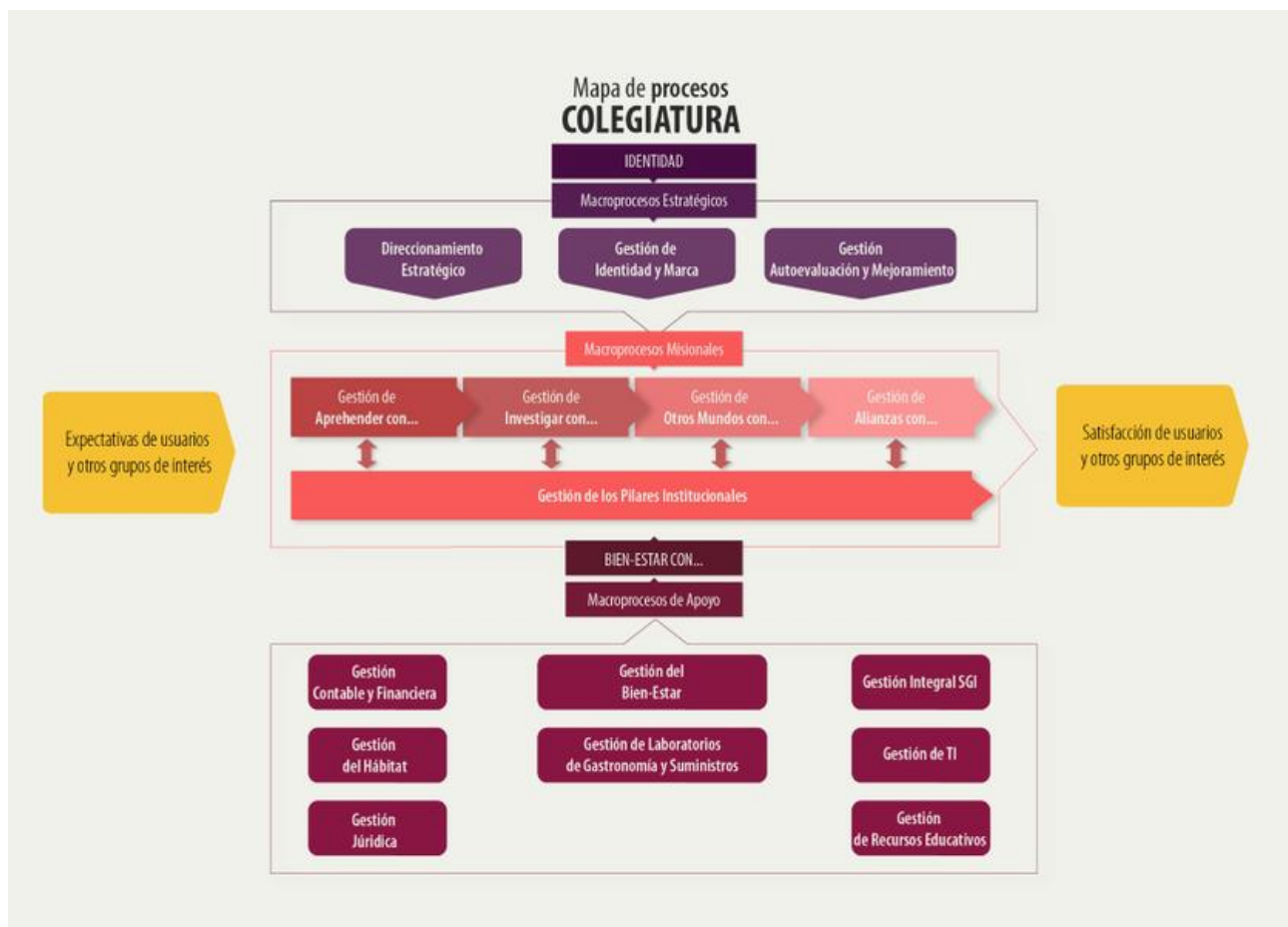
COMUNICACIÓN

En **COLEGIATURA COLOMBIANA** entendemos la comunicación como el elemento esencial e instrumental que permite definir y acordar significados, decirse quién se es, establecer identidad, decirse de qué se es capaz y ordenarse la acción en consecuencia. Es el elemento intangible que hace tangible la realidad del hombre al hacerse palabra, al enunciar pensamientos, sentimientos y saberes. Es el instrumento que genera, inicia, direcciona, modifica, interpreta, cuantifica, determina y culmina procesos. Saber comunicar es saber liderar para que ocurra lo planeado. Así, la comunicación en la Institución brinda herramientas básicas para una interacción asertiva y facilita el autorreconocimiento de las potencias y competencias de sus integrantes.

FELICIDAD

Consideramos la **Felicidad** como un estado de consciencia, de gozo, paz y plenitud por Ser y Reconocerse como la Fuerza **Interna** que se expande, se transforma y se realiza en integridad.

Figura 2. Mapa de procesos Institucionales COLEGIATURA



REFERENTE TEÓRICO - CONTEXTO Y TENDENCIAS

Por: Fernando Andrés Castro Torres – Docente facilitador

La hegemonía de la globalización, el gobierno del mercado, el control expansivo de la tecnología y la imperante individualización del mundo contemporáneo, se constituyen en cuatro factores que disuelven las pocas certezas que había dejado el discurso postmoderno, son a la vez procesos que configuran al sujeto neoliberal de la segunda década del siglo XXI, en el que la comunicación digital, la autogestión, la individualidad y la ubicuidad propias del capitalismo informacional determinan la relación instituciones, sujetos y discursos. Como colofón de todo este panorama la tercera década del presente siglo inicio con un mundo pandémico, cada vez más mediado por pantallas, con cambios aparentemente transitorios pero que sin duda dejarán huella en las trayectorias representacionales de la humanidad entera.

Frente al mundo de la contemporaneidad se abre la oportunidad para instaurar intereses por la generación nuevos paradigmas para la evolución en materia y consciencia de sí, del otro y del mundo, horizontes de sentido que permitan al ser humano lograr un mayor equilibrio y posibilidades para fluir hacia un encuentro de sí que le permita ser parte activa de un mundo en permanente cambio.

Preámbulo: el presente como construcción histórica y escenario/objeto de estudio

El ser humano contemporáneo es producto de la historia, es resultado de las transformaciones de su entorno sociocultural, ha trascendido desde las mentalidades y las representaciones colectivas, desde las modificaciones de su mundo material y simbólico, lo cual implica que los fenómenos, periodizaciones, estadios, épocas o clasificaciones de los diferentes tránsitos del ser humano en sociedad, no son fenómenos inconexos, aislados o superados en términos de borrón y cuenta nueva frente a los contextos precedentes.

El mundo contemporáneo tiene en el capitalismo informacional un sistema hegemónico y global que modela representaciones y formas de existir en el mundo, es el resultado y la expresión acumulativa de los mundos materiales y simbólicos del capitalismo mercantil, industrial y financiero. Una apuesta de continuidad y disrupción, que contempla escenarios cambiantes pero conectados como procesos históricos.

La sociedad contemporánea que se constituye a partir de los cuatro factores paradigmáticos de la sociedad actual (globalización, mercado, tecnología e individualización) lo cual hace necesario e imprescindible reconocer que “la aparición de la toma de conciencia histórica es verdaderamente la revolución más importante de las que hemos experimentado tras la llegada de la época moderna.” (Gadamer, 2000. p. 41) es decir, pensar y comprender el presente se constituye en un imperativo ético necesario para subsistir como sociedad y comprenderlo se hace indispensable para cualquier proceso de planeación.

El estado del lazo social contemporáneo y de los diversos procesos que lo resignifican, señalan una pregunta por el presente, por el hoy, por el yo, lo cual llama a tomar distancia para un análisis crítico del sujeto contemporáneo y de su entorno. “Entendemos por conciencia histórica el privilegio del hombre moderno de tener plenamente conciencia de la historicidad de todo presente y de la relatividad de todas las opiniones” (Gadamer, 2000. p. 41)

Pensar el presente, comprenderlo y reconocer sus trayectorias de formación y de sus posibles transformaciones sirve como punto de partida para que cualquier institución de educación superior piense su rol en el mundo, su alcance y su responsabilidad como actor protagónico de la sociedad. En tal sentido la presente contextualización indagará en las trayectorias sociohistóricas de configuración del sujeto y sus mentalidades contemporáneas lo que implica reconocer bien los diversos perfiles representacionales que habitan **COLEGIATURA**.

El mundo sociocultural del sujeto contemporáneo

El capitalismo contemporáneo es el acumulado de poco más de 400 años de elaboraciones, es decir el capitalismo informacional o cognitivo convive con las transacciones mercantiles cotidianas, con el viejo y nuevo industrialismo de la cuarta revolución y con los mercados financieros que se consolidan con las TIC, entre otros factores. Es el mundo del neoliberalismo potenciado por la globalización, la tecnología, el individualismo y la información.

La actividad del sujeto del capitalismo informacional es circular información y derivar capital, el mundo presente huele fugazmente, a cada instante se generan múltiples olores que se multiplican con la paleta de productos que se crean a diario, es el mundo del grafeno, del carbono, es la era postindustrial, de la biotecnología, de la inteligencia artificial, del big data, de las redes virtuales. El mundo de neologismos paradójicos, de lo glocal, el prosumidor y lo móvillocalizado.

La mente, las mentalidades, las preocupaciones, las angustias, los estímulos, las demandas y las necesidades del sujeto del capitalismo informacional lo sobrepasan y colonizan sus representaciones sin dejar campo al vacío, al ocio, a la nada, al olvido. Además, las promesas de movilidad, de progreso, de éxito no han desaparecido, han mutado y se han consolidado en las representaciones colectivas que posicionan modelos de referencia para alcanzar, vidas que se pueden vivir si se cumple con el estándar, superestrellas del espectáculo que señalan el camino a seguir y la **Felicidad** que se muestra en las redes.

De tiempo atrás se ha venido señalando como lo evidencia Eherenberg (2001) el problema de la identidad, de quién soy y qué quiero ser o de lo que puedo ser, lo posible, lo actual, lo virtual hacen parte de la ecuación constitutiva del individuo contemporáneo.

La idea de que cada quien pueda hacer su propio camino y convertirse en alguien por sí mismo se democratiza, cada uno busca una nueva idea

de sí mismo (“todo es posible” “Do it”, etc.). La figura del sujeto sale de ahí ampliamente modificada: de ahora en adelante se trata, para ser alguien, no de identificarse con otro, sino de ser semejante a uno mismo. Sin embargo ¿semejante a qué? De ahí las nuevas inquietudes interiores. (p. 7)

Se trata de lo posible, la posibilidad de la identidad para comprar, de ser, de tener, de alcanzar, en la sociedad de la intimidad como espectáculo, la vida del otro es la que se quiere, pero como es la vida del otro no se puede tener, simplemente porque no es la propia y nunca lo será, una red de deseos frustrados, en tanto el otro quiere mi vida, pero tampoco la puede tener porque no es la suya, conflictos de identidad, de propósitos y de deseos que atormentan la psique.

El mundo de lo informacional señala la necesidad de la deslocalización, de la ubicuidad que se potencia en la conexión permanente “la socialización ya no consiste en disciplinar los cuerpos para que sigan estando en su lugar de una vez por todas. Ella apunta a producir permanentemente una individualidad capaz de actuar por sí misma” (Ehrenberg, 2001. p. 10) para el tránsito constante, la movilidad, la rapidez, la fluidez, ubicuidad, la individualidad y por ello los dispositivos móviles y la comunicación inalámbrica son los mecanismos técnicos por excelencia de esta época. “En la actualidad, el capital viaja liviano, con equipaje de mano, un simple portafolio, un celular y una computadora portátil. Puede hacer escala en cualquier parte, y en ninguna se demora más tiempo que el necesario.” (Bauman, 2000, p. 64)

Lo que es evidente es que la acumulación de fenómenos sociales devenidos de las mutaciones y tránsitos del capitalismo a lo largo de su historia hoy plantea un panorama más complejo que el de hace dos siglos, por ejemplo, las condiciones materiales y simbólicas transforman el universo representacional del sujeto. Así mismo los estímulos sensoriales y cognitivos marcan un compás complejo de seguir y los

factores de configuración del capitalismo acumulativo presente, desfiguran la acción comunicativa.

Es evidente que la psique de hoy está más estimulada, más influenciada por el mercado, el diseño y la publicidad, está asistida por diversos modelos a seguir, por vidas ajenas que adquirir, por presiones laborales, académicas, sentimentales y relacionales impuestas y autoimpuestas, ante tal panorama la psique está abrumada y tiene más factores de riesgo que pueden configurar potenciales patologías que son redituables, objetos de consumo, mercado y análisis académico, es cierto que la psique está más enferma y también porque es un producto más del capitalismo informacional o como lo diría Han (2014) es el objetivo de la psicopolítica del capitalismo neoliberal.

El dilema sobre lo colectivo e individual puede encontrar pistas desde el tipo de sociedad en la que se vive, en especial por lo dócil ya no del cuerpo sino de la mente, por no estar preparados y por el contrario estar menos aptos para afrontar el tipo de vida contemporánea, además si ello converge con la patologización de los problemas identitarios del sujeto, allí tiene caldo de cultivo y condición de posibilidad la depresión como categoría explicativa del conflicto contemporáneo “ya no se trata de someter los cuerpos, volverlos dóciles, sino de movilizar los afectos y las capacidades mentales de cada asalariado.” (Ehrenberg, 2001. p. 10.)

Los fenómenos del capitalismo y sus constantes mutaciones, ponen el énfasis en las representaciones colectivas que impactan la psique individual, así mismo la triada instituciones, sujetos y discursos hoy ponen el individuo como modelo y piedra angular del funcionamiento de la sociedad, le da poder, le transmite responsabilidades de un soberano absoluto, así “quien fracasa en la sociedad neoliberal del rendimiento se hace a sí mismo responsable o se avergüenza, en lugar de poner en duda a la sociedad o al sistema. Esta autoagresividad no convierte al explotado en revolucionario sino en depresivo.” (Han, 2014. p. 10.)

El capitalismo informacional encuentra como condición de existencia, de fluidez y de protección a la comunicación digital, la cual se enmarca en el hipertexto, en internet, las redes sociales, la conectividad móvil, los objetos interconectados, la inteligencia artificial, las redes 5G, el streaming, entre otros elementos propios de un cambio de perspectiva, experiencia y mundo sociocultural y de las prácticas y la materialidad transformada.

El ser humano ha cambiado en las esferas del tiempo y el espacio los paradigmas y las formas como tradicionalmente se ha comunicado, debido al desarrollo y posicionamiento de la comunicación digital, este fenómeno transformó los medios de comunicación, así como la vida cotidiana de la humanidad entera

Las tecnologías de la información y la comunicación permiten llevar a cabo transformaciones socio históricas, dichas transformaciones son cambios en la organización y el funcionamiento de las sociedades que inician una nueva era, no son cualesquiera transformaciones tecnológicas, las herramientas comunicativas vuelven a tener capacidad de sociogénesis. (Martín Serrano, 2010)

La revolución digital es una discontinuidad y una ruptura en la historia de la humanidad casi tan significativa como el neolítico o la revolución industrial, y coincide con las dos anteriores en que se fundamenta en el dominio de la técnica, plantea Lévy (2007), pero el hecho de estar viviendo esta época de grandes cambios, determina la limitación de ponderar sus efectos y dimensionar sus alcances, de tratar cuidadosamente los conceptos y de ser críticos con el panorama contemporáneo que plantea la mediación digital, para no caer en la apología de un fenómeno que no es simple de comprender.

La contemporaneidad responde a formulaciones discursivas que influyen en la vida material, que se entrecruzan con campos de saber delimitados en el universo comunicativo, en el marco de un capitalismo

informativa. Dicho capitalismo genera un ecosistema humano proclive a la positividad y la transparencia para seducir y aplanar las relaciones humanas: gobernantes que se adecuen a las necesidades de sus electores, en tal sentido “las autoridades ya no mandan, sino que intentan congraciarse con los electores por medio de la tentación y la seducción.” (Bauman, 2000, p. 70) De igual manera los padres de familia buscan ser “amigos” de sus hijos, los profesores “entretener” a sus estudiantes, la pareja complacer y permitir la “realización” de su pareja, hasta el discurso de la religión busca mostrar las posibilidades desde “el amor” y tratar de alejarse de la tradición de un Dios que castiga más de lo que consiente.

Los múltiples cambios y dinámicas sociales, que tienen como protagonista al sujeto neoliberal, implican un gobierno de los cuerpos y de los espíritus, un gobierno que orienta, estimula, educa y acompaña, el poder ya no es una voluntad soberana sino un método transversal de dirección de la existencia. El perfil del sujeto neoliberal no sólo debe ser productivo, sino que debe estar convencido, comprometido, feliz, pleno y placentero. Un individuo útil, dócil, dispuesto y eficaz para el consumo, el trabajo, la conexión y la vida en general. (Illouz y Cabanas, 2019)

El perfil del sujeto neoliberal es homologable al empresario de sí, que busca realizarse a sí mismo, trabajar para la empresa como si lo hiciera para el mismo, eliminando el sentimiento de alienación, de distancia con la empresa y la generación de un sentimiento de pertenencia que lo adscribe a la organización como un activo estratégico para su operación. Por medio de los dispositivos, las aplicaciones y las plataformas propias de la comunicación digital el neosujeto se autogestiona “La gran innovación de la tecnología neoliberal consiste, precisamente, en vincular directamente la manera en que un hombre es gobernado con la manera en que se gobierna a sí mismo.” (Laval, C. y Dardot, P. 2013, p. 337)

Paradigmas y trayectorias evolutivas del sujeto de la contemporaneidad

Si bien la situación global desatada por la pandemia del Covid-19 aceleró e intensificó los cambios que se venían gestando en las dos décadas de inicio del siglo XXI, y que le dio protagonismo al dominio de la biopolítica y aún más al de la tecnología, las trayectorias representacionales y sociales del sujeto contemporáneo mantuvieron en términos generales las mismas líneas de comportamiento, tal como se expondrá a continuación.

La constitución de las mentalidades y comportamientos del sujeto en la contemporaneidad siguen estando determinados por la hegemonía de la globalización, el gobierno del mercado, el control expansivo de la tecnología y la imperante individualización del mundo contemporáneo; lo que complejiza la ecuación de una manera más evidente es nuestra mentalidad, la forma desde la consciencia de asumir el presente, de considerar nuestra condición de interdependencia, nuestra capacidad de adaptarse al cambio y la capacidad de comprender nuestra continua e inherente perspectiva evolutiva.

La realidad contemporánea, cambiante, incierta y compleja, está determinada por las estructuras culturales, ideológicas, comerciales, publicitarias, por los patrones de crianza, los modelos y los referentes que tomamos, las prácticas educativas centradas en el tener, el hacer y el parecer. Es así como emerge el sujeto del rendimiento en el marco de la racionalidad neoliberal, desde el burnout, el sobre trabajo, la competitividad, las regulaciones y el afán estandarizador de los mecanismos de poder y control del Estado, las instituciones, la empresa y la familia.

Para mapear aún mejor las trayectorias del mundo contemporáneo se recurrirá a metáforas propias del impresionismo sociológico. Las metáforas pintan una impresión de la realidad que nos rodea, la muerte de los grandes relatos como la política, la razón o el progreso disolvió el

suelo firme del hombre de la modernidad, surgió lo líquido pintado por Zygmunt Bauman, como pincelada que refleja el aligeramiento, lo liviano, la inestabilidad, la obsolescencia de todo cuanto pueda solidificar nuestra existencia.

La desconfianza, pintada por Ulrich Beck se encarga de evidenciar una sociedad que ve al otro con sospecha, que juzga permanentemente su accionar: todos los gobernantes lo hacen mal, los padres también educan mal, el jefe es mal jefe, al igual que el profesor, el compañero de trabajo, los directivos, las instituciones, siempre todos actúan mal menos quien juzga, el único que hace bien todo soy yo, un cierto síndrome de Luis XIV el rey sol.

Por su parte los trazos esbozados por Gilles Lipovetsky, nos revelan cómo la decepción es un efecto secundario de las promesas de bienestar, de los espejos de la sociedad de la abundancia y del hiperconsumo, la ambición juega un papel fundamental para sostener esta lógica, la ambición de ascender más, tener más, aparentar más, trabajar más, poseer más, tener más prestigio, posesiones y seguidores. Un camino extenuante e interminable, de un vacío permanente en tanto la vida que quiero es la de otros, una búsqueda de referentes que desde el hacer y el tener agota nuestras fuerzas.

Es Axel Honneth quien da las pinceladas de la sociedad del desprecio, es el mundo de los marginados que la contemporaneidad no sólo los ha multiplicado sino que los ha normalizado, el mundo de los inmigrantes, los latinos, los negros, los contratistas de prestación de servicios, los free lancers, quienes bajo la figura de outsourcing o cooperativas de trabajo asociado ofrecen su mano de obra barata para vivir en una sociedad que no los reconoce, a quienes en la interacción social cotidiana se les niega la existencia, el reconocimiento y la dignidad. De lo anterior se esboza su efecto derivado: sentimientos morales que reflejan desprecio, indignación, ira, tristeza, dolor y vergüenza. Las primeras planas de los diarios se colman con protestas, indignados y destrucción, una respuesta

de odio para quienes los odian y la posibilidad de encontrar reconocimiento en sus pares, otros despreciados con quienes se comparte algo: el odio por quienes los desprecian.

La incertidumbre hedonista del individualismo contemporáneo es la contribución de Robert Castel a la composición que nos guía, se trata del panorama del individuo liberado de un compromiso con el otro, que lo perfila de mejor forma para el mercado, para el mundo del consumo, para poder comprar más, viajar más, vestir mejor, comer mejor, poder emprender, etc. Se trata de no tener que compartir mi riqueza, mi tiempo, mis planes, mis viajes con nadie, mi libertad... un individuo que disfruta de la incertidumbre propia de las conexiones y lejana de los vínculos estables, ciertos y duraderos.

Oliver Natchwey de pinceladas de lo que se trata la sociedad del descenso, la sociedad de la inflación académica, de la obsolescencia de las personas que con 50 años caen en picada en el mercado laboral, quienes están tras el volante de un Uber o encuentran en el rebusque cotidiano su única alternativa laboral. Es el escenario de la precariedad laboral, del imperativo para ser el mejor desbordando sus propios límites, la constitución del sujeto del rendimiento bien sea un emprendedor o un empleado, lo que implica un compromiso total en una disolución de las fronteras entre lo personal y lo laboral, de los horarios y lugares de trabajo, en tanto la ubicuidad del solitario conectado lo lleva a tener que responder 7/24 para seguir ascendiendo mientras pueda.

Con Eva Illouz se perfilan los trazos para la **Felicidad** como imperativo y como mandato homogeneizante, el mercado de fórmulas simplistas que generan sensaciones temporales de alivio y complacencia desde el poder pastoral pero ninguna solución a los problemas de fondo como ya han sido esbozados anteriormente.

Finalmente, Byung-Chul Han es el encargado de pintar lo que refleja una sociedad de la transparencia, en la que la intimidad es un espectáculo, un lugar para el narcisismo del sinóptico de Instagram, para la cercanía de lo homogéneo, el infierno de lo igual como lo plantea, en el que se trastocan los lugares y modos de manifestación de lo público, lo privado y lo íntimo, lo público como lo publicado sea privado o íntimo. Con el afán de parecerse a aquel o de ser un Megusta más para la estrella de turno. La transparencia es sin duda una lógica incremental en la actualidad, las unanimidades son cada vez más férreas en el marco de los nuevos paradigmas, los derechos de los animales, la diversidad de género, la democracia como única vía, el lenguaje incluyente, entre otros factores que se determinan como verdades inapelables, verdades que igualan, que estandarizan, pensamientos únicos e indiscutibles.

Se podrá estar más o menos de acuerdo con la obra acabamos de pintar desde el impresionismo sociológico de la contemporaneidad, pero lo que es claro es que su descripción refleja dinámicas sociales del individuo de la actualidad, de la forma cómo se relaciona y de ciertos síntomas que se constituyen en manifestaciones de la metamorfosis del mundo en el que vivimos.

Ahora bien, el balance de la sociedad contemporánea con todos sus condicionamientos es desalentador y agobiante, pero el presente que nos habita nos llama a transformar la realidad individual y colectiva, provocar una revolución del sentido, pensar alternativas y posibilidades para resistir, no rendirse, no claudicar ante las estructuras dominantes, una acción política que cada quien desde el lugar en que se encuentre puede liderar.

El nuevo ethos del hombre contemporáneo encuentra otros horizontes de sentido para poder desplegar toda su capacidad de creación y de consciencia interdependiente. Es precisamente desde allí que se generan una serie de paradigmas se nutren de un propósito superior por el cual

mantenerse activo en la sociedad, paradigmas del ethos de la persona de la contemporaneidad.

Los paradigmas que sostienen dicho ethos: el cuidado de sí (alimentación consciente, estilos de vida saludable y autorreconimiento de la **potencial ilimitado** propio), el cuidado del otro (reconocimiento de las diferencias, derechos igualitarios, inclusión y participación plena) y el cuidado del entorno (protección del medio ambiente, cuidado y militancia por los derechos de los animales, promoción de energías limpias), ámbitos potenciados por las conexiones globales, por los puentes construidos con las TIC y cuyos contenidos se expanden en la medida en que la comunicación digital permea todas las capas sociales y las del individuo mismo. (Castro, 2020, p. 24)

CONCLUSIÓN

Realizar un ejercicio de planeación en el marco del mundo contemporáneo implica la comprensión de la constitución del presente, de las mentalidades y representaciones que lo habitan, requiere un ejercicio de hermenéutica de sí y de allanar el camino desde el ethos del sujeto contemporáneo.

Independiente de si la realidad, el entorno y el contexto sociocultural son favorables o no, el desafío es el que determina el imperativo para actuar, para comprender las condiciones constitutivas del mundo que habitamos y a partir de allí ser asertivos en la trayectoria de presente y futuro que se quiera trazar.

Las instituciones de educación superior por su parte tienen inmensos retos por demostrar su capacidad transformadora, su consciencia sistémica y la pertinencia de su acción en medio de la metamorfosis del mundo contemporáneo, deben comprender el sujeto que las habita y también el que está expectante por conocer la forma en que desde la educación se podrá transformar de forma interdependiente su realidad.

EVALUACIÓN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO 2018 – 2021.

De acuerdo con el trabajo realizado en los últimos cuatro años, y pese a los nuevos escenarios que trajo consigo la pandemia y la situación de salud pública del País, la Corporación **COLEGIATURA COLOMBIANA** logró llevar a cabo de manera eficiente el desarrollo de su Plan Estratégico de Desarrollo 2018 -2021. Existen algunos elementos que se han revisado, tal es el caso del aumento en el número de estudiantes, la creación de nuevos programas de carácter técnico, la estrategia de internacionalización del currículo, que cobran relevancia para la nueva estrategia de desarrollo que busca la expansión de las escuelas y la consolidación de las plataformas.

A continuación, se presentan los diferentes proyectos y el cumplimiento de los mismos.

LINEA ESTRATÉGICA INVESTIGAR CON...

| Nombre del proyecto | Propuesta | Logro % al 2021 |
|--|---|-----------------|
| Investigar con Perfil Original | Fomentar el acercamiento a la investigación como un proceso creativo que aporta a la innovación y a la Transformación Consciente Individual Y Social. Participación de estudiantes. | 100 |
| Investigación para la transformación consciente | Fortalecer la función de investigación desde la perspectiva de Perfil Original y de manera articulada y coherente con la vocación institucional por las áreas de la creatividad y la Comunicación . Proyectos de investigación. | 100 |

LINEA ESTRATÉGICA APREHENDER CON...

| Nombre del proyecto | Propuesta | Logro % al 2021 |
|--|--|-----------------|
| Laboratorios COLEGIATURA | Laboratorios como escenario para el cumplimiento de los propósitos de formación de cada uno de los programas académicos. | 100 |
| Cultura de autoevaluación | Modelo de Autoevaluación COLEGIATURA implementado. | 100 |
| | Registros Calificados Renovados | 100 |
| Nuevos programas académicos | Nuevos programas con Registro Calificado | 90 |
| Nuevos estudiantes | Aumento en el número de estudiantes nuevos. | 80 |
| Creación EL COLEGIO COLEGIATURA | Propuesta académica de EL COLEGIO COLEGIATURA formulada. | 100 |
| Habitar la virtualidad | Cursos virtuales de formación continua | 100 |
| | Oferta de los servicios COLEGIATURA en Línea. | 100 |

LINEA ESTRATÉGICA OTROS MUNDOS CON:

| Nombre del proyecto | Propuesta | Logro % al 2021 |
|--------------------------|--|-----------------|
| Interculturalidad | Créditos de cada carrera integran la interculturalidad | 90 |
| | Nuevas alianzas y proyectos establecidos con socios estratégicos de orden nacional o internacional | 100 |
| | Eventos interculturales para la transformación consciente de alcance nacional e internacional | 100 |

| | | |
|--|--|-----|
| Relevancia y posicionamiento de COLEGIATURA (en el entorno local, regional, nacional e internacional) | COLEGIATURA líder en Colombia en Creatividad, Felicidad y Comunicación Esencial desde Ser Humano-Ser Origen | 50 |
| Interculturalidad | Nuevas alianzas y proyectos establecidos con socios estratégicos de orden nacional o internacional | 100 |
| | Eventos interculturales para la transformación consciente de alcance nacional e internacional | 100 |
| Relevancia y posicionamiento de Colegiatura (en el entorno local, regional, nacional e internacional) | COLEGIATURA líder en Colombia en Creatividad, Felicidad y Comunicación Esencial desde Ser Humano-Ser Origen | 50 |

LINEA ESTRATÉGICA BIENESTAR CON...

| Nombre del proyecto | Propuesta | Logro % al 2020 |
|--|--|------------------------|
| Evolución del desempeño | Evolución del desempeño de cada perfil | 100 |
| Infraestructura | Espacios creados, adecuados, potenciados o dotados para actividades académicas | 100 |
| | Satisfacción con los servicios prestados por TI | 100 |
| Sistema de Gestión Integral (SGI) | Sistemas de Gestión Implementados (Calidad, Ambiental, SST y Documental) | 70 |
| Quédate en Cole | Retención en los primeros semestres | 100 |
| | Incremento tasa de egreso | 100 |
| Desarrollo Integro | Satisfacción con los servicios prestados por BienEstar | 100 |

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

LA MATRIZ ESTRATÉGICA COMO ACCION OPERATIVA

La gestión en **COLEGIATURA COLOMBIANA** se fundamenta en la **Matriz Estratégica OtroMundo**, ecosistema de transformación consciente que se desarrolla como un vórtice que dinamiza, vuelve tangible, y gestiona nuestro Pensamiento Institucional desde **Ser Humano-Ser Origen**, mediante las Escuelas y las Plataformas Institucionales. Integra las funciones sustantivas determinadas para las **IES**, generando potencia a nuestra especialidad en **Felicidad, Creatividad y Comunicación Esencial**, en sinergia con todos los públicos definidos desde **COLEGIATURA** para habitar el mundo en permanente cambio.

Por tanto, la **Matriz Estratégica OtroMundo** pone en coherencia la identidad y la naturaleza de **COLEGIATURA**, a través de la articulación de: El Pensamiento Institucional, las Funciones Sustantivas, los Pilares, la relación universidad, empresa, estado, sociedad, el Plan de Desarrollo y la gestión.

La Matriz como estrategia pedagógica permite al estudiante:

- Transitar por ella ofreciéndole la oportunidad, a partir del perfil del graduado que ofrece el programa, afinar su propio perfil.
- Conocer las dinámicas de la relación Universidad, Empresa, Estado y Sociedad.

Como gestión, la Matriz permite:

- Construir los lineamientos estratégicos desde el Pensamiento Institucional.
- Direccionar el proceso de autoevaluación.
- Crear indicadores para la docencia, la investigación, y la extensión.

Como Matriz de Creación:

- Permite volver la creación innovación.
- Mostrar rutas que permitan encausar la creación.

Como Matriz de Comunicación permite:

- La articulación de las diferentes instancias de la composición orgánica de la Institución mediante la gestión por procesos.

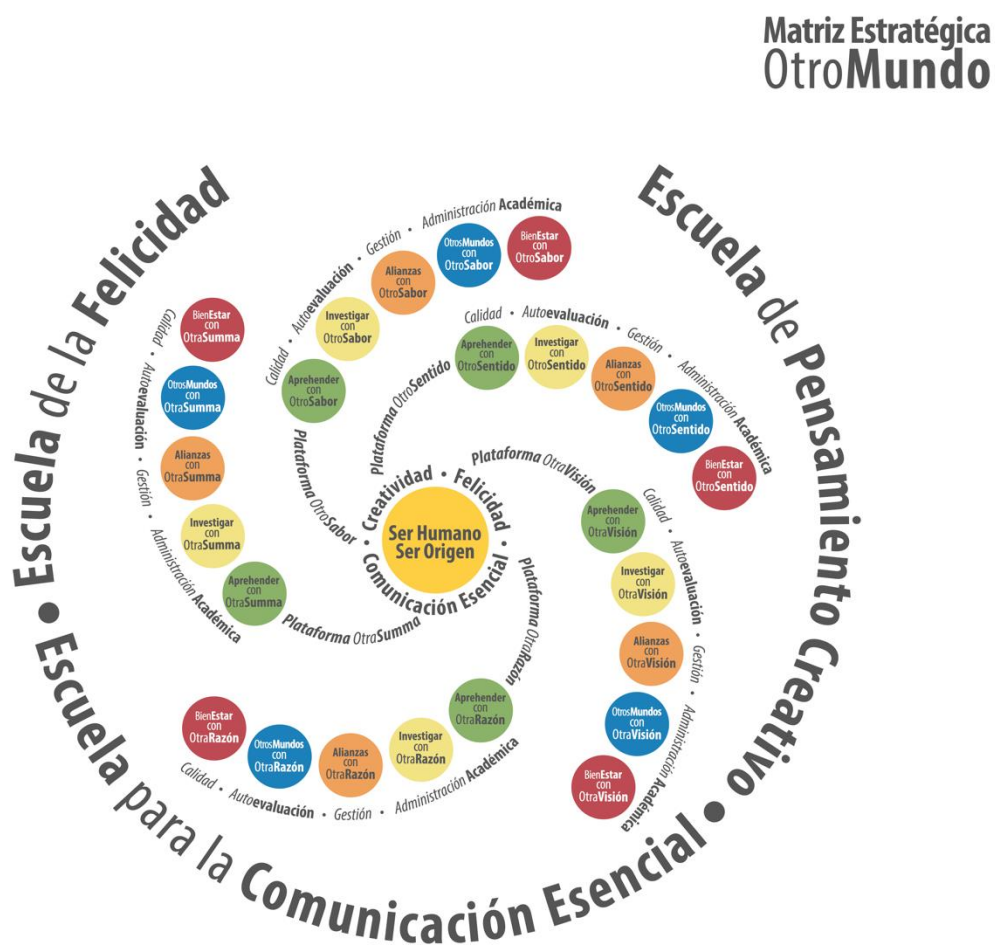


Figura 3. Matriz Estratégica OtroMundo

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA - COMPONENTES ESTRATÉGICOS.

ESTRATEGIA COMPETITIVA

Diferenciación

Se da por la coherencia en la gestión de la identidad institucional: **Ser Humano– Ser Origen.**

Somos una institución especializada en **Ser Humano–Ser Origen**, desde la **Felicidad, Creatividad y Comunicación Esencial Escenario de desarrollo**

Evolución: La institución evoluciona, desde la matriz estratégica, para el logro del Perfil **Original** de la Común **Unidad.**

Macro estrategia – Laboratorio para OtroMundo

Evolucionar **COLEGIATURA**, Institución de Educación Superior, a un gran laboratorio, entendido como un espacio para creación que promueve la interacción, la experimentación y la flexibilidad, generando resultados efectivos de otras maneras, para habitar la vida en un mundo en permanente cambio desde la **Felicidad, Creatividad y Comunicación Esencial.**

Laboratorio de gestión articulada de conocimiento GÉNESIS

El laboratorio es el centro de conexiones para la co-creación, en él se facilitan los procesos de ideación, planeación, gestión y desarrollo de iniciativas **COLEGIATURA**, desde las cuales, se produce conocimiento a partir de la articulación y movilización de **Matriz Estratégica OtroMundo**

ESTRATEGIA INSTITUCIONAL

La estrategia institucional se soporta en el desarrollo de la **Matriz Estratégica OtroMundo** en sus unidades de negocios, la cual busca el fortalecimiento y crecimiento de cada una de ellas para impactar de manera consiente en la **Transformación Consciente** Individual Y Social

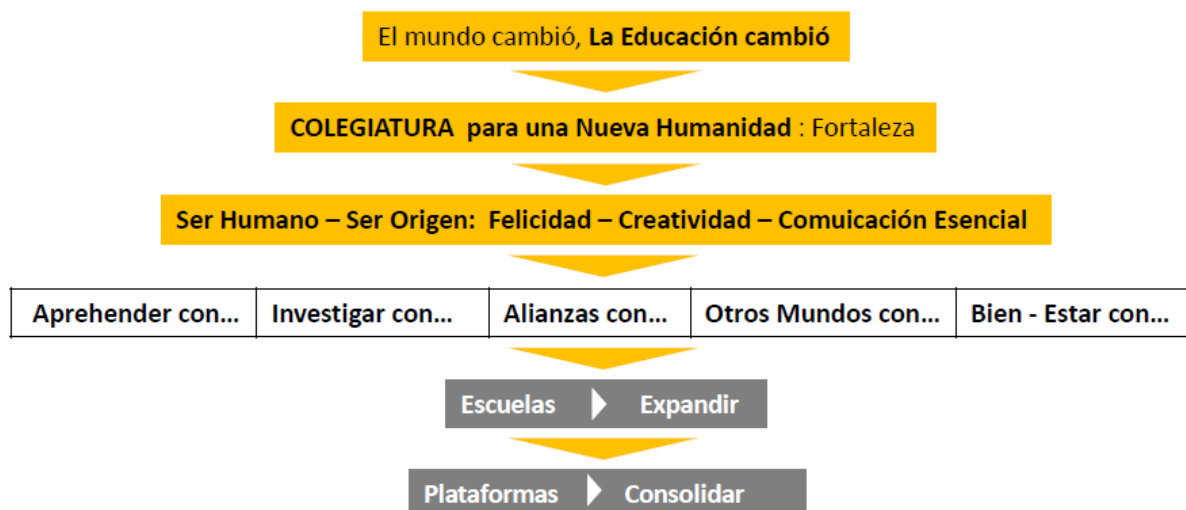
Las unidades de negocio establecidas en la estrategia son:

- **EI COLEGIO COLEGIATURA**
- **COLEGIATURA IES**
- **CoCreEs COLEGIATURA**
- Las **ESCUELAS COLEGIATURA**
- **COLEGIATURA VIRTUAL**
- **COLEGIATURA ABIERTA**
- **COLEGIATURA CARIBE MERIDIANO**

| MARCA | | COLEGIATURA | | | | | | |
|-----------|-----------------------------|---------------------------------------|-----------------|---|--|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| SUBMARCAS | | EI COLEGIO COLEGIATURA | COLEGIATURA IES | CoCreEs COLEGIATURA | ESCUELAS COLEGIATURA | COLEGIATURA VIRTUAL | COLEGIATURA ABIERTA | COLEGIATURA CARIBE MERIDIANO |
| UEN | Educación Media | | Pregrado | Paz Consciente | De Pensamiento Creativo | Colegiatura.edu.co | Educación Continuada | Educación Continuada |
| | Preescolar | | | Proyección Institucional | Para la Comunicación Esencial | | Congreso Internacional OtroMundo | Co-Incidir |
| | Educación Básica Primaria | | | Co-Incidir | De La Felicidad | | Co-Incidir | |
| | Educación Básica Secundaria | | | Interculturalidad | Posgrado | | | |
| | | | | | Investigación | | | |
| PRODUCTOS | 10º Grado | Comunicación Organizacional | | Laboratorio para la Alimentación Consciente OtroSabor en Casa | Cursos, Diplomaturas y Entrenamientos | Colegiatura.edu.co | Cursos, Diplomaturas, Entrenamientos | Cursos, Diplomaturas, Entrenamientos |
| | 11º Grado | Comunicación Publicitaria | | Orientación Vocacional | Creatividad Prospectiva para la Innovación | Cursos, Diplomaturas, Entrenamientos | Sábado Cole | Productos en CoCreación |
| | Prejardín | Comunicación en Narrativas Transmedia | | Productos en CoCreación | Especialización en Intervención Creativa | Red Origen | Congreso nómada | Orientación Vocacional |
| | Jardín | Diseño Espacios\Escenario | | Jóvenes Creadores | Especialización en Creatividad Estratégica | | Ciclo Visión Global | Contenidos |
| | Transición | Diseño Gráfico | | Vivencias Interculturales | | | Red Origen | Congreso nómada |
| | 1º Grado | Diseño de Modas | | Congreso nómada | | | | Ciclo Visión Global |
| | | Gastronomía y Cocina Profesional | | Ciclo Visión Global | | | | Red Origen |
| | | | | Red Origen | | | | Red Origen |
| | | | | | | | Red Origen | Espacio-Vivencia |

- **Figura 5. Unidades de negocio**

LÍNEAS ESTRATÉGICAS



Acorde con la **Matriz Estratégica OtroMundo** que permite la acción operativa de la identidad institucional plasmada en **Ser Humano–Ser Origen**, se proponen las mismas líneas estratégicas para el desarrollo de institucional:

Aprehender con...

Investigar con...

Alianzas con...

OtrosMundos con...

BienEstar con...

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA CADA LÍNEA

- Aprehender** Potenciar los procesos de formación desde la perspectiva de la Matriz para la formación del Perfil **Original**
- Investigar** Consolidar como función sustantiva la investigación - acción – creación
- Alianzas** Crear relaciones eficientes a nivel de Universidad Empresa Estado y Sociedad para el fortalecimiento Institucional
- Otros Mundos** Potenciar el Perfil **Original** desde la interculturalidad
- BienEstar** Desarrollar la infraestructura y el capital humano para la construcción del laboratorio **COLEGIATURA**.

FORMULACION ESTRATÉGICA

El Plan Estratégico 2022-2025 de **COLEGIATURA COLOMBIANA** toma la misma estructura de la **Matriz Estratégica OtroMundo**, por lo tanto, se consideran las mismas cinco líneas estructurantes y articuladas: **Aprehender** con..., **Investigar** con..., **Alianzas** con..., **OtrosMundos** con... y **BienEstar** con..., en las cuales teniendo en cuenta la macro estrategia se plantean los proyectos estratégicos a trabajar, con sus respectivas metas propuestas para los cuatro años, los cuales buscan desarrollar los temas de interés identificados por las diferentes Unidades de Gestión que hacen parte de la institución. Así mismo, y dando cuenta de la estructura sinérgica que propone la Matriz, se presentan las interacciones de los proyectos con las demás líneas.

A continuación, se presentan las líneas estratégicas y sus respectivos proyectos, así como las interacciones que dentro de sus acciones se dan, guardando la estructura matricial. Cada línea da cuenta de un color diferencial y se resalta con gris las interacciones que se producen.

APREHENDER CON...

| LÍNEA | PROYECTO | APREHENDER CON | INVESTIGAR CON | ALIANZAS CON | OTROS MUNDOS CON | BIEN-ESTAR CON |
|----------------|---|----------------|----------------|--------------|------------------|----------------|
| APREHENDER CON | Perfil Original | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | Nueva oferta Académica | | | | | |
| | | | | | | |
| | Interacción de los programas con las funciones sustantivas y la interculturalidad | | | | | |
| | | | | | | |
| | Virtualidad COLEGIATURA | | | | | |
| | | | | | | |
| | Cultura de la Calidad COLEGIATURA | | | | | |
| | | | | | | |
| | Expansión de la interculturalidad | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

La línea **Aprehender** con..., lidera a su vez un proyecto que se vincula directamente con la línea **OtrosMundos** con..., lo que se indica a través de la clasificación de color.

INVESTIGAR CON...:

| LÍNEA | PROYECTO | APREHENDER CON | INVESTIGAR CON | ALIANZAS CON | OTROS MUNDOS CON | BIEN-ESTAR CON |
|----------------|--------------------------------------|----------------|----------------|--------------|------------------|----------------|
| INVESTIGAR CON | Investigación Ser Humano-Ser Origen: | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

ALIANZAS CON...:

| LÍNEA | PROYECTO | APREHENDER CON | INVESTIGAR CON | ALIANZAS CON | OTROS MUNDOS CON | BIEN-ESTAR CON |
|------------------|-------------------------------------|----------------|----------------|--------------|------------------|----------------|
| ALIANZAS CON | Expansión COLEGIATURA: | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | Certificaciones desde las Escuelas: | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| Reconocimientos: | | | | | | |
| | | | | | | |

OTROS MUNDOS CON...:

| LÍNEA | PROYECTO | APREHENDER CON | INVESTIGAR CON | ALIANZAS CON | OTROS MUNDOS CON | BIEN-ESTAR CON |
|------------------|-----------------------------------|----------------|----------------|--------------|------------------|----------------|
| OTROS MUNDOS CON | Expansión de la interculturalidad | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Esta línea estratégica comparte proyectos con la línea **Aprehender con...**, quien es la que liderará todo el componente de articulación para la internacionalización del currículo

BIENESTAR CON:

| LÍNEA | PROYECTO | APREHENDER CON | INVESTIGAR CON | ALIANZAS CON | OTROS MUNDOS CON | BIEN-ESTAR CON |
|----------------|---|----------------|----------------|--------------|------------------|----------------|
| BIEN-ESTAR CON | Fortalecimiento de la infraestructura física y tecnológica: | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | Línea Bien-Estar en COLEGIATURA : | | | | | |

IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA

Dentro del ejercicio de implementación se establecen las actividades para cada proyecto y las metas para el cumplimiento del Plan Estratégico de Desarrollo. Cada acción se encuentra redactada teniendo en cuenta los criterios de trabajo establecidos para la medición:

- Creación
- Sensibilización
- Apropiación
- Articulación
- Expansión
- Visibilización

Se relaciona, seguidamente, la estructura del Plan con su Líneas Estratégicas, Proyectos, y las metas de cumplimiento (Anexo 1).

CONTROL DE LA GESTIÓN

El seguimiento al Plan Estratégico de Desarrollo será un ejercicio de revisión constante, acorde con la propuesta de planeación orgánica, vinculará un enfoque administrativo que permita la revisión y la ruta del mejoramiento continuo en el desempeño institucional, visto a través de las acciones de las diferentes unidades que intervienen en la matriz y que interactúan de manera sinérgica como sistema. Las mediciones y valoraciones propuestas a través de las metas se dan teniendo en cuenta los efectos a corto, mediano y largo plazo.

El control de la gestión vinculará un análisis y juicio de la actividad y del desarrollo de cada proyecto que permita establecer su efectividad, eficiencia e impacto, identificando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas durante el desarrollo del proceso, que permita la realimentación oportuna.

Para evaluar y realizar el respectivo seguimiento al resultado de las acciones de los diferentes proyectos se tendrán en cuenta seis criterios, los cuales orientan los indicadores de cumplimiento:

- Creación
- Sensibilización
- Apropiación
- Articulación
- Expansión
- Visibilización.

Los indicadores se encuentran formulados en el modelo operativo del plan, y se evaluarán y verificarán por medio de los Planes Operativos Anuales – POA como expresión cuantitativa del comportamiento de las variables o de los atributos del proceso.

El resultado de los indicadores será comparado con un estándar de medición definido a través de cada meta, que permite identificar una desviación o acierto, lo que permitirá revisar las acciones desde el ejercicio de autoevaluación institucional y proponer acciones ya sean correctivas, preventivas o de mantenimiento según el caso.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Bauman, Z. (2000) Modernidad líquida. México: FCE.

Bauman, Z. (2017) Babel. Madrid: Trotta.

Beck, U y Beck, E. (2001) El normal caos del amor. Barcelona: Paidós.

Beck, U y Beck, E. (2001) Individualización. Barcelona: Paidós.

Beck, U. (2017) La metamorfosis del mundo. Barcelona: Paidós.

Castro, F. (2020) Tecnología, disciplina y control. En GKA Editores. La enseñanza de la ciencias desde la pedagogía social. pp. 21-32. Madrid: GKA

Ehrenberg, A. (2001) De la neurosis a la depresión. París: ERES.

Gadamer, G. (2000) Problema de la conciencia histórica. España: Tecnos.

Han, B. (2014) Psicopolítica. Madrid: Herder.

Han, B. (2015) El enjambre. Madrid: Herder.

Honneth, A. (2011) La sociedad del desprecio. Madrid: Trotta.

Illouz, E. y Cabanas, E. (2019) Happycracia. Barcelona: Paidós.

Laval, C. y Dardot, P. (2013) La nueva razón del mundo. Barcelona: Gedisa.

Lévy, P. (2007) Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio. EE.UU: OPS.

Lipovetsky, G. (2008) La era de la decepción. Barcelona: Anagrama.

Matín Serrano. M. (2010). Avances científicos y cambios sociales que están transformando los estudios de la comunicación. [Conferencia]. Lección inaugural Maestría en Comunicaciones. Universidad de Antioquia. Medellín.

ANEXO 1 - MATRIZ PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO 2022 - 2025

S.H. S.O. para el desarrollo de la Planeación Orgánica

CRITERIOS DE TRABAJO: Creación - Sensibilización - Apropiación - Articulación - Expansión -Visibilizarían

| LINEA ESTRATÉGICA | PROYECTO | ACCIONES | METAS |
|------------------------|-------------------------------|---|---|
| Aprender con... | PerfilOriginal | Articular a través de la sistematización los avances del Perfil Original | 100% de sistematización del Perfil Original de los estudiantes de pregrado |
| | | Visibilizar por medio del diseño de una App el avance del plan de formación de los estudiantes | 100% de avance en el diseño de la App |
| | | Articular por medio de la caracterización de los públicos el Perfil Original y la demanda de interés de los estudiantes (Encuesta) | Informe semestral con caracterización de públicos e interés de los estudiantes |
| | | Sensibilizar al estudiante para el fortalecimiento de su Perfil Original | 100% estudiantes transitando Perfil Original |
| | | Articulación de Ser Humano-Ser Origen con toda la oferta académica | 100% de revisión y vinculación de SH-SO a los micro currículos |
| | Nueva oferta Académica | Creación y presentación de propuestas para nuevos programas de pregrado y Posgrado | 1 pregrado 1 Posgrado nuevos |

| | | | |
|-----------------|--|---|--|
| Aprender con... | Interacción de los programas con las funciones sustantivas y la interculturalidad | Articular en la agenda de autogestión con las funciones sustantivas de Investigación, Docencia, Proyección Social e Interculturalidad | Diseño e implementación del formato de agenda o bitácora |
| | Virtualidad COLEGIATURA | Creación de la virtualidad para COLEGIATURA | 70% de la plataforma en funcionamiento 100% cursos virtuales |
| | | Sensibilización de los procesos de Virtualidad | 100% de sensibilizaciones realizadas |
| | | Apropiación de los procesos de Virtualidad | Nro. Carreras con asignaturas virtuales Nro. Programas de extensión virtual |
| Aprender con... | Cultura de la Calidad | Articulación de la autoevaluación permanente para los procesos académicos y administrativos | 1 proceso realizado al año (definir periodicidad) |
| | | Creación y Apropiación del Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad - SIAC | 8 sensibilizaciones y 1 política estructurada e implementada |
| | | Articulación de la calidad académica por medio de la acreditación de Carreras y la Institución | 2 programas acreditados (Diseño de Espacios\Escenarios - Gastronomía y Cocina Profesional) |

| | | | |
|------------------------|--|---|---|
| Aprender con... | Expansión de la interculturalidad | Expansión con la participación en eventos y concursos nacionales e internacionales | 40 concursos |
| | | Articulación con la vinculación de expertos internacionales a los programas | 8 expertos |
| | | Expansión con la realización de clases espejo | 8 clases |
| | | Visibilización a través de la estrategia COIL | 8 COIL |
| | | Creación de Portafolios de clases magistrales (oferta de saber en el área) de los docentes facilitadores | 1 portafolio por plataforma (4) |
| | Sostenibilidad de procesos | Apropiación de las actividades permanentes de la línea estratégica Aprender con... que conlleve al sostenimiento y cumplimiento de los procesos de las Unidades de Gestión | Cumplimiento de los procesos de gestión y los planes de mejoramiento de la línea Aprender Con... |

| | | | |
|--|---|---|---|
| Alianzas con... | Expansión COLEGIATURA | Expansión a través del fortalecimiento de Caribe Meridiano | % de crecimiento |
| | | Creación de proyectos a nivel nacional | 10 proyectos por año (40) |
| | | Expansión de las Escuelas | |
| | | Expansión por medio de alianzas estratégicas de proyección de la institución | 5 alianzas por año (20) |
| | | | |
| | Certificaciones desde las Escuelas | Creación y gestión de certificación (En metodologías propias de la institución) | 1 metodología de certificación |
| | | | |
| | Comunicación Esencial | Estrategia de comunicación para la visibilidad e interacción institucional | # Estrategias de comunicación implementadas |
| | | | |
| | Reconocimientos | Sistematización del proceso de reconocimiento | 1 sistematización |
| | | | |
| Sostenibilidad de procesos | Apropiación de las actividades permanentes de la línea estratégica Alianzas con... que conlleve al sostenimiento y cumplimiento de los procesos de las Unidades de Gestión | Cumplimiento de los procesos de gestión y los planes de mejoramiento de la línea Alianzas Con... | |
| | | | |
| Medición del impacto de los programas de pregrado desarrollados por COLEGIATURA | Creación de una metodología para la medición del impacto de los programas. | Construcción de la metodología | |
| | Articulación por medio de la validación de la pertinencia del perfil de egreso en pregrado | Medición de impacto del egresado. | |

| | | | |
|-----------------------------------|---|---|--|
| BienEstar con... | BienEstar en COLEGIATURA evolución de la Unidad al Laboratorio de BienEstar Consciente | Sensibilización de las acciones de BienEstar en la ComúnUnidad llevar POA | 4 sensibilizaciones |
| | | Comunicación para el desarrollo humano y organizacional | 90% de apreciación positiva respecto a la comunicación interna |
| | | Permanencia de estudiantes | Disminución de la Deserción al ##% |
| | | Permanencia de personal | Diseño e implementación del programa de permanencia laboral |
| | | | |
| | Apropiación de las acciones de BienEstar en la ComúnUnidad | Visibilización de la Unidad y las estrategias de la evolución de la Unidad | 4 estrategias para la visibilización |
| | | | |
| | Fortalecimiento de la infraestructura física y tecnológica | Apropiación de la virtualidad por medio de la adecuación para las clases remotas | Nro. Espacios adecuados |
| | | Apropiación de la virtualidad por medio de la adecuación de la infraestructura física | Nro. Espacios adecuados |
| | | Sensibilización a través de la alfabetización de la virtualidad. | 6 sensibilizaciones |
| | | | |
| Sostenibilidad de procesos | Apropiación de las actividades permanentes de la línea estratégica BienEstar Con... que conlleve al sostenimiento y cumplimiento de los procesos de las Unidades de Gestión | Cumplimiento de los procesos de gestión y los planes de mejoramiento de la línea BienEstar Con... | |

| | | | | |
|--|--|---|-------------------------------|-----------------------------|
| Investigar con... | Formación de recurso humano para la CTel (Personas) (formar recurso humano para la ciencia la tecnología y la innovación) | Creación e Implementación de estrategias para la investigación y la gamificación | Subdirección de Investigación | 3 estrategias |
| | | Sensibilización especializada en metodologías para la gestión de proyectos | Subdirección de Investigación | 4 formaciones |
| | | Sensibilización especializada de textos científicos | Subdirección de Investigación | 3 formaciones |
| | | Expansión de las potencialidades investigativas de docentes y estudiantes | Subdirección de Investigación | 6 formaciones |
| | | Creación de OVA (objeto virtual de aprendizaje) para semilleros de investigación | Subdirección de Investigación | 1 material virtual |
| | | Visibilización de resultados de investigación | Subdirección de Investigación | 4 actividades |
| | | | | |
| | Cultura en Ciencia e Investigación+ Creación (Procesos) | Expansión del sistema de estímulos de impacto de la investigación | Subdirección de Investigación | 12 estímulos entregados |
| | | Apropiación de la capacidad instalada para el desarrollo de propuestas e impacto a comunidad | Subdirección de Investigación | 16 propuestas implementadas |
| | | Creación y visibilización del sistema de información de la línea Investigar con... (repositorio) | Subdirección de Investigación | 5 materiales sistematizados |
| Aseguramiento de la calidad en Investigación | | Subdirección de Investigación | 5 procesos articulados | |
| | | | | |

| | | | | |
|--------------------------|---|---|-------------------------------|---|
| Investigar con... | Capacidades para la generación de nuevo conocimiento e impacto social (Resultados) | Visibilización de la investigación participaciones en congresos | Subdirección de Investigación | 4 participaciones |
| | | Expansión editorial de semilleros de investigación | Subdirección de Investigación | 2 publicaciones |
| | | Apropiación para fortalecer la producción de investigación con impacto social | Subdirección de Investigación | 10 proyectos |
| | | Creación Repositorio de proyectos (Coloquio perfil original) | Subdirección de Investigación | 1 repositorio |
| | | Expansión editorial libros de investigación | Subdirección de Investigación | 4 libros |
| | | Visibilización y actualización del micrositio de investigación | Subdirección de Investigación | 4 actualizaciones |
| | | Visibilización en eventos de semilleros de investigación (estudiantes) | Subdirección de Investigación | 4 participaciones |
| | | | | |
| | Sostenibilidad de procesos | Apropiación de las actividades permanentes de la línea estratégica Investigar Con... que conlleve al sostenimiento y cumplimiento de los procesos de las Unidades de Gestión | Subdirección de Investigación | Cumplimiento de los procesos de gestión y los planes de mejoramiento de la línea Investigar Con... |

| | | | |
|----------------------------|--|--|--|
| Otros Mundos con... | Expansión de la interculturalidad | Creación de la Red Génesis | Creación de 1 Red |
| | | Creación del Programa para fortalecer el dominio de inglés con lengua extranjera | Creación de 1 programa |
| | Sostenibilidad de procesos | Apropiación de las actividades permanentes de la línea estratégica OtrosMundos Con... que conlleve al sostenimiento y cumplimiento de los procesos de las Unidades de Gestión | Cumplimiento de los procesos de gestión y los planes de mejoramiento de la línea OtrosMundos Con... |