

**APOYO ADMINISTRATIVO Y DISEÑO DEL PORTAFOLIO DE  
SERVICIOS A LA FUNDACIÓN DE LA CONTRALORÍA  
DEPARTAMENTAL DEL CAUCA**



**YENIFER NORELYS BARREDA NAVARRO**

**PASANTÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADORA DE  
EMPRESAS**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**POPAYÁN**  
**2011**

**APOYO ADMINISTRATIVO Y DISEÑO DEL PORTAFOLIO DE  
SERVICIOS A LA FUNDACIÓN DE LA CONTRALORÍA  
DEPARTAMENTAL DEL CAUCA**



**YENIFER NORELYS BARREDA NAVARRO**

**ASESOR ACADÉMICO:  
MG. CARLOS DANILO MILLAN DÍAZ**

**ASESORA EMPRESARIAL:  
CP. LADY VANESSA CARVAJAL**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**POPAYÁN**  
**2011**

## **Dedicatoria**

A Dios por la fortaleza y la paciencia. A mi familia por sus consejos y palabras de aliento. A mis padres y hermanos por su apoyo, confianza y amor. A mi padre por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado aconsejándome siempre. A mi madre por hacer de mi una mejor persona a través de sus consejos, enseñanzas y amor. A mis amigos por los momentos compartidos.

## **AGRADECIMIENTOS**

El autor expresa sus agradecimientos a las siguientes Instituciones y personas que brindaron toda la colaboración posible en el desarrollo de la pasantía:

A la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca FUNDACONC , y a Directora Vanessa Carvajal quien a través del convenio establecido con la Universidad del Cauca, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Programa de Administración de Empresas, proporcionó la ayuda económica y logística necesaria para la ejecución del estudio.

Al Profesor Carlos Danilo Millán Díaz, Asesor académico de la pasantía por su orientación en la organización y fundamentación del documento.

Al personal administrativo de FUNDACONC, por su colaboración con la información requerida y necesaria para el desarrollo del trabajo.

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	7
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I.....	14
CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO.....	14
1.1.DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.2.JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.3.OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	15
1.3.1.Objetivo General.....	15
1.3.2.Objetivos Específicos.....	15
1.4.MARCO REFERENCIAL.....	16
1.4.1.Reseña Histórica.....	16
1.4.2.Naturaleza, Nombre y Logo.....	16
1.4.3.Filosofía de la Institución.....	17
1.4.4.Estructura Organizacional actual.....	19
1.5.MARCO LEGAL.....	23
1.6.CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA.....	23
1.6.1.Recolección de la Información.....	24
1.6.2.Estructura de desarrollo del trabajo.....	24
CAPÍTULO II.....	28
DIAGNÓSTICO GENERAL DE LA FUNDACIÓN DE APOYO A LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA.....	28
2.1.ANÁLISIS EXTERNO DE LA FUNDACIÓN DE APOYO A LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA.....	29
2.1.1.Descripción de los entornos:.....	30
2.1.2.Matriz de evaluación de factores externos -EFE-.....	33
2.2.ANÁLISIS INTERNO DE LA FUNDACIÓN DE APOYO A LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA.....	34
2.2.1.Descripción de los procesos o áreas.....	35
2.2.2.Matriz de evaluación de factores internos -EFI-.....	36
2.3.MATRIZ DOFA.....	38

2.3.1. Análisis funcional DOFA.....	39
2.3.2.Planteamiento de estrategias DOFA.....	39
CAPÍTULO III.....	43
DIAGNÓSTICO CON EL MERCADO META DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS OFERTADOS ACTUALMENTE EN LA FUNDACIÓN.....	43
3.1.Planeación - Análisis de la oferta de servicios.....	43
3.2.Servicios - líneas de acción.....	43
3.3.Caracterización de los Servicios de FUNDACONC.....	44
3.4.Priorización de los servicios para FUNDACONC.....	46
CAPÍTULO IV.....	53
REDISEÑO DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA FUNDACIÓN DE APOYO A LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL.....	53
4.1.SERVICIO 1: EDUCACIÓN NO FORMAL Y CAPACITACIÓN.....	53
4.1.1. FASE 1: Desarrollo conceptual- Educación no formal y Capacitación	53
4.1.2.FASE 2: Diseño a nivel sistema.....	62
4.1.3.FASE 3: Diseño de detalle.....	64
4.1.4.FASE 4: Prueba y Refinamiento.....	69
4.1.5.FASE 5: Producción piloto.....	69
4.1.6.Costo para la prestación del servicio en educación no formal y capacitación.....	70
4.2.SERVICIO 2: PROMOCIÓN.....	72
4.2.1.FASE 1: Desarrollo conceptual- Promoción.....	72
4.2.2.FASE 2: DISEÑO A NIVEL SISTEMA.....	73
4.2.3.FASE 3: Diseño de detalle.....	75
4.2.4.FASE 4: Prueba y Refinamiento.....	78
4.2.5.FASE 5: Producción piloto.....	78
4.2.6.Costo para la prestación del servicio de promoción.....	79
4.3.REDISEÑO DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	80
4.3.1.Portafolio de servicios anterior de FUNDACONC.....	81
4.3.2.Propuesta del nuevo Portafolio de servicios para FUNDACONC.....	83
CAPÍTULO V.....	90
PLAN DE ACCIÓN PARA EL LANZAMIENTO DEL NUEVO PORTAFOLIO DE SERVICIOS CON EL MERCADO META.....	90



5.1. ESTRATEGIA - MARKETING EN LA WEB.....	90
5.2. ESTRATEGIA - CAMPAÑA PUBLICITARIA.....	94
6. CONCLUSIONES.....	97
7. RECOMENDACIONES.....	98
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	99
CIBERGRAFÍA.....	100

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Logo: Fundación de apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca .....	17
Figura 2. Organigrama Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca.....	19
Figura 3. Porcentaje de Respuesta Encuesta Telefónica.....	58
Figura 4. Respuestas de necesidades de capacitación.....	59
Figura 5. Diseño a nivel de sistema. Educación no formal y Capacitación.....	62
Figura 6. Diseño a nivel de sistema. Promoción.....	73
Figura 7. Diagrama de Flujo Servicio de Educación No Formal y Capacitación..	86
Figura 8. Diagrama de flujo Servicio de Promoción.....	87
Figura 9. Diagrama de Flujo del Servicio de Asesoría.....	88

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Evaluación de Factores Externos FUNDACONC.....	33
Tabla 2. Matriz de Evaluación de Factores Internos FUNDACONC.....	37
Tabla 3. Estrategias para la Fundación FUNDACONC.....	38
Tabla 4. Caracterización de los Servicios de FUNDACONC - Según la Entrega del servicio.....	44
Tabla 5. Naturaleza de la acción de servicio.....	46
Tabla 6. Evaluación de las líneas de acción según la misión, visión y políticas de calidad de FUNDACONC.....	48
Tabla 7. Promedios de los servicios según los criterios evaluados.....	50
Tabla 8. Resultados de la encuesta telefónica.....	53
Tabla 9. Porcentaje de Respuesta Encuesta Telefónica.....	57
Tabla 10. Respuestas de necesidades de capacitación.....	58
Tabla 11. Mapeo del servicio de Educación y Capacitación.....	63
Tabla 12. Presupuesto de Capacitación para Municipios.....	71
Tabla 13. Mapeo del servicio de Promoción.....	74
Tabla 14. Presupuesto de Promoción para E.S.E.S.....	80
Tabla 15. Plan de acción Marketing en la Web.....	92
Tabla 16. Plan de acción Campaña Publicitaria.....	95

## **LISTA DE ANEXOS**

Anexo A. FORMATOS PARA IDENTIFICAR FASES Y SUBFASES.....	102
Anexo B. FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA TELEFÓNICA.....	103
Anexo C. PROPUESTA CONVENIO DE CAPACITACIÓN.....	105
Anexo D. PROPUESTA CONVENIO DE PROMOCIÓN.....	112
Anexo E. FICHA DE SEGUIMIENTO PARA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE.....	117
Anexo F. GRÁFICO PARA ANALIZAR EL SERVICIO COMO SISTEMA.....	119
Anexo G. TABLA GUÍA PARA REALIZAR MAPEO DEL SERVICIO.....	120
Anexo H. PLAN DE ACCION: LANZAMIENTO DEL NUEVO PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	121
Anexo I. INSTALACIONES DE FUNDACONC.....	122
Anexo J. EVIDENCIA DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN FUNDACONC.....	123

## **INTRODUCCIÓN**

Los servicios para una organización corresponden a todas las actividades realizadas y que buscan satisfacer las necesidades de los clientes, de tal forma, que el portafolio de servicios constituye una herramienta de vital importancia, porque ésta representa una solución potencial y también es la carta de la presentación en el mercado.

Para la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca-FUNDACONC-entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, regida por la constitución y normas legales vigentes, es de gran importancia la calidad de sus servicios para satisfacer las necesidades que tienen sus clientes, con servicios que ayudan al mejoramiento y fortalecimiento de las instituciones que lo demanden.

Es necesario crear el portafolio de servicios que denotará el impacto social, proyectando el crecimiento y continuidad en los procesos que realiza la Fundación, e igualmente para que las entidades interesadas obtengan información sobre los servicios, mejoren su desempeño, hagan buen uso de los recursos con los que cuentan, generando para FUNDACONC actualización y adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas.

Por tanto, el propósito de este trabajo de pasantía es adoptar elementos que fortalezcan a la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca, a través del diseño del portafolio de servicios como elemento fundamental que aportará más eficiencia en los procesos, mejorando la calidad de los servicios y contribuyendo con el desarrollo de la organización.

## **CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO**

### **1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

La Fundación De Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca comprometida con el bienestar de los ciudadanos y dispuesta a contribuir con el control del manejo de los recursos públicos, necesita de Apoyo Administrativo, que le ayude a direccionar la gestión de los recursos para capacitación, promoción, asesoría, financiación, investigación, apoyo y fortalecimiento institucional a las entidades territoriales y así apoyar a la contraloría en sus funciones, además de dar a conocer los servicios ofrecidos por medio del portafolio.

El Diseño del Portafolio de servicios como elemento fundamental para el desarrollo de los procesos y del objeto social de la Fundación, tiene como desafío promover y mejorar la calidad de los servicios que ofrece en: educación, capacitación, asesoría, para la satisfacción de la comunidad en general,

Por lo tanto, el presente anteproyecto se realiza con el fin de generar el Diseño del portafolio de Servicios para la *Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental Del Cauca*, así como también mejorar la gestión organizacional de apoyo a los procesos administrativos, para optimizar el desempeño Institucional.

### **1.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Para la Fundación De apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca – FUNDACONC es indispensable desarrollar y estructurar los procesos que intervienen en la prestación de los servicios, que hasta el momento ha prestado a las entidades públicas. Por ello se requiere como primera instancia hacer un diagnóstico de los servicios que se prestan, investigando el mercado meta y conociendo las necesidades, esto se hace para que los diferentes grupos que se benefician , incluyendo los asociados, puedan conocer de una forma clara, todos los procesos que intervienen y de qué forma pueden acceder a estos servicios, por consecuencia se mejora la prestación de los servicios forjando a que

cada día aumente el desarrollo y fortalecimiento de la institución y a la mayor satisfacción de los clientes.

Es importante también contrarrestar esta falencia ya que FUNDACONC es la encargada de apoyar a la contraloría Departamental y gracias a las gestiones que se realicen para cumplir con las capacitaciones, asesoría y demás, es que permite a la misma, apoyar administrativa y aportar financieramente en los proyectos y actividades que le corresponden. Además de mantener relaciones, redes para contribuir a proyectar un reconocimiento en la vigilancia de los Recursos Públicos y generar impacto en la comunidad.

Académicamente este proceso es un ejercicio práctico que servirá de acercamiento para la aplicación de los diferentes conceptos y habilidades adquiridas a lo largo del proceso de formación profesional como Administrador de Empresas. Además permite continuar adquiriendo las competencias necesarias para lograr un buen desempeño en la vida profesional, confrontando los recursos teóricos con los de la vida laboral, por medio de la prestación de servicios a Empresas Publicas como es el caso.

### **1.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

A continuación se presentan los objetivos planteados para la ejecución del proyecto denominado: “Apoyo administrativo y Diseño del portafolio de Servicios a la Fundación de la Contraloría Departamental Del Cauca”

#### **1.3.1. Objetivo General**

Realizar el Portafolio de Servicios de la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca, que permita el desarrollo organizacional y el aprovechamiento de los recursos generando impacto social.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico general de la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca.

- Realizar un diagnóstico con el mercado meta de los principales servicios ofertados actualmente en la Fundación.
- Rediseñar el portafolio de servicios de la Fundación.
- Establecer un plan de acción para el lanzamiento del nuevo portafolio de servicios con el mercado meta.

#### **1.4. MARCO REFERENCIAL**

##### **1.4.1. Reseña Histórica**

“En el año 2002 se crea la **Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca** por la Contraloría General Departamental del Cauca, con el propósito de brindar a la comunidad capacitación, promoción, asesoría, financiación, investigación, apoyo y fortalecimiento institucional a las entidades territoriales.

Según RESOLUCION No 026 de 2002 el 25 de Abril se inscribe como entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, regida por la constitución y amparada en normas como el Decreto No 114 15 de Enero de 1996 de “Educación No Formal”. Su domicilio es la ciudad de Popayán, Departamento del Cauca, República de Colombia. Con carácter de Director ejecutivo y representante legal al Señor: Roosevelt Mosquera Vargas.

Los órganos de dirección y Administración son: el Asociado Fundador en cabeza del Contralor Departamental Del Cauca, El Consejo Directivo, el Representante Legal y el revisor fiscal; Los cuales van cambiando por periodos establecidos.

La Fundación actualmente trabaja en la educación no formal, ofrece a las entidades públicas territoriales capacitaciones, asesorías, promoción e investigación para su fortalecimiento institucional, además de brindarle a la Contraloría Departamental apoyo administrativo y financiero en los planes, programas y proyectos que realiza”.

##### **1.4.2. Naturaleza, Nombre y Logo**



La entidad es una Fundación, persona jurídica de derecho privado, sin ánimo de lucro, de beneficio público, que se regirá por la Constitución y normas legales vigentes. Se denominará *FUNDACIÓN DE APOYO A LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA* y es constituida por la *CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA*, con domicilio principal en la ciudad de Popayán, con personería jurídica reconocida mediante Resolución número 026 expedida el 25 de Abril de 2002 por el Gobernador del Cauca.

**Figura 1. Logo: Fundación de apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca**



Fuente: Fundación

Contraloría Departamental del Cauca  
**NIT. 817.005.412-8**

de Apoyo a la

### **1.4.3. Filosofía de la Institución<sup>1</sup>**

#### ***Misión***

*“Contribuir con el control del manejo de los Recursos Públicos Departamentales, a través de capacitaciones, asesoría, financiación, investigación, apoyo y fortalecimiento institucional a las entidades territoriales, además de apoyar a la Contraloría Departamental en sus funciones y proyectos”.*

#### ***Visión***

---

<sup>1</sup>Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca FUNDACONC

*Ser una institución líder al Generar un mayor bienestar para nuestras comunidades y aportado al fortalecimiento institucional de la contraloría Departamental armonizando los sistemas de control fiscal.*

### **Política De Calidad**

*Comprometidos con el bienestar de la comunidad y el control de los recursos Públicos FUNDACONC a través del mejoramiento continuo en la gestión de nuestras funciones y eficiencia de la educación no formal llegara al fortalecimiento institucional buscado.*

### **Principios y Valores**

Su fin específico es la Formación Integral de los funcionarios públicos y la creación, desarrollo, conservación y transmisión de la educación y de la cultura de manera que se logre un buen manejo de los Recursos Públicos.

#### ✓ **Respeto**

El respeto en las relaciones interpersonales comienza en el individuo y hacia las demás personas. En la Fundación somos reconocidos como una entidad que comprende al otro, que reconoce que todos somos iguales, que valora los intereses y necesidades de los demás.

#### ✓ **Responsabilidad**

Obramos con perseverancia para lograr nuestros compromisos teniendo presente la importancia de la educación para el futuro y la satisfacción para la comunidad en el control de los recursos.

#### ✓ **Honestidad**

Somos afines con el pensar, decir y actuar, enmarcados dentro de los principios y valores institucionales. La honestidad es un valor que manifestamos con actitudes, claras, transparentes y éticas.

✓ **Trabajo en equipo**

El trabajo en equipo es una cualidad esencial para el logro de los objetivos de FUNDACONC; esto nos exige el desarrollo de habilidades para trabajar en actividades articuladas y coordinadas en múltiples proyectos.

✓ **Liderazgo**

Hacemos que las personas trabajen con entusiasmo en el logro de objetivos comunes. Que puedan tomar la iniciativa, gestionen, asesoren, promuevan, incentiven, motiven conocimiento para el logro de sus objetivos.

✓ **Justicia**

Garantizando el acceso, en condiciones de igualdad, a los diferentes recursos y servicios que ofrece la Fundación, para todas las entidades territoriales.

**1.4.4. Estructura Organizacional actual**

**Figura 2. Organigrama Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca**



Fuente: Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca

La estructura organizacional interna de la Fundación es de tipo jerárquico. Las funciones de las directivas están definidas como:

**Presidente:**

- a. Señalar u orientar las actividades y marcha general de la Fundación.
- b. Estudiar y aprobar los informes y actividades del consejo directivo.
- c. Aprobar las reformas a los estatutos y reglamentos de la Fundación.
- d. Analizar y aprobar el balance.
- e. Aprobar o improbar el informe fiscal.
- f. Fijar normas de obligatorio cumplimiento para los asociados.
- g. Elegir y remover el consejo Directivo y el revisor fiscal.
- h. Fijar las cuotas ordinarias y extraordinarias y aprobar el presupuesto de gastos e inversiones.
- i. Decidir sobre la admisión y ratificar la expulsión de un asociado.
- j. Confirmar o renovar las sanciones impuestas por el consejo Directivo.
- k. Decretar la disolución de la Fundación y nombrar el liquidador, si fuere necesario.
- l. Autorizar al representante legal de la Fundación para las negociaciones y contratos que vayan a favor de la comunidad,

además determinas la cuantía de gastos y la naturaleza de los contratos que sean competencia de la asamblea, la directiva, comités, etc.

- m. Aprobar todas las medidas que sean convenientes para la buena marcha de la Fundación.
- n. Autorizar la reserva de fondos de capital que deba constituir la Fundación.
- o. Determinar el monto de las cuotas de sostenimiento, actividades, ordinarias y extraordinarias.
- p. Aprobar los gastos e inversiones superiores a cinco salarios mínimos legales mensuales vigentes.
- q. Presidir las reuniones de la Junta Directiva.
- r. Buscar y establecer las relaciones con toda clase de organismos que en algo colaboren para la buena administración del organismo.
- s. Convocar a las reuniones de la Junta Directiva.
- t. Las demás que le asigne la Junta Directiva y las que le sea propias del cargo.

#### **Revisor fiscal:**

- a. Vigilar para que la Junta Directiva, los socios cumplan con los estatutos y reglamentos de la Fundación.
- b. Convocar a la Junta Directiva a reuniones extraordinarias.
- c. Inspeccionar los bienes de la Fundación, los dineros y exigir que se tomen las medidas necesarias para su seguridad y conservación.
- d. Conocer los reclamos de los socios y llevarlos a la Junta Directiva para su resolución.
- e. Verificar el chequeo de caja como mínimo una vez al mes.
- f. Examinar los balances y demás cuentas autorizadas.
- g. Cerciorarse de que las operaciones que se ejecuten estén conforme a los estatutos y disposiciones de la Junta Directiva.
- h. Dar oportunamente cuenta por escrito a la Asamblea o Junta Directiva las irregularidades que notare.
- i. Presentar a la Junta Directiva un informe sobre los resultados de sus labores.

## **Junta directiva:**

- **Director ejecutivo:**

- a. Representar a la Fundación tanto judicial como extrajudicialmente.
- b. Celebrar y ejecutar contratos que tengan relaciones con la Fundación.
- c. Firmar los cheques y órdenes de egresos necesarios.
- d. Dirigir las recaudaciones e inversiones de los fondos de la Fundación y ordenar los gastos correspondientes.
- e. Ordenar el pago y gastos de la organización.
- f. las demás que le asigne la Asamblea o consejo Directivo.

- **Tesorero:**

- a. Llevar al día los libros contables y rendir los informes pertinentes a la junta Directiva, así como a cualquier socio que lo requiera.
- b. Recolectar las cuotas convenidas y expedir los recibos correspondientes.
- c. Elaborar, clasificar y archivar todos los comprobantes de contabilidad.
- d. Firmar los cheques y órdenes de egreso de las cuentas correspondientes.
- e. Cumplir con las funciones encomendadas por la Asamblea, Junta y consejo Directivo.

- **Secretario general**

- a. Informar a los afiliados en Junta Directiva sobre la marcha de la Fundación.
- b. Inscribir en el libro a los socios legalmente integrantes de la organización.
- c. Servir de secretario en las reuniones de Asamblea o Junta Directiva y elaborar las actas correspondientes.
- d. Despachar la correspondencia de la Fundación y organizar el archivo de la misma.
- e. Mantener al día los libros y documentos de la Junta Directiva.
- f. Cooperar con los comités de trabajo en la elaboración de sus informes.

- g. Llevar el control de los afiliados sancionados.
- h. Las demás que le asigne la Junta, Asamblea, Presidente y las demás que le sean propias del cargo.

### **1.5. MARCO LEGAL**

**RESOLUCIÓN No 026 DE 25 de Abril 2002.** Solicitud de la inscripción de la personería jurídica para La Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental Del Cauca.

**DECRETO No 114 15 de Enero de 1996.** Por la cual se reglamenta la creación, organizada y funcionamiento de Programas e Instituciones de Educación No Formal.

**ESTATUTOS DE LA FUNDACIÓN DE APOYO A LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA “FUNDACONC”**

**RESOLUCIÓN No 00968 de 01 de Febrero de 2011.** Por la cual se ordena la inscripción de los nuevos dignatarios y la nueva representante legal de una entidad sin ánimo de lucro.

### **1.6. CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA**

La Metodología a utilizar para el apoyo Administrativo y diseño del Portafolio de Servicios a la Contraloría Departamental del Cauca se enfoca en la recolección, determinación y análisis de la información pertinente al contexto de la problemática a solucionar, utilizando referencias bibliográficas de Administración, bases de datos referentes a la temática y otras fuentes secundarias que permitan dar la mejor dirección y base a la solución del problema objeto de estudio.

Teniendo en cuenta el marco teórico base para el desarrollo de productos y/o servicios, se aplicó al caso particular del diseño de la estructuración de los posibles servicios que presta la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca.

A continuación se presentan las acciones realizadas para la recolección y análisis de la información y posteriormente se desagregan las fases para el diseño del portafolio de servicios, describiendo en cada una de ellas los instrumentos, criterios y técnicas empleadas.

### **1.6.1. Recolección de la Información**

- **Fuentes Primarias:**

Las fuentes primarias utilizadas en el proceso de desarrollo del trabajo fueron: una entrevista realizada a la directora de la Fundación y encuestas de nivel de satisfacción del cliente, con estas se brindó al proyecto, información de la manera como se prestan los servicios en la organización y sus requerimientos.

- **Fuentes Secundarias:**

Las consultas necesarias para la realización de la investigación fueron realizadas en revistas, libros, información relacionada con el objeto de estudio, redes informáticas, entre otras.

Se realizó una búsqueda de los informes de proyectos, trabajos de pasantía y practica, consultorías, portafolios de servicios de empresas con el mismo objeto social y documentos al interior de la Fundación de gran importancia.

### **1.6.2. Estructura de desarrollo del trabajo**

- **Planeación (fase 0):** *Contextualización y diagnóstico de FUNDACONC*

Para realizar la planeación del presente portafolio de servicios, se consideraron varios aspectos importantes de la Fundación como son: el enfoque estratégico que la misma desea, incorporar en la estructuración



de los servicios los criterios para establecer y priorizar cuales servicios podrían considerarse que dan mayor valor a la organización.

Esta información se constituye como el punto de partida de este proyecto de pasantía y genera como producto un análisis del estado en que se encuentra la organización, su direccionamiento estratégico y las expectativas frente a los servicios identificados.

Dentro de la planeación o “fase cero” también se debe segmentar el servicio según su destino final, estos pueden estar ubicados en alguna de las siguientes categorías:

- ◆ Servicios dirigidos al cuerpo de las personas
- ◆ Servicios dirigidos a posesiones físicas
- ◆ Servicios dirigidos a la mente de las personas
- ◆ Servicios dirigidos a los activos intangibles

Así se conoce la naturaleza de la acción de los servicios y al mismo tiempo identificando si son tangibles o intangibles.

➤ **Desarrollo del concepto (*fase 1*):**

El desarrollo del concepto que se ejecutó para los servicios que se estructuraron, según la priorización que se realizó en la fase de planeación, la presente etapa se desarrolla en forma general identificando claramente la necesidad de los clientes que satisface el servicio que se está trabajando como prioritario, para después hacer las especificaciones del mismo como: realizar un boceto de las generalidades del concepto, mediante una descripción aproximada de la forma como se presta al cliente final, funcionamiento, tecnología utilizada y características del servicio, además se acompaña esta información con un análisis breve de servicios competitivos y un costeo general del servicio a ofertar, tomado como una justificación económica del proyecto.

➤ **Diseño a nivel sistema (*fase 2*):**

La fase de diseño a nivel de sistema incluye las especificaciones donde se presta el contacto con el cliente, que acciones o tareas tiene la zona de apoyo ó centro técnico, el cual los clientes nunca observan y mucho

menos saben de qué forma intervienen en la prestación del servicio, para esto se debe hacer un mapa del sistema del servicio que se desarrolla de manera general, ubicando las zonas según la percepción del cliente, las zonas a ubicar son: Centro técnico, Apoyo Físico, Personal de Contacto.

El resultado de esta fase es el mapeo del servicio (blueprinting), antes de empezar con el mapeo se debe identificar todas las actividades claves que participan en la prestación del servicio, distinguir entre lo que los clientes reciben y las actividades de los equipos de la Fundación y los procesos de apoyo (lo que los clientes no ven). Para realizar el mapeo se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

- Definición de normas para las actividades del escenario frontal. (donde realizan las acciones el cliente y el personal de contacto de la organización)
- Evidencia física y de otro tipo de actividades del escenario frontal.
- Principales acciones de los clientes.
- Línea de interacción.
- Acciones del escenario frontal.
- Líneas de visibilidad.
- Acciones tras bambalinas (zona invisible para el cliente) realizadas por el personal de contacto con clientes.
- Procesos de soporte con participación de otros miembros del personal.
- Procesos de soporte realizados mediante tecnología informática.

➤ **Diseño de detalles (*fase 3*):**

En esta fase se incluye la especificación completa de cada elemento o partes que sean únicas en el servicio, si en la empresa existe documentación acerca de cómo se presta el servicio, se debe basar en ella para analizar el instrumental que se necesita y que el cliente supla su necesidad, además se debe utilizar la información suministrada por la Fundación para que haga parte del proceso.

Se debe tener en cuenta el resultado del mapeo, se basara en su estudio para la descripción general de las fases y subfases de cada servicio, especificando las actividades y procesos necesarios para la prestación

del servicio, Para tener un costo estimado, se debe identificar los responsables de cada actividad, la experiencia que tiene sobre el tema, los estudios realizados y el número de horas para poder desarrollar una política de costos, esta política se haría teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- **Benchmarking**

Se debe realizar una comparación con empresas que presten el mismo tipo de servicio que se está estructurando, la ubicación de dichas empresas pueden ser a nivel nacional o internacional, es importante determinar en ellas que satisfagan las mismas necesidades del servicio que se está trabajando, con el fin de conocer cómo se encuentran dichas empresas y realizar una comparación de las ventajas o desventajas que existan frente a la Fundación y la forma como prestan el servicio, posteriormente se realiza una comparación entre las empresas percibidas y la organización a la que se está haciendo la estructuración del servicio en este caso FUNDACONC, esta comparación se hace, en las herramientas que utilizan para prestar el servicio, los factores comunes y los factores diferenciadores con lo cual se puede establecer la forma y el ideal de cómo prestar el servicio.

- **Diseño de las Fases y Subfases del Servicio**

Para los servicios que no tienen los procesos o actividades establecidas formalmente para la prestación del servicio, se proponen dos tipos de formatos (**Ver Anexo A**), para identificar las fases y subfases, para después realizar su estructuración en detalle del servicio.

El resultado de esta fase muestra las actividades claves que participan en la prestación del servicio y distinguir entre: lo que los clientes reciben, las actividades de los colaboradores de FUNDACONC y los procesos de apoyo. Se identifican claramente las etapas, precedencias, tiempos, si es visible o no para el cliente y la cantidad de personal requerido en dicha actividad, todo esto de una forma más detallada,

para identificar los respectivos responsables de las actividades además de que estas también deben estar un poco más complementadas.

Igualmente, se identificó el costo de cada una de estas fases y subfases con base en estos datos recolectados, posteriormente se propuso una política de precios para los servicios, para que la organización identifique en lo que se basa la política de precios.

➤ **Prueba de refinamiento (fase 4):**

En esta fase se realizan unas pruebas de fiabilidad y desempeño para apoyar a las mejoras de la forma como el servicio se prestara a los clientes o para saber si el producto satisface las necesidades claves del cliente, esta se debe analizar desde diferentes perspectivas para no tener fallas posteriormente a la entrega del servicio. Todo esto para depurar procesos y realizar el debido refinamiento.

➤ **Producción piloto (fase 5):**

Esta fase de producción piloto se ejecutara cuando la Fundación preste el servicio con la estructura y características definidas en este trabajo de pasantía y se deberá llevar a cabo el seguimiento respectivo observando si se está cumpliendo con el debido proceso en la entrega eficaz del servicio al cliente final.

**CAPÍTULO II.  
DIAGNÓSTICO GENERAL DE LA FUNDACIÓN DE APOYO A LA  
CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA.**

La Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca es una entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, regida por la constitución y normas legales vigentes. El domicilio está en el municipio de Popayán, pero puede desarrollar actividades en todo el territorio de Departamento del Cauca, cuya sede es en la Contraloría Departamental.

Tiene como objeto social la capacitación, promoción, asesoría, financiación, investigación, apoyo y fortalecimiento institucional a las entidades territoriales. Para el cumplimiento de su objeto social la Fundación puede adquirir, enajenar toda clase de bienes, a cualquier título, gravarlos y limitar su dominio, tenerlos o entregarlos a título precario, dar y recibir dinero en mutuo, girar, extender, protestar, aceptar, endosar y en general negociar toda clase de títulos valores. Puede también aceptar o ceder créditos, designar apoderados judiciales y extrajudiciales, transigir y comprometer los asuntos en que tenga o pueda tener algún interés y en general celebrar toda clase de actos y contratos autorizados por la ley, cuando sea el caso asociarse dentro de los límites y términos que la Constitución Política y la ley permitan.

FUNDACONC puede recibir y manejar dineros que a cualquier título provengan de entidades Públicas y de personas naturales y jurídicas privadas; aplicar parte de los recursos y/o extender sus servicios financieros a la creación adquisición o fomento de empresas mixtas o privadas que sin estar destinadas a la prestación de un servicio público o a cumplir funciones administrativas del estado que tiendan a satisfacer las necesidades básicas de la comunidad.

Con la información obtenida de la Fundación se pretende mediante un análisis interno y externo realizar un diagnóstico con el fin de establecer claramente estrategias que puedan ser aplicadas dentro de la organización a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta las amenazas y oportunidades que el entorno le ofrece, y las debilidades y fortalezas que FUNDACONC tiene en su manejo interno.

## **2.1. ANÁLISIS EXTERNO DE LA FUNDACIÓN DE APOYO A LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA**

La organización no existe ni puede existir fuera de un ambiente, fuera de ese entorno que le rodea; así que el análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto ofrece positiva y/o negativamente a la organización.

El medio ambiente externo de la organización reúne aquellas fuerzas que rodean a esta y determinan su supervivencia como resultado de su capacidad de respuesta o adaptación.

En la actualidad las organizaciones operan dentro de un entorno dinámico y cambiante, así que es una exigencia que estas se conviertan en organizaciones que se adapten a cualquier cambio del entorno para poder así ser productivas y competitivas.

Es necesario entonces conocer más a fondo los factores bajo los cuales está condicionada la empresa para tener un panorama más acertado de las amenazas y oportunidades que ofrece el entorno a FUNDACONC

### **2.1.1. Descripción de los entornos:**

A continuación se establece una relación de los entornos que afectan directa o indirectamente a la fundación FUNDACONC:

**Entorno Económico:** Se tiene en cuenta el panorama económico de la Fundación de Apoyo a la Contraloría FUNDACONC en el Departamento del Cauca pero considerando las variables macroeconómicas a nivel nacional.

Las variables que afectan el entorno de la organización dependen de los factores económicos de las entidades públicas que realizan convenios con la fundación, de tal forma que los servicios ofrecidos se afectan positiva o negativamente, de acuerdo a los recursos con los que cuenten las entidades para acceder a los servicios ofrecidos por la fundación.

En el índole económico hay que reconocer que la base económica tiene predominio en las actividades de los sectores secundario y primario de la economía, con una participación en el PIB nacional en promedio del 1,38% del total nacional (4,2%)<sup>2</sup>, destacando que el Departamento del Cauca es competitivo en la producción agrícola con productos como: caña de azúcar, plátano, yuca, cacao, cocotero, fique, maíz, fríjol, papa, arroz. Es el primer productor del país de fibra (fique).

Potencialidades en diversos sectores:

---

<sup>2</sup> DANE, Cuentas Regionales. Junio de 2011

- Industria: Productos alimenticios, bebidas, lácteos, papel, empaques, transformación de la madera, industria azucarera y elaboración de impresos para la exportación.
- Minería: Oro, plata, platino, azufre, asbesto, caliza, talco, yeso y carbón.
- Turismo: Cultura e historia, así como el eco-etno turismo y el turismo rural.

La inflación del Departamento de Cauca en comparación con el Nivel Nacional es preocupante, ya que en el departamento es de 2,44% y el nivel de Colombia alcanza el 2,64%<sup>3</sup>, cifra que explicaría el bajo nivel de desarrollo económico o la necesidad que tiene el departamento de cambiar, mejorar o fortalecer todos los sectores de su economía.

Por tal motivo, la vinculación de personal de las entidades públicas en procesos de capacitación y desarrollo profesional permitirá el mejoramiento de los servicios de las diferentes entidades, lo cual aumentará las competencias de los empleados, influyendo en el mejor manejo de los recursos que emplean las entidades públicas del Departamento del Cauca. A su vez que contribuirán a mejores políticas y estrategias macroeconómicas y microeconómicas del Cauca, fortaleciendo su economía y promoviendo el desarrollo

### **Entorno Social y Cultural:**

El potencial de mercado, que implica el acceso a los servicios de la fundación por parte de las entidades públicas.

En el contexto general del departamento encontramos diversidades étnicas: mestizos y blancos 764.253 (60.2%), negros o afro colombianos 255.839 (20.16%), amerindios o indígenas 248.855 (19.7%)<sup>4</sup>, las cuales afectan a la fundación en la prestación de servicios.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> DANE, Índice de Precios al Consumidor, base de 2008. Agosto de 2011

<sup>4</sup> La población indígena se conforma por varios grupos etno-lingüísticos; Paeces, Guambianos, Ingas, Totoroes, Kokonucos, Yanaconas, Embera Chamí, Guanaca y Eperara-Siapidara y dos pueblos indígenas; Pubenenses y ambalueños.

<sup>5</sup> Instituto Colombiano para el Desarrollo Rural -INCODER-. <http://www.incoder.gov.co/>

La participación en actividades culturales que promuevan las capacitaciones o procesos de formación en las entidades públicas facilitará el contacto con los clientes potenciales y fortalecerán las relaciones ya establecidas.

### **Entorno Político y Legal:**

La estabilidad del entorno político de la fundación se ve afectado por variables de índole nacional y regional:

Las actualizaciones de las leyes y normativas en procesos como: licitaciones, contratación estatal, MECI, Sistemas de Gestión de la Calidad, entre otros, hacen que las instituciones requieran procesos o talleres de capacitación programados periódicamente.

La Junta Directiva de la fundación está conformada de acuerdo a los Estatutos vigentes.

### **Entorno Tecnológico:**

La tecnología como la aplicación del conocimiento, implica para la fundación la actualización en infraestructura tecnológica adecuada para el desarrollo de los procesos de capacitación y principalmente de comunicación con las entidades del departamento del Cauca (clientes directos y potenciales). Las herramientas necesarias para el buen funcionamiento de los servicios son el uso de hardware y el software (MECI, Windows, entre otros.) que utiliza actualmente la fundación y que permitirían a otras organizaciones mantener un equilibrio en la aplicación de calidad de sus servicios.

Las instituciones públicas cuentan con herramientas tecnológicas por internet que no son aprovechadas en su totalidad, además del apoyo del Gobierno Nacional en la aplicación de proyectos y recursos tecnológicos para mantenerse al día en las nuevas tendencias de la información y la comunicación, con la aparición de la Nueva Ley de Regalías donde se obliga a que el 10% de los recursos que se transfieren a una región se inviertan en Macro proyectos de ciencia, tecnología e innovación que



resuelvan los problemas del país en materia de comercio y fortalecimiento económico, lo cual facilitaría la información transmitida entre FUNDACONC y las entidades públicas, pero también contribuiría a que las entidades del departamento del Cauca tengan la disposición de mantenerse actualizados en el mejor uso de las herramientas que ofrece la tecnología.

### **2.1.2. Matriz de evaluación de factores externos -EFE-**

#### **Oportunidades y Amenazas**

De acuerdo a cada análisis de los entornos se establece una lista de oportunidades y otra de amenazas. Se califica a cada variable según su representación e incidencia positiva o negativamente sobre la entidad, según la siguiente escala:

1 = Amenaza mayor, 2 = Amenaza menor, 3 = Oportunidad menor y 4 = Oportunidad mayor.

#### **Elaboración de la Matriz de Evaluación de Factores Externos - EFE-**

Se realizó una mesa de trabajo donde participaron: Yenifer Barreda - Pasante y Vanessa Carvajal - Directora Ejecutiva, en la reunión se analizaron aspectos importantes de cada área o proceso que hacen parte la organización, se escogieron las variables que se consideraron las más representativas internamente, finalmente se seleccionaron las variables que harán parte de la matriz por ser consideradas como fortalezas y debilidades internas en Fundación.

**Tabla 1. Matriz de Evaluación de Factores Externos FUNDACONC**

<b>FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO</b>	<b>PES O</b>	<b>CALIFICACI ÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
O1: Tendencia de crecimiento de la demanda.	0.18	4	0.72
O2: El activo más valioso es la Tecnología Blanda.	0.12	3	0.36
O3: Pocos competidores en la región, según su mercado meta.	0.18	4	0.72
O4: Interés de las instituciones públicas.	0.13	3	0.39
<b>AMENAZAS</b>			
A1: Factores culturales en la región.	0.09	2	0.18
A2: Nivel de ingresos.	0.15	1	0.15
A3: Incremento del subempleo.	0.15	1	0.15
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2.67</b>

Fuente: Yenifer Barreda-Vanessa Carvajal

De acuerdo a la matriz de evaluación de factores externos se identifica una calificación de **2,67**, el potencial de oportunidades de la organización es mayor que las amenazas presentes.

Las estrategias utilizadas por la fundación permiten o permitirán en un momento determinado capitalizar las oportunidades, evitando de esta forma las amenazas identificadas

## **2.2. ANÁLISIS INTERNO DE LA FUNDACIÓN DE APOYO A LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA**

El análisis interno permite fijar las fortalezas y debilidades de la organización, respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores, entre otros. Realizando un estudio que permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta.

El análisis interno muestra aspectos importantes del desarrollo de las actividades de FUNDACONC y se desarrolla de acuerdo a las áreas funcionales de la Fundación.

### **2.2.1. Descripción de los procesos o áreas**

#### **Administración:**

Los procesos administrativos de la fundación presentan debilidades en su desarrollo y en la comunicación con los clientes, es necesario desarrollar estrategias de mejoramiento y apoyo administrativo que permita el mejoramiento institucional.

Las variables que se identificaron como parte de las debilidades del área son:

- Identificación de las necesidades de los clientes.
- Realización de visitas a los clientes directos y potenciales.
- Difusión de propuestas relacionadas con los servicios de la fundación.

#### **Finanzas:**

El ámbito de influencia del área financiera para la fundación depende exclusivamente de la toma de decisiones de la Contraloría Departamental del Cauca, las estrategias y toma de decisiones son desarrolladas a través de la dirección de la fundación (FUNDACONC) pero la decisión final corresponde a la institución, de tal forma que se presentan falencias en los presupuestos o en los gastos derivados por actividades realizadas, debido a que los recursos son utilizados de manera incorrecta para suplir otras cosas.

La principal variable se refiere a la recuperación de cartera la cual es lenta y compleja, también la elaboración de presupuestos dificulta la gestión de la fundación.

#### **Mercadeo:**

A pesar de la disposición para el uso de medios de comunicación que permitan la difusión de información pertinente para los servicios, no son

suficientes para la promoción total de los requerimientos de la fundación FUNDACONC.

La organización no posee un portafolio de servicios adecuado.

### **Producción:**

Para la fundación es importante caracterizar los procesos que realiza para la prestación de servicios, no obstante en el análisis del proceso de producción se identificaron las siguientes variables que afectan a la institución:

El personal demuestra eficiencia en las actividades que realiza, las capacitaciones son realizadas en los tiempos establecidos y con los recursos necesarios.

Los servicios que se ofrecen como producto final, no se entregan de forma adecuada por el cronograma que poseen tanto los participantes de las convocatorias (Clientes Externos) y las personas encargadas del desarrollo de la capacitación (Clientes Internos). Dificultando la capacitación o ralentizando los servicios.

Los problemas en el área financiera dificultan la labor productiva de la fundación, por los requerimientos económicos que los programas de capacitación puedan necesitar.

### **2.2.2. Matriz de evaluación de factores internos -EFI-**

Después de identificar las fortalezas y debilidades más importantes en el interior de FUNDACONC, se asigna un peso a los conceptos que tienen en cuenta con mayor intensidad, los cuales son esenciales para el buen funcionamiento de la organización. Igualmente se califica a cada variable según su representación e incidencia sobre la entidad, siendo:

1 = debilidad mayor, 2 = debilidad menor, 3 = fortaleza menor y 4 = fortaleza mayor.

## Fortalezas y Debilidades

Se realizó una mesa de trabajo donde participaron: Yenifer Barreda - Pasante y Vanessa Carvajal - Directora Ejecutiva, en la reunión se analizaron aspectos importantes de cada área o proceso que hacen parte la organización, se escogieron las variables que se consideraron las más representativas internamente, finalmente se seleccionaron las variables que harán parte de la matriz por ser consideradas como fortalezas y debilidades internas en Fundación.

## Elaboración de la Matriz de Evaluación de Factores Internos -EFI-

**Tabla 2. Matriz de Evaluación de Factores Internos FUNDACONC**

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PES O	CALIFICACI ÓN	PONDERACIÓN
<b>FORTALEZAS</b>			
F1: Experiencia y responsabilidad del personal.	0,05	3	0,15
F2: Conocimiento de la alta dirección en administración.	0,05	4	0,2
F3: Capacidad de planeación.	0,10	4	0,4
F4: Conocimiento de los procesos.	0,10	4	0,4
F5: Personalización de los servicios.	0,05	3	0,15
F6: Calidad de los servicios.	0,05	4	0,2
F7: Precio de los Servicios.	0,10	3	0,3
<b>DEBILIDADES</b>			
D1: Pago de cartera.	0,05	1	0,05
D2: Programas de publicidad.	0,15	1	0,15
D3: Elaboración de presupuestos.	0,07	2	0,14
D4: Tiempo de entrega del servicio.	0,07	2	0,14
D5: No cuenta con un portafolio de servicios formal.	0,16	1	0,16
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,44</b>


Fuente: Yenifer Barreda-Vanessa Carvajal

Se analiza en la Matriz de Factores Internos una calificación de **2.44** que indica que la posición estratégica interna de la institución es alta, se destaca en este aspecto la calidad de los servicios y de quienes los ofrecen, con características como la responsabilidad y el conocimiento, no obstante se debe prestar atención al programa de promoción y de tiempos de entrega, ya que estos últimos afectan considerablemente al portafolio de servicios que pretende la institución.

### 2.3. MATRIZ DOFA

Por medio del uso de esta herramienta de análisis se pretende examinar las características particulares de la Fundación y el entorno en el cual se compete.

**Tabla 3. Estrategias para la Fundación FUNDACONC**

<p style="text-align: center;"><b>ANÁLISIS DOFA</b></p> 	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES DEL MERCADO (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendencia de crecimiento de la demanda.</li> <li>- El activo más valioso es la Tecnología Blanda.</li> <li>- Pocos competidores en la región, según su mercado meta.</li> <li>- Interés de las instituciones públicas.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS DEL MERCADO (A)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Factores culturales en la región.</li> <li>- Nivel de ingresos.</li> <li>- Incremento de subempleo</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS DE LA EMPRESA (F)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia y responsabilidad del personal.</li> <li>- Conocimiento de la alta dirección en administración.</li> <li>- Capacidad de planeación.</li> <li>- Precio de los servicios.</li> <li>- Conocimiento de los procesos.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS (FO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecer los servicios de FUNDACONC.</li> <li>- Integrar nuevos modelos y metodologías para el desarrollo de los servicios de FUNDACONC.</li> <li>-Fortalecer la diferenciación que se realiza de los programas de</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS (FA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Articular de manera integral los procesos de formación con las entidades públicas e identificando el fenómeno social de la zona geográfica.</li> <li>-Atraer nuevos clientes.</li> <li>-Establecer convenios y Alianzas estratégicas con instituciones</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personalización de los servicios.</li> <li>- Calidad de los servicios.</li> </ul>	capacitación, educación y promoción de FUNDACONC.	prestadoras de servicios educativos así como instituciones que requieran procesos de educación y formación
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES DE LA EMPRESA (D)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pago de cartera.</li> <li>- Programas de publicidad.</li> <li>- Elaboración de presupuestos.</li> <li>- Tiempo de entrega del servicio.</li> <li>- No cuenta con un portafolio de servicios formal.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS (DO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar medidas de retención de clientes.</li> <li>- Revisar la congruencia de los servicios ofrecidos con las necesidades de los clientes.</li> <li>- Establecer nuevos medios de comunicación con el fin de realizar capacitaciones y formación a población que por disposición geográfica y de tiempo no puede asistir a las mismas.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS (DA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Fortalecer a la Fundación través de la ampliación de la cobertura.</li> <li>-Realizar una buena estrategia publicitaria.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia de la investigación

### 2.3.1. Análisis funcional DOFA

Teniendo en cuenta el análisis DOFA realizado en FUNDACONC, se han determinado que pese a que no se encuentran estrategias formalmente planteadas, la empresa ha estado desarrollando la ESTRATEGIA DEFENSIVA (De Miles y Snow 1979), que está sustentada en el concepto de “Capacidad<sup>6</sup> o ciclo Adaptativo”, la capacidad adaptativa es un proceso complejo y dinámico que permite a las organizaciones adaptarse permanentemente a los cambios del entorno, reconfigurando sus capacidades internas para responder adecuadamente a esos cambios. La Fundación implementa alianzas estrategias para explotar el servicio de Capacitación y Promoción.

### 2.3.2. Planteamiento de estrategias DOFA

#### ESTRATEGIAS FO:

<sup>6</sup> Las capacidades incluyen elementos como las habilidades y los conocimientos tecnológicos, productivos, comerciales y financieros; el “Saber Hacer” de los miembros de la organización; las destrezas de cohesión derivadas tanto del *Know-How* de los directivos como de los sistemas y procedimientos organizativos, coordinación de tareas y procesos de planificación y control; las capacidades de innovación incremental útiles para acrecentar la eficiencia en el desarrollo de sus actividades por la organización. (Camisón, 2002).

En cuanto a este tipo de estrategias se pretende aprovechar las fortalezas de FUNDACONC, experiencia y responsabilidad del personal, conocimiento de la alta dirección en administración, Capacidad de planeación, precio de los servicios, conocimiento de los procesos, personalización de los servicios, calidad de los servicios, programas de publicidad y promoción. Las cuales pueden hacer que aumente la demanda de los servicios que ofrece la empresa y de esta manera aprovechar las oportunidades ya que en el mercado los precios ofrecidos por otras organizaciones son más altos y se ofrece poca diferenciación lo que hace que las personas prefieran adquirir los servicios en *la Fundación*:

- **Integrar nuevos modelos y metodologías para el desarrollo de los servicios de FUNDACONC:** Se sugiere que *la fundación* mejore en cuanto a la difusión de sus productos para aprovechar la oportunidad ya que cuentan con programas de publicidad y promoción, pero no se utilizan adecuadamente, hay muchas personas que se incentivan cuando se les hace una buena y frecuente promoción y presentación de los productos y las ventajas al adquirirlos.

En conclusión se pretende mejorar los sistemas de comunicación con los clientes actuales y potenciales buscando brindar un mejor servicio post-venta y mayor accesibilidad a los servicios, para lo cual podemos utilizar herramientas como implementación de una página Web e implementación de un buzón de sugerencias, entre otras estrategias.

- **Fortalecer la diferenciación que se realiza de los programas de capacitación, educación y promoción de FUNDACONC:** esta estrategia es aplicable con el desarrollo del portafolio de servicios, ya que se establecerá de acuerdo a las necesidades de los clientes y al potencial de servicio que desarrolla FUNDACONC. Su aplicación implica el mejoramiento en la ejecución de los servicios (entrega del servicio) y ofrecer herramientas indispensables para la formación, por ejemplo: charlas virtuales, uso de tecnologías de aplicación, talleres en los municipios o instituciones que requieran la capacitación, entre otros.



## **ESTRATEGIAS DO:**

Estas son un tipo de estrategias de supervivencia en las que se trata de superar las debilidades para aprovechar las oportunidades que se le presentan en el entorno.

- **Diseñar medidas de retención de clientes:** la cual pretende fortalecer la base de datos actual de clientes que requieren los servicios de capacitación de la FUNDACONC, mediante el mejoramiento de los servicios, la identificación de las necesidades reales de los clientes y el reconocimiento de los proveedores de servicios.
- **Revisar la congruencia de los servicios ofrecidos con las necesidades de los clientes:** debido a la actualización pertinente para cada entidad, por ejemplo las alcaldías pretenden mejorar sus sistemas de gestión, mientras que los hospitales quieren fortalecer los procesos de contratación estatal.
- **Establecer nuevos medios de comunicación con el fin de realizar capacitaciones y formación a población que por disposición geográfica y de tiempo no puede asistir a las mismas:** Se pretende aprovechar las herramientas tecnológicas con el fin de que todas las instituciones mejoren sus competencias, estas herramientas pueden ser el uso de herramientas como Skype (para conferencias virtuales), recursos web en plataforma como Moodle o Blackboard que facilitarían el tiempo y disposición de cada funcionario (tanto oferente como demandante) en los procesos de formación.

## **ESTRATEGIA FA:**

Esta estrategia también es de supervivencia y propone aquellas estrategias para evadir las amenazas del entorno, aprovechando así las fortalezas de la empresa.

- **Atraer nuevos clientes:** Para el logro de esta estrategia es importante dar a conocer la organización al público en general de manera, se pueden utilizar medios de comunicación escritos, auditivos y electrónicos.

- **Articular de manera integral los procesos de formación con las entidades públicas e identificando el fenómeno social de la zona geográfica:** Estrategia que busca hacer frente a los fenómenos sociales y culturales que están marcados fuertemente en el Departamento del Cauca, como los grupo étnicos y afros cuya intervención en los procesos de actualización y capacitación de las instituciones no es muy positivo y pueden afectar el mejoramiento de las entidades.
- **Establecer convenios y Alianzas estratégicas con instituciones prestadoras de servicios educativos así como instituciones que requieran procesos de educación y formación:** Estrategia de reconocimiento y posicionamiento que permitirá promocionar los servicios de FUNDACONC

#### **ESTRATEGIAS DA:**

Las estrategias DA permiten ver alternativas estratégicas que sugieren renunciar al logro dado una situación amenazante y débil, difícilmente superable, que expone al sistema al fracaso:

- **Fortalecer a la Fundación través de la ampliación de la cobertura:** esto mediante la utilización de lo que la organización ya tiene, en diferentes mercados, inicialmente en Municipios del Cauca que no han demandado los servicios.
- **Realizar una campaña de publicidad:** puesto que esta organización, solo maneja publicidad por correo electrónico, es importante una publicidad agresiva y que llegue a los clientes potenciales y público en general para que conozcan a la empresa, esto con el fin de lograr recordación y posicionamiento en la mente de las personas.

### **CAPÍTULO III.**

## **DIAGNÓSTICO CON EL MERCADO META DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS OFERTADOS ACTUALMENTE EN LA FUNDACIÓN.**

Para realizar el diagnóstico con el mercado meta de los principales servicios ofertados actualmente en FUNDACONC, partimos del supuesto de que la entidad tiene una idea clara de cuál es su mercado meta, además se va ejecutar la priorización de los servicios según el valor agregado que aporta cada uno de ellos a la Fundación, teniendo en cuenta elementos de la filosofía de la institución, así llevaremos a cabo un análisis detallado y se podrá inferir los principales servicios en los cuales se trabajara para poder realizar el rediseño del portafolio de servicios.

### **3.1. Planeación - Análisis de la oferta de servicios**

En la planeación se enfocó la estructuración de los servicios según su direccionamiento estratégico, como lo son: sus principios, políticas, misión, visión, valores o principios corporativos, los cuales ya están documentados en la investigación realizada en las fuentes secundarias y en el marco referencial, además se priorizaron los servicios según el valor agregado que da cada uno de estos a FUNDACONC, con esto se pudo hacer la caracterización de los servicios o líneas de acción con las que contaba en su momento la Fundación, llevándonos a el principio de la misión de este proyecto, el cual especifica el mercado objetivo para los servicios priorizados.

### **3.2. Servicios - líneas de acción**

En esta etapa se nombran los servicios identificados en el informe entregado por la Directora Ejecutiva de la Fundación, el cual su análisis arroja las principales líneas de acción en las cuales opera La Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca:

- a. Brindar educación no formal y capacitación.
- b. Promoción.

- c. Financiación.
- d. Asesoría.
- e. La investigación.
- f. Apoyo y fortalecimiento institucional.

### 3.3. Caracterización de los Servicios de FUNDACONC

Para realizar la caracterización de estos servicios se debe conocer como es la entrega del servicio al cliente, es por eso importante ubicar los servicios según su alto o bajo contacto con el cliente e igualmente si el tamaño de la audiencia (equipos de trabajo) es grande o pequeña para prestar el servicio, a continuación se ubicarán los servicios identificados en la observación, según su audiencia y contacto con el cliente.

**Tabla 4. Caracterización de los Servicios de FUNDACONC - Según la Entrega del servicio**

CONTACTO CON EL CLIENTE	
Bajo	Alto

TAMAÑO DE LA AUDIENCIA	Pequeña
	Grande

Tamaño de la audiencia = número de personas que recibe el servicio en forma simultánea.  
 Contacto = cantidad de tiempo en el escenario / cantidad de tiempo tras bambalinas.

Como se observa en la Tabla 4 de la caracterización de los servicios según la entrega al cliente, el servicio de *Financiación e Investigación* se ubican en un cuadrante de bajo contacto con el cliente y pequeña audiencia, es decir, son pocas las personas que demandan estos servicios y la cantidad de tiempo que se interactúa con ellas es muy corto.

En cuanto a la *asesoría* se encuentra en el cuadrante de alto contacto con el cliente y pequeña en cuanto al tamaño de la audiencia, pues a pesar de que es un excelente servicio los clientes de la Fundación se interesan más por la formación y preparación que por el servicio de asesoría, como lo podemos identificar en el siguiente cuadrante en el que se ubica *la educación no formal y capacitación*, el cual tiene un alto grado de contacto con el cliente pues se presta directamente el servicio a los interesados y el tamaño de la audiencia es grande lo que significa que la demanda de este servicio es representativa simultáneamente, además de ser repetitiva según encuestas de satisfacción del cliente y bases de datos. Aquí también se encuentra el *apoyo y fortalecimiento institucional* con un alto grado de contacto con el cliente (en este caso la Contraloría Departamental del Cauca), su tamaño de audiencia es grande por lo que la institución como tal es de gran tamaño, así como también es de vital importancia brindar el servicio como tal, porque es responsabilidad de la Fundación suplir necesidades que la entidad requiere.

Para esta caracterización según la entrega del servicio, participo la Directora ejecutiva de la Fundación, la herramienta utilizada requiere de un análisis cualitativo según la fuente referente.

Enseguida se debe reconocer cuál es la naturaleza de la acción del servicio, si estos van dirigidos a las personas o a las posesiones y si estos servicios son tangibles o intangibles, esto es significativo en la caracterización pues en ocasiones en los servicios los clientes participan en la producción del mismo. Es importante conocer los procesos a los que se exponen los clientes y estos en los servicios van desde procedimientos relativamente simples que implican algunos pasos hasta actividades muy complejas.

Por esta razón se analizarán en la Tabla 5 la naturaleza de los servicios identificados en la Fundación ya nombrados anteriormente:

**Tabla 5. Naturaleza de la acción de servicio**

<b>NATURALEZA DEL SERVICIO</b>	<b>PERSONAS</b>	<b>POSESIONES</b>
<b>ACCIONES TANGIBLES</b>	Servicios dirigidos al cuerpo de las personas: NINGUNO	Servicios dirigidos posesiones físicas: NINGUNO
<b>ACCIONES INTANGIBLES</b>	Servicios dirigidos a la mente de las personas: <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Brindar educación no formal y capacitación</li> <li>◆ Asesoría</li> </ul>	Servicios dirigidos a los activos intangibles: <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Apoyo y fortalecimiento institucional</li> <li>◆ Promoción</li> <li>◆ Financiación</li> <li>◆ Investigación</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia de la investigación

Podemos observar en la Tabla 5 que la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca, no ofrece ningún tipo de servicio de naturaleza tangible, todos sus servicios son intangibles van ofertados a la mente de las personas como lo son: la asesoría, brindar educación no formal y capacitación; así como también servicios dirigidos a los activos intangibles de sus clientes: apoyo y fortalecimiento institucional, promoción, financiación e investigación.

### **3.4. Priorización de los servicios para FUNDACONC**

Se tomó como cimiento el marco teórico donde se encuentran las bases en las que se enfocará la investigación, se entiende que la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca es una entidad que contribuye con el control del manejo de los recursos públicos

departamentales, además apoya al fortalecimiento institucional de las entidades territoriales por medio de capacitaciones y asesoría según la ley vigente, de esta manera se generan ingresos los cuales van dirigidos al apoyo de la Contraloría en cuanto a sus funciones y proyectos, en un todo generando mayor bienestar para nuestras comunidades.

Se analizaron las líneas de acción de acuerdo a las políticas de calidad, la misión y la visión de FUNDACONC para hacer un enfoque de los servicios en los que se trabajaron, se les dio un puntaje según los criterios identificados, calificándose por medio de una escala de la siguiente manera:

- |          |                            |
|----------|----------------------------|
| <b>1</b> | <b>Muy baja incidencia</b> |
| <b>2</b> | Baja incidencia            |
| <b>3</b> | Incide normal              |
| <b>4</b> | Alta incidencia            |
| <b>5</b> | Muy alta incidencia        |

Esta herramienta fue propuesta a la Gerencia de la Fundación, fue escogida por se vio en ella una eficiente metodología para desarrollar elementos según las políticas de la calidad, la misión y la visión de FUNDACONC. Los criterios de evaluación a analizar se escogieron de la política de calidad, la misión y visión los cuales son variables necesarias para desarrollar las líneas de acción (servicios), en colaboración con la Directora de la Fundación, así como también participo en la calificación, para los promedios de los servicios según los criterios evaluados se ingresó en el programa SPSS las deducciones de la información.

**Tabla 6. Evaluación de las líneas de acción según la misión, visión y políticas de calidad de FUNDACONC**



<b>CRITERIOS SERVICIOS</b>	<b>¿Contribuye con el control del manejo de los recursos públicos Departamentales?</b>	<b>¿Apoya al fortalecimiento institucional de las entidades territoriales?</b>	<b>¿Apoya a la Contraloría Departamental en sus funciones y proyectos?</b>	<b>¿Genera mayor bienestar para nuestras comunidades?</b>
<b>Brindar educación no formal y capacitación</b>	5 Brindando conocimientos a los funcionarios y empleados se contribuye a optimar el control del manejo de los recursos públicos.	4 La capacidad que logren las entidades para gestionar su conocimiento adquirido es su factor determinante para ser innovadoras por ende competitivas.	5 Especializa a los clientes internos con las capacitaciones mejorando la eficiencia en los procesos y proyectos internos.	5 Asegurando que con la buena aplicación del conocimiento, genera un buen manejo de recursos beneficiando a la comunidad.
<b>Promoción</b>	4 Genera confiabilidad en la entidad pues es un servicio que le da una buena imagen permitiendo conocer más de sus procesos.	5 Posiciona a las empresas dando a conocer a la comunidad sobre sus objetivos y funciones.	5 Gracias a la retribución financiera, se pueden apoyar proyectos de la Contraloría Departamental.	5 Dando a conocer a la comunidad los procesos que se realizan en estas entidades y ofrece sus servicios formalmente.
<b>CRITERIOS SERVICIOS</b>	<b>¿Contribuye con el control del manejo de los recursos públicos Departamentales?</b>	<b>¿Apoya al fortalecimiento institucional de las entidades territoriales?</b>	<b>¿Apoya a la Contraloría Departamental en sus funciones y proyectos?</b>	<b>¿Genera mayor bienestar para nuestras comunidades?</b>
<b>Financiación</b>	3 Financia capacitaciones para los funcionarios de la Contraloría para que se genere efectividad en sus funciones.	3 No es muy demandado por los costos que se generan a futuro.	5 Directamente porque hace parte de una de sus funciones.	3 Indirectamente por medio de la Contraloría que es su mayor financiado.
<b>Asesoría</b>	4 Brinda herramientas para que las empresas utilicen eficientemente los recursos con los que cuentan y se inserten nuevos procesos.	4 Aporta conocimiento y herramientas, con lo cual apoya al desarrollo de las entidades.	4 Brinda asesoría a funcionarios internos en procesos actuales, además contribuye con los recursos financieros.	3 A la comunidad que demande la asesoría como tal.
<b>Apoyo y</b>	4 Facilita a la	5	5	4 Genera bienestar

Fuente: Yénifer Barreda-Vanessa Carvajal

En la Tabla 6 se dispuso en una columna los servicios y en una fila los criterios de evaluación para poder así, determinar la priorización de las líneas de acción con las que cuenta la Fundación y observar si cumplen con la planeación estratégica del FUNDACONC, igualmente en la tabla se justificó brevemente el porqué de la calificación dada

**Tabla 7. Promedios de los servicios según los criterios evaluados**

<b>CRITERIOS SERVICIOS</b>	<b>¿Contribuye con el control del manejo de los recursos públicos Departamentales ?</b>	<b>¿Apoya al fortalecimiento o institucional de las entidades territoriales?</b>	<b>¿Apoya a la Contraloría Departamental en sus funciones y proyectos?</b>	<b>¿Genera mayor bienestar para nuestras comunidades ?</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Brindar educación no formal y capacitación</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>95%</b>
<b>Promoción</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>95%</b>
<b>Financiación</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>70%</b>
<b>Asesoría</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>75%</b>
<b>Apoyo y fortalecimiento institucional</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>90%</b>

Fuente: Yenifer Barreda - Vanessa Carvajal

En la **Tabla 7**. Se observan los resultados de los puntajes dados a las líneas de acción según los criterios de evaluación y se identifica en cada uno de ellos el porcentaje que obtuvieron. Como resultado de esta priorización se escogen los servicios con los cuales se seguirá trabajando en el ejemplo de la utilización de las herramientas propuestas para diseñar el portafolio de servicios de FUNDACONC, estos servicios son:

- ✓ Educación no formal y Capacitación con un porcentaje de 95%
- ✓ Promoción con un porcentaje de 95%

Se describen como servicios clave para la Fundación, por ser calificados con un alto potencial que generan mayor valor con respecto a los demás. La selección de estos dos servicios es importante, brindan panoramas de análisis complementarios, tienen un mercado meta definido y procesos o actividades compartidas. Se debe tener en cuenta que ninguno de los servicios que presta la Fundación incluyendo los escogidos para desarrollar el trabajo, no refieren con información formalizada que permita describir una experiencia de un trabajo ya ejecutado.

Además tanto la Educación no formal y la Capacitación (que vienen siendo el mismo referente) y la Promoción, son los servicios más demandados por los clientes de FUNDACONC. A los demás servicios que no dejan de ser importantes, se les tendrá en mente al momento del lanzamiento del portafolio de servicios con una descripción breve de los mismos.

**CAPÍTULO IV.  
REDISEÑO DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA FUNDACIÓN DE  
APOYO A LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL.**

**4.1. SERVICIO 1: EDUCACIÓN NO FORMAL Y CAPACITACIÓN**

**4.1.1. FASE 1: Desarrollo conceptual- Educación no formal y Capacitación**

Las necesidades que satisface la educación no formal y la capacitación en las empresas en las cuales se presta el servicio, es ayudar al fortalecimiento institucional de cada una de ellas, aportando conocimientos que permiten el mejoramiento de procesos internos, además de contribuir con el control del manejo de los recursos públicos y propios de las entidades. Para la planeación del servicio según las necesidades específicas de cada organización se deben acudir a herramientas como la encuesta telefónica, visitas a las empresas interesadas y/o reuniones con los gerentes o alcaldes según la entidad, este proceso debe realizarse máximo en tres semanas para tener la información necesaria de lo que realmente requiere la empresa.

Para el presente estudio se aplicó la encuesta telefónica con la particularidad que la misma consta de una (1) sola pregunta: ***¿Qué necesidades tiene actualmente su empresa en cuanto a capacitación?***, cuyo objetivo consistía en identificar las necesidades que tienen las entidades o municipios en cuánto requerimientos de estudios o capacitaciones. **Ver ANEXO B. Ficha Técnica de la Encuesta Telefónica.**

A continuación se listan los resultados de la encuesta telefónica:

**Tabla 8. Resultados de la encuesta telefónica**

Municipio/Entidad	Alcalde/Gerente	¿Qué necesidades tiene actualmente su empresa en cuanto a capacitación?
<b>Alcaldía Municipal de Almaguer</b>	Dr. Milton Fabián Hurtado	-Banco de proyectos -Panorama de riesgos -Gestión documental

Municipio/Entidad	Alcalde/Gerente	¿Qué necesidades tiene su empresa en cuanto a capacitación?
<b>Alcaldía Municipal de Argelia</b>	Dr. Adrian Alberto Bravo	-Banco de proyectos -Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Balboa</b>	Dr. Amarildo Correa Obando	-Contratación estatal -Gestión documental
<b>Alcaldía Municipal de Bolívar</b>	Dr. María Del Socorro Ruiz	-Panorama de riesgos -Contratación estatal -Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de Buenos Aires</b>	Dr. Urdely Carabalí Carbonero	-Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Cajibío</b>	Dr. Juan Manuel Jaramillo	-Banco de proyectos -Panorama de riesgos -Gestión documental
<b>Alcaldía Municipal de Caldono</b>	Dr. Enelia Salinas Chivata	-Banco de proyectos -Panorama de riesgos -Gestión documental
<b>Alcaldía Municipal de Caloto</b>	Dr. Edgar SigneyGuazá	-Panorama de riesgos -Contratación estatal -Banco de proyecto
<b>Alcaldía Municipal de Corinto</b>	Dr. Gilberto Muñoz Coronado	-Banco de proyectos -Panorama de riesgos -Gestión documental
<b>Alcaldía Municipal de El Tambo</b>	Dr. Hugo Ferney Bolaños	- Contratación estatal -Banco de proyecto -Gestión documental
<b>Alcaldía Municipal de Florencia</b>	Dr. José Miguel Paz Ballesteros	-Acompañamiento MECI -Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Guachené</b>	Dr. Jesús Elver González Banguero	-Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de Guapi</b>	Dr. Florentino Obregón Cuero	-Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Inza</b>	Dr. Horacio Otálora Peña	-Pasivo, prestaciones
<b>Alcaldía Municipal de Jámalo</b>	Dr. Carlos Andrés Betancourt Conda	-Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de La Sierra</b>	Dr. Miller Miguel Hurtado Muñoz	-Control interno -Acompañamiento MECI -Presentación de informe
<b>Alcaldía Municipal de La Vega</b>	Dr. Luis Alfredo Molano Molano	-Contratación estatal -Banco de proyectos -Gestión documental
<b>Alcaldía Municipal de López de Micay</b>	Dr. Juan Nepomuceno Riascos Ortega	-Banco de proyectos -Gestión documental
<b>Alcaldía Municipal de Mercaderes</b>	Dr. Harold Hernán Vásquez Cifuentes	-Banco de proyectos -Panorama de riesgos

Municipio/Entidad	Alcalde/Gerente	¿Qué necesidades tiene su empresa en cuanto a capacitación?
		-Gestión documental -Sistema de gestión de calidad
<b>Alcaldía Municipal de Miranda</b>	Dr. Hiber Jaramillo Díaz	-Gestión documental -Panorama de riesgos -Banco de proyectos -Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Morales</b>	Dr. Yesid González Duque	-Panorama de riesgos -Banco de proyectos -Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Padilla</b>	Dr. Noralba Zapata González	-Banco de proyectos -Gestión documental
<b>Alcaldía Municipal de Páez</b>	Dr. James Arbey Yasno Gallego	-Gestión documental -Panorama de riesgos -Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de Patía</b>	Dr. Edgar Gómez Castillo	-Actualización en administración pública
<b>Alcaldía Municipal de Piamonte</b>	Dr. Alejandra Cuellar Cuellar	-Panorama de riesgos -Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Piendamó</b>	Dr. José Ariel Rodallega Rodallega	-Banco de proyectos -Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Puerto Tejada</b>	Dr. Elver Marino Montaña Nima	-Gestión documental -Panorama de riesgos -Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de Púrace</b>	Dr. Miguel Yance	-Sistema de gestión de la calidad -Gestión documental
<b>Alcaldía Municipal de Rosas</b>	Dr. Roberto José Díaz López	-Panorama de riesgos -Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de Santander de Quilichao</b>	Dr. Juan José Fernández Mera	-Gestión documental -Panorama de riesgos -Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de San Sebastián</b>	Dr. Víctor Armando Martínez Perafán	-Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Santa Rosa</b>	Dr. Héctor Vicente Ortiz Anacona	-Contratación estatal -Control estatal -Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de Silvia</b>	Dr. Gabriel Eduardo Pillimue Potosí	-Gestión documental -Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de Sotará</b>	Dr. Hermogenes Obando Hoyos	-Panorama de riesgos -Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de Suarez</b>	Dr. Luis Fernando Colorado Aponza	-Código disciplinario único -Contratación estatal

Municipio/Entidad	Alcalde/Gerente	¿Qué necesidades tiene su empresa en cuanto a capacitación?
<b>Alcaldía Municipal de Sucre</b>	Dr. Gildardo Hoyos Hoyos	-Gestión documental -Contratación estatal -Atención al cliente -Manejo de almacén e inventarios
<b>Alcaldía Municipal de Tímbio</b>	Dr. Eduer Mauricio Muñoz Noguera	-Atención al cliente -Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Timbiquí</b>	Dr. Aniceto Álvarez Hurtado	-Banco de proyectos -Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Toribio</b>	Dr. Carlos Alberto Banguero Henao	-presupuesto participativo -Contratación estatal -Acompañamiento MECI -Banco de proyectos
<b>Alcaldía Municipal de Totoró</b>	Dr. Hermeregildo Benachi Bello	-Contratación estatal
<b>Alcaldía Municipal de Villa Rica</b>	Dr. Ariel Aragón	-Contratación estatal -Atención al cliente -Manejo de almacén e inventarios
<b>E.S.E. Hospital El Bordo</b>	Dr. Hernán López	-Presupuesto -Financiera -Normatividad en salud
<b>E.S.E. Hospital El Tambo</b>	Dr. Germán Jair Ardila Muñoz	-Contratación para E.S.E
<b>E.S.E. Hospital Timbio</b>	Dr. Jhon Alexander Realpe Cerón	- Normas presupuestales -Actualización en normas contables y financieras -Plan anual de caja
<b>E.S.E. Toribio y Jámbalo</b>	Dr. María Cecilia Medina Martínez	-Contratación para E.S.E
<b>E.S.E. Hospital Francisco de Paula Santander</b>	Dr. Juan pablo Peláez	-Control interno -Auditoria
<b>Quilisalud Santander</b>	Dra. Lucy Amparo Guzmán González	-Contratación para E.S.E -Normatividad en salud
<b>Hospital Susana López de Valencia</b>	Dr. Oscar Ospina Quintero	-Normatividad en salud
<b>E.S.E. Norte 1</b>	Dr. Armando Zúñiga Sandoval	-Contratación para E.S.E -Normatividad en salud
<b>E.S.E. Norte 2</b>	Dr. Andrés Alberto Narváez Sánchez	-Auditoría interna -Facturación de salud



Municipio/Entidad	Alcalde/Gerente	¿Qué necesidades tiene su empresa en cuanto a capacitación?
<b>E.S.E. Norte 3</b>	Dr. Juan Carlos Caicedo dinas	-Control Interno -Auditoría interna -Facturación de salud
<b>E.S.E Centro 1</b>	Dr. Alirio Barrios Bravo	-Gestión documental
<b>E.S.E Centro 2</b>	Dr. Eduardo Villa	-Auditoría interna -Facturación de salud
<b>E.S.E. Occidente</b>	Dr. Álvaro Narváez Muñoz	-Normativa en salud
<b>E.S.E. Oriente</b>	Dr. José Luis Morales	-Normatividad en salud
<b>E.S.E. Guapi</b>	Dr. Hugo Ezequiel Perlaza	-Auditoría interna -Facturación de salud
<b>E.S.E. Suroccidente</b>	Dr. Guillermo Alberto Gonzales	-Normativa en salud
<b>E.S.E. Suroriente</b>	Dr. Francisco Fonseca Amaris	-Contratación para E.S.E
<b>E.S.E. Popayán</b>	Dr. Oscar Tobar Gómez	-Auditoría interna -Facturación de salud -Contratación para E.S.E
<b>Indeportes Cauca</b>	Dr. Norfalia Carabalí	-Gestión documental -Contratación estatal -Banco de proyectos
<b>Talleres Editoriales del Departamento</b>	Dr. René Chávez	-Gestión documental -Panorama de riesgos -Banco de proyectos
<b>Colegio Mayor del Cauca</b>	Dr. María Cecilia vivas	-Gestión documental -Contratación estatal -Banco de proyectos
<b>Contraloría Municipal Popayán</b>	Dr. Álvaro Jesús Urbano Rojas	-Gestión documental -Contratación estatal -Banco de proyectos

Fuente: Elaboración propia de la investigación

## Resultados y Análisis de la Información:

El análisis de resultados se especifica a continuación

### Tabla 9. Porcentaje de Respuesta Encuesta Telefónica

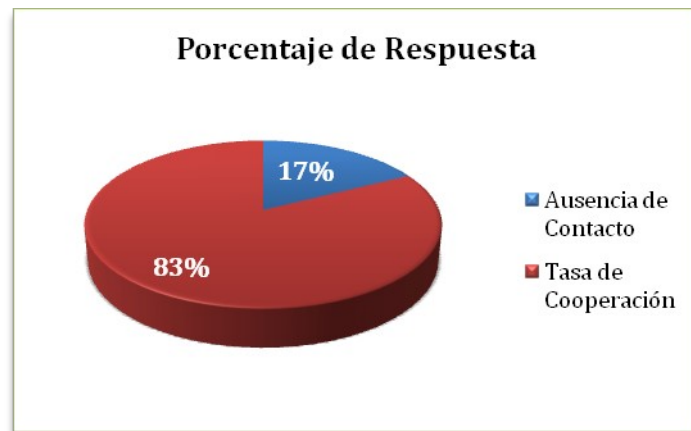
Porcentaje de Respuesta	
VARIABLES	Encuesta Telefónica
No. de unidades muestrales	80
Ausencia de Contacto	14
Ausencia de respuesta	14
Tasa de Cooperación	82,5%
Tasa de respuesta	82,5%

Fuente: Elaboración

investigación

propia de la

**Figura 3. Porcentaje de Respuesta Encuesta Telefónica**



Fuente: Elaboración propia de la investigación

En la tabla 9 se observa el porcentaje de respuesta de las entidades que se tuvieron en cuenta para la consulta que se pretendía realizar, con un porcentaje del 83% aproximadamente participación se identificaron las necesidades más importantes para la entidades y que permitirán a FUNDACONC mejorar el portafolio de servicios.

Pregunta de la Encuesta: **¿Qué necesidades tiene actualmente su entidad en cuanto a capacitación?**

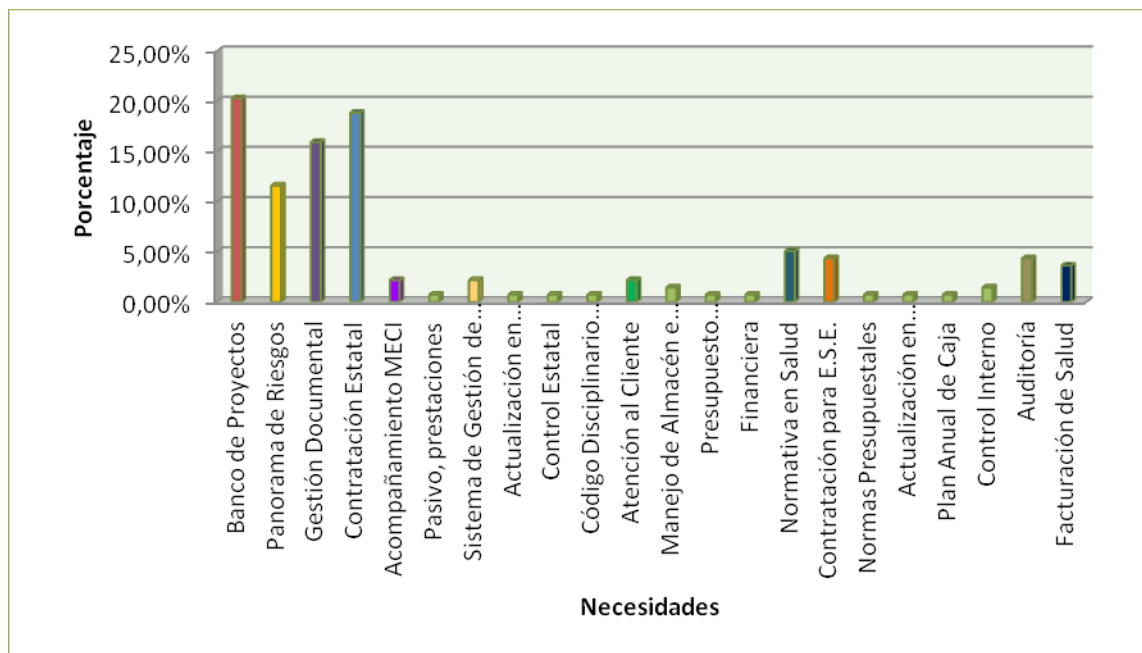
**Tabla 10. Respuestas de necesidades de capacitación**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Banco de Proyectos	28	20,29%
Panorama de Riesgos	16	11,59%
Gestión Documental	22	15,94%

<b>Contratación Estatal</b>	26	18,84%
<b>Acompañamiento MECI</b>	3	2,17%
<b>Pasivo, prestaciones</b>	1	0,72%
<b>Sistema de Gestión de Calidad</b>	3	2,17%
<b>Actualización en Administración Pública</b>	1	0,72%
<b>Control Estatal</b>	1	0,72%
<b>Código Disciplinario Único</b>	1	0,72%
<b>Atención al Cliente</b>	3	2,17%
<b>Manejo de Almacén e Inventarios</b>	2	1,45%
<b>Presupuesto Participativo</b>	1	0,72%
<b>Financiera</b>	1	0,72%
<b>Normativa en Salud</b>	7	5,07%
<b>Contratación para E.S.E.</b>	6	4,35%
<b>Normas Presupuestales</b>	1	0,72%
<b>Actualización en Normas Contables y Financieras</b>	1	0,72%
<b>Plan Anual de Caja</b>	1	0,72%
<b>Control Interno</b>	2	1,45%
<b>Auditoría</b>	6	4,35%
<b>Facturación de Salud</b>	5	3,62%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia de la investigación

**Figura 4. Respuestas de necesidades de capacitación**



Fuente: Elaboración propia de la investigación

En la Tabla 10 se identifican las respuestas más comunes en cuanto las necesidades de capacitación, y se consideran las más importantes: Banco de Proyectos (20,29%), la Contratación Estatal (18,84%), la Gestión Documental (15,94%) y el Panorama de Riesgos (11,59%).

Las respuestas con un porcentaje medio fueron: Normativa en salud (5,07%), Contratación para E.S.E. (4,35%), Auditoría (4,35%) y Facturación de Salud (3,62%)

Hay que destacar que las alcaldías son mayoría en el porcentaje de respuesta y de allí que la necesidad de capacitación se enfoque hacia procesos administrativos.

Después del análisis de resultados, se establecen los pasos para las visitas o reuniones de planeación de la siguiente manera:

- **Paso 1:** Se analizan las expectativas situacionales.
- **Paso 2:** Se socializa una propuesta inicial realizada por la directora ejecutiva de la Fundación, donde se muestra lo que la empresa puede implementar para el mejoramiento de los procesos, luego se

conjugan con las ideas que ha desarrollado también la empresa y se llega a un acuerdo general entre las mismas que ayude al desarrollo de la empresa.

- **Paso 3:** Se determina el alcance, en qué procesos se hace énfasis, los resultados y condiciones de contratación, también se deja definido la fecha para firmar el convenio.

El desarrollo de los módulos de las capacitaciones contará con conferencistas profesionales especializados que están a disposición de la Fundación para acompañar en la formación del profesional y técnico, además en las etapas del convenio, tienen una alta experiencia en la prestación de este servicio para guiar eficientemente a los funcionarios y a la entidad en la secuencia del proceso para que se lleve a cabo una buena prestación del servicio, conjuntamente la directora de FUNDACONC es la encargada de gestionar la planeación, da un acompañamiento aportando diferentes ideas y ayuda al seguimiento de las actividades que se realizan para cumplir con cabalidad los objetivos de la capacitación.

Los temas se desarrollaran en forma presencial, a través de conferencistas, actividades grupales en talleres, estudios de casos y discusiones en plenaria, combinación de la exposición magistral desde la particularidad de cada una de las normas, relacionadas con los temas que se expondrán, con el desarrollo de dinámicas interactivas, según los casos prácticos, buscando siempre la participación activa y permanente de los asistentes, con talleres que refuerzan los conceptos de cada uno de los temas y el desarrollo de casos aplicables a la administración municipal o empresa.

Existen diferentes temáticas de capacitación que ofrece la Fundación un ejemplo está en la propuesta convenio de colaboración interadministrativa en participación ciudadanía y fortalecimiento institucional - interinstitucional vigencia 2011, realizada para ofrecer a los Municipios el servicio de Capacitación. (**Ver Anexo C**)

FUNDACONC para la prestación del servicio de capacitación incurre en recursos económicos que en su mayoría son para el pago del conocimiento de los conferencistas experimentados, existen otros costos que inciden en menor proporción a la justificación económica

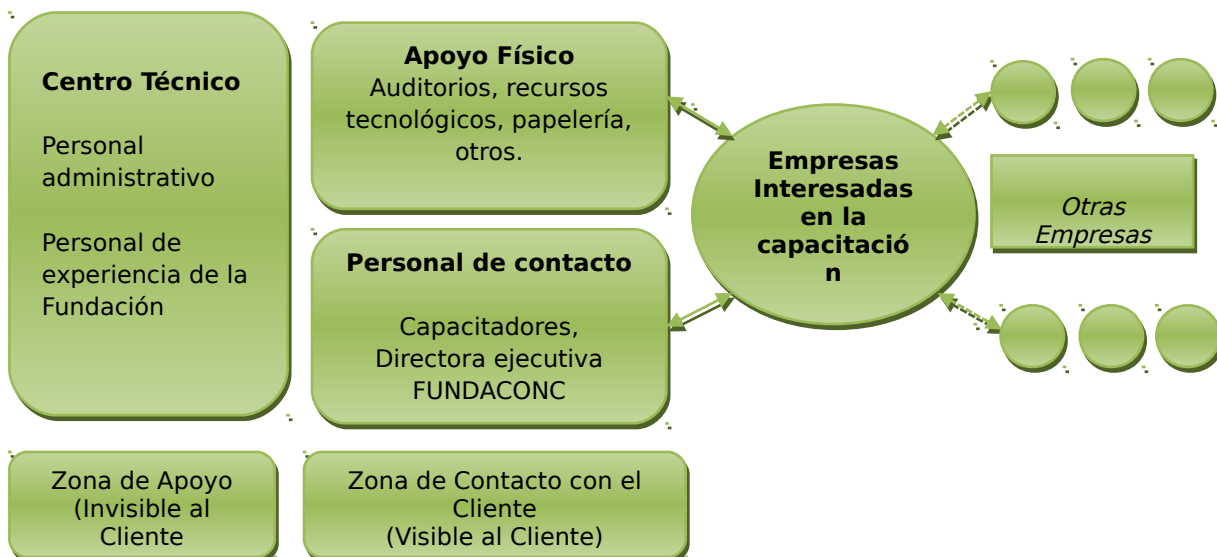
como: el auditorio, almuerzos, refrigerios, material de trabajo, material tecnológico, entre otros. Los costos dependen del lugar en donde se prestara el servicio y el número de funcionarios asistentes a la capacitación.

#### 4.1.2. FASE 2: Diseño a nivel sistema

##### ➤ Educación no formal y Capacitación - Como un Sistema

En el gráfico se muestra el servicio como un sistema y se observa las zonas de apoyo y la de contacto con el cliente, esta última se divide en apoyo físico y personal de contacto, enseguida se ve la empresa cliente y alrededor de ella las demás posibles empresas a las que puede interesar el servicio.

**Figura 5. Diseño a nivel de sistema. Educación no formal y Capacitación.**



Fuente: Administración de los Servicios - Yenifer Barreda

##### ➤ Mapeo del servicio de Educación no Formal y Capacitación

Se debe hacer un mapeo de las actividades que realiza el cliente y el personal de la organización para comprender la entrega del servicio, el resultado del mapeo se expone en la tabla 11, en la cual se muestran las

actividades precedidas, tanto del cliente como del personal que tiene contacto directo con el mismo y del que no manifiesta contacto también, para llegar a la clarificación de las interacciones y prestación final del servicio.

**Tabla 11. Mapeo del servicio de Educación y Capacitación**

		Línea de Tiempo			
		Paso 1	Paso 2	Paso 3	
Escenario Frontal	<b>Actividad</b> <b>Principales acciones de los clientes</b>  <i>Línea de interacción</i>	<b>Acercamiento entre FUNDACONC y la Entidad</b> -Presentación del funcionario encargado. -Explicación del interés que tiene la entidad en el servicio.	-Expectativas que tiene la entidad. -Necesidades a satisfacer.	<b>Consideración de la propuesta de la Fundación.</b> -Analizar la propuesta, para recopilar lo mejor para la entidad. -Realizar retroalimentación	<b>Determinar el alcance por medio de la entidad</b> -Resultados esperados por parte de la Fundación -Condiciones de contratación
	<b>Personal de FUNDACONC que interactúa con el cliente. (Acción visible)</b>	-Presentación del integrante de la Fundación y del objeto social. -Explicación del servicio que prestará FUNDACONC. -Acuerdo de una cita.	-Explicación de la metodología del servicio. -Búsqueda de la necesidad a satisfacer en la entidad. -Mediante una herramienta se recopilan las expectativas del cliente	-Socialización de la propuesta para enviar a la entidad interesada. -Analizar la propuesta, para recopilar lo mejor para la Fundación. -Realizar retroalimentación	-Determinar el alcance por parte de FUNDACONC. -Objetivos a cumplir. -Definir el número de reuniones. -Condiciones de contratación. -Resultados y entrega del servicio de Capacitación.
	<b>Personal de apoyo de FUNDACONC (Acción invisible)</b>  <i>Línea de interacción</i>	-Reunión del equipo de trabajo de FUNDACONC. -Listado de la posible temática a implementar.	-Reunión del equipo de trabajo para analizar las expectativas del cliente y la Fundación. -planeación de la idea del servicio	-Reunión del equipo de trabajo para conocer el análisis de las propuestas en conjunto y la retroalimentación para llegar a una propuesta final. -Elaboración de la propuesta final.	-Reunión del equipo de trabajo para realizar el plan de Capacitación.
Tras Bambalinas	<b>Participación de</b>	Garantizar los recursos necesarios	Garantizar los recursos necesarios	Garantizar los recursos	-Análisis de viabilidad y

<b>Otros miembros del personal</b>	para ejecución de la capacitación solicitada	para ejecución de la capacitación solicitada	necesarios para ejecución de la capacitación solicitada	ejecución del contrato. -Análisis del contrato, para firmar. -Documentos necesarios para el contrato.
------------------------------------	--	--	---	---

Fuente: Administración de los Servicios – Yenifer Barreda

### 4.1.3. FASE 3: Diseño de detalle

#### ➤ BENCHMARKING

Enseguida se presentan algunas empresas a nivel nacional que prestan servicios de educación no formal y/o capacitación, las cuales satisfacen las mismas necesidades del servicio que se está trabajando, cada una de ellas se describe generalmente, se determina a que sector productivo pertenece, las ventajas y desventajas comparativas frente a FUNDACONC.

#### **EMPRESA: CENDAP - <http://www.cendap.com/>**

- ✓ **Descripción:** En el centro Nacional para el Desarrollo de la Administración Pública Sin interesar la modalidad escogida para la capacitación, cada uno de nuestros programas permite la capacitación profesional especializada y el acompañamiento personalizado a los asistentes, con lo cual buscamos posibilitar la formación de competencias en los funcionarios públicos y profesionales del medio; por consiguiente contribuir a su competitividad y a las respectivas organizaciones. CENDAP , partiendo de un análisis de las necesidades y obligaciones de capacitación y actualización detectadas en la Administración Pública, presenta abiertamente y a nivel nacional, invitaciones sobre *seminarios, talleres, congresos, foros o diplomados* con los cuales se busca generar en los participantes altos niveles de competitividad tanto personal como profesional.



- ✓ **Mercado:** El servicio de capacitación que ofrece va dirigido a todo el sector empresarial y administrativo de la economía, en especial su mercado meta es la administración pública a nivel Nacional. La sede principal de la empresa está ubicada en Medellín-Colombia.
- ✓ **Ventajas o desventajas:** Es una empresa posicionada en el mercado gracias a las estrategias y procesos de innovación que manejan. Cuentan con una experiencia en ofrecer el servicio desde hace 13 años. Adaptación de los programas, a las necesidades de capacitación de la organización, los programas son de aplicabilidad inmediata y práctica, se gana tiempo y se ahorra dinero al evitar los desplazamientos de los participantes; se optimizan los recursos, tiempo y resultados.

**EMPRESA: PRÁCTICA - <http://www.practica.com.co/>**

- ✓ **Descripción: PRÁCTICA** cuenta con un talento humano altamente entrenado, con amplia experiencia profesional en los campos de Consultoría y Capacitación a nivel ejecutivo. su misión es Contribuir al desarrollo y competitividad de las organizaciones en Colombia y en los países en donde opere, a través de la consultoría, el entrenamiento y la capacitación de directivos y ejecutivos que tengan bajo su responsabilidad la conducción y operación de las empresas. Pretende ser una empresa líder en los servicios que presta.
- ✓ **Mercado:** Empresas públicas y privadas. Partiendo de su primera oficina en la ciudad de Cali, Colombia, hoy cuenta con sucursales en las principales ciudades del país y una próxima apertura de operaciones en países del área andina.
- ✓ **Ventajas o desventajas:** Cuenta con un talento humano altamente entrenado, con amplia experiencia profesional en los campos de Consultoría y Capacitación a nivel ejecutivo, siendo una empresa que realiza actualmente más de 200 congresos y seminarios al año, con los cuales entrena cerca de 20.000 ejecutivos y directivos de las más importantes organizaciones de Colombia y otros países de habla hispana. Su solidez financiera y

el alto posicionamiento que ha logrado es su mejor carta de presentación y el mejor respaldo para sus clientes.

### **Análisis general de las empresas identificadas:**

Estas son algunas de las empresas identificadas que ven en el conocimiento la marca de diferencia, y la capacidad para aprender, re aprender e innovar es lo que dejará a algunas organizaciones por fuera y a otras las catapultará hacia el éxito. Tanto FUNDACONC como CENDAP y PRÁCTICA son organizaciones que responden a las expectativas que formulan sus clientes, permiten que los funcionarios o profesionales interesados en sus servicios sean principio y agente de la actividad productiva; asegurando el patrimonio y supervivencia de las entidades o empresas. La Fundación es una organización que trabaja a nivel departamental, en comparación con las demás que su mercado es nacional, sin embargo está posicionada regionalmente.

La metodología utilizada es similar a la utilizada en FUNDACONC se realiza por medio de exposiciones magistrales, ayudas visuales y audiovisuales, actividades grupales en talleres para compartir experiencias, los temas se desarrollaran en forma presencial, a través de conferencistas profesionales y experimentados, estudios de casos y discusiones en plenaria, combinación de la exposición magistral desde la particularidad de cada una de las normas, relacionadas con los temas que se expondrán, con el desarrollo de dinámicas interactivas, según los casos prácticos, buscando siempre la participación activa y permanente de los asistentes.

### **➤ DESCRIPCIÓN GENERAL DE LAS FASES Y SUBFASES DEL SERVICIO DE EDUCACIÓN NO FORMAL Y CAPACITACIÓN:**

#### **Fase 1: Diagnóstico de Educación no formal y Capacitación.**

En esta primera fase se realizan entrevistas telefónicas al mercado meta de la Fundación, para saber las principales necesidades que tienen en cuanto a capacitación, después de recolectada la información se debate

con el equipo de FUNDACONC, para socializar la temática a ofrecer e implementarla en la entidad.

- **Subfase 1: Búsqueda de las principales necesidades del cliente**

Se ejecutan entrevistas telefónicas diseñada para los clientes de FUNDACONC, también por medios electrónicos, indagando principalmente en las necesidades actuales respecto a la capacitación de sus funcionarios, para mejorar los procesos en los cuales se tienen mayor dificultades y brindar mediante herramientas profesionales habilidades y competencias para el manejo eficiente de los recursos públicos.

- **Subfase 2: Socialización de la temática**

Después de obtener la información completa de la entidad, es decir de las necesidades actuales de la misma, se realiza una reunión para la socialización en conjunto con el equipo de la Fundación para escoger la temática a realizar, el alcance y los puntos claves del desarrollo del proyecto.

## **Fase 2: Planeación estratégica y articulación del servicio.**

Se debe realizar gestión por parte de la directora en colaboración con el presidente de la Fundación, según las expectativas generadas en la anterior fase, donde se trabaje de forma práctica la planeación del servicio, divulgación del diagnóstico y los resultados de la socialización por medio de una convocatoria dirigida a los clientes. Después de realizado lo anterior, se desarrolla una propuesta final en donde las partes han llegado a un acuerdo.

- **Subfase 1: Planeación del servicio**

Esta actividad consta de diferentes etapas las cuales son invisibles para el cliente, son las acciones que el personal de FUNDACONC

realiza para cumplir con los objetivos propuestos para prestar un buen servicio, como identificar los posibles capacitadores a desarrollar la temática propuesta, lugar, espacio donde se prestara el servicio (el auditorio), almuerzos, refrigerios, material de trabajo, material tecnológico, entre otros.

- **Subfase 2: Divulgación del diagnóstico**

Después de socializar con el equipo de la Fundación se realiza una convocatoria o propuesta dirigida a los clientes, la cual se hace llegar al cliente final por correo electrónico, fax y correo certificado. **(Ver Anexo D)**

- **Subfase 3: Retroalimentación con el cliente**

La retroalimentación se realiza mediante una reunión entre el cliente y la Fundación en donde se llega a un acuerdo entre partes sobre la propuesta divulgada, se explican los objetivos a alcanzar y los beneficios que se tendrán con los objetivos propuestos. Se escucha al cliente para conocer sus metas a alcanzar con el servicio prestado, se trabaja conjuntamente en la propuesta final y la firma del convenio o contrato.

### **Fase 3: Acción piloto.**

En esta fase se lleva a cabo el plan de capacitación, es decir se ejecuta la prestación del servicio de Educación no formal y Capacitación de acuerdo a los parámetros establecidos.

- **Subfase 1: Desarrollo del servicio**

Los temas se desarrollaran en forma presencial a través de conferencistas, actividades grupales en talleres, estudios de casos y discusiones en plenaria, combinación de la exposición magistral desde la particularidad de cada una de las normas, relacionadas con los temas que se expondrán, con el desarrollo de dinámicas interactivas, según los casos prácticos, buscando siempre la participación activa y permanente de los asistentes, con talleres que refuerzan los conceptos de cada uno de los temas y el desarrollo de casos aplicables a la administración municipal o empresa.

- **Subfase 2: Ficha de seguimiento para percepción del cliente**

Al finalizar la capacitación se le entrega al cliente un formato para que realice la valoración de la calidad del servicio prestado y exprese sus sugerencias o recomendaciones. **(Ver Anexo E)**

#### **Fase 4: Análisis de resultados.**

Se debe realizar una última sesión de trabajo por parte del equipo de la Fundación, para estudiar los resultados obtenidos y los objetivos alcanzados gracias a la prestación de este servicio, se analizan los pormenores para mejorar los procesos en una próxima ejecución. Además se define la destinación del recurso económico obtenido.

- **Subfase 1: Informe final**

Se incluye todas las actividades realizadas, la justificación económica del proyecto, procesos a mejorar y resultados obtenidos.

#### **4.1.4. FASE 4: Prueba y Refinamiento**

La fase de prueba o refinamiento involucra la construcción y evaluación de múltiples versiones previas del servicio. En esta fase los prototipos, se prueban para determinar si el servicio va a funcionar tal como se diseñó o para saber si el servicio satisface las necesidades claves del cliente. Las pruebas de fiabilidad, duración y desempeño servirán para realizar las mejoras al servicio final, estas pruebas se analizarán desde diferentes perspectivas para no tener fallas posteriormente. Las pruebas las deben hacer expertos de la Fundación que consideren las posibles fallas para proponer las mejoras que consideren, esto se debe hacer en el momento en que FUNDACONC en detalle con sus expertos examinen en profundidad la propuesta que se sugiere y así poder hacer los cambios que se requieran.

#### **4.1.5. FASE 5: Producción piloto**

Como se planteó en el marco teórico en esta fase de producción piloto, se evalúa el resultado de la forma como se presta el servicio propuesto después de la primera vez que se brinda el servicio luego se hace una retroalimentación para hacer de nuevo una refinación y depurar los diferentes procesos si es necesario.

Esta fase de producción piloto se ejecutara cuando la Fundación preste el servicio con la estructura y características definidas en este trabajo de pasantía y se deberá llevar a cabo el seguimiento respectivo observando si se está cumpliendo con el debido proceso en la entrega eficaz del servicio al cliente final.

#### **4.1.6. Costo para la prestación del servicio en educación no formal y capacitación**

##### **Política de Precios**

La política de precios que se propone para FUNDACONC en sus servicios debe basarse en la ejecución de las tareas específicas, que se van a realizar en la prestación del servicio ya que este es variable según la empresa, el número de personas a capacitar, entre otros factores, por ello se debe planear la cantidad de visitas y reuniones requeridas para la prestación del servicio, materiales que se requieran, el transporte, el equipo de talento humano necesario, entre otros y con base en todo esto realizar un costo del servicio.

Se debe cobrar estableciendo que lo que se recauda es por las horas que los capacitadores de FUNDACONC invierten en la prestación del servicio y por sus conocimientos adquiridos más la experiencia que tengan, los cuales son brindados sin otro interés que el beneficio de las entidades o empresas. Es importante tener en cuenta el grado de sensibilidad que tienen las empresas en el Cauca sobre este tipo de servicios que presta la Fundación, como no conocen los beneficios que se obtienen regularmente no invierten en este tipo de servicios ofrecidos por fundaciones.

Se sugiere tener en cuenta para realizar los costos los siguientes puntos:

- FUNDACONC debe cobrar directamente a la empresa que solicita algún servicio, mediante la negociación que realicen los directivos de la Fundación y la empresa o entidad.
- El pago se debe hacer mediante consignación a la cuenta bancaria de FUNDACONC y enviar el comprobante de pago a los administrativos, este pago se puede hacer mediante efectivo, transferencia electrónica o cheque.
- El pago se debe hacer preferiblemente el 50% del total del servicio antes de iniciar con la prestación del mismo y el restante al obtener los resultados propuestos en la prestación del servicio o de acuerdo a lo establecido en el convenio.
- El precio se debe comunicar a la organización que solicita el servicio mediante una cotización en donde se formalice el número de talleres, materiales, transporte, viáticos entre otros, además de los resultados que se van a obtener en la empresa o entidad por el servicio solicitado.

La proyección financiera de este servicio depende del número de funcionarios o personas asistentes a la capacitación y el lugar en donde se prestara el servicio, además de otros factores.

**Tabla 12. Presupuesto de Capacitación para Municipios**

<b>PRESUPUESTO DE CAPACITACIÓN PARA MUNICIPIOS Y ENTIDADES</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>FACILITADORES</b>	104 hrs	\$ 65.000	\$ 6.760.000
<b>REFRIGERIOS</b>	80	\$3.500	\$280.000
<b>ALMUERZOS</b>	80	\$8.000	\$640.000
<b>CARPETAS</b>	80	\$3.150	\$252.000
<b>PORTAESCARAPELAS</b>	80	\$500	\$4.000
<b>CD</b>	80	\$1.000	\$80.000
<b>DIPLOMAS</b>	80	\$2.000	\$160.000
<b>PAPELERIA</b>	2	\$8.000	\$16.000
<b>AUDITORIO</b>	1	\$350.000	\$350.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$8.578.000</b>

Fuente: Yenifer Barreda - Vanessa Carvajal

**NOTA:** En los costos propuestos no se considera la rentabilidad que el servicio puede generar para la Fundación, esta utilidad depende de la decisión que el nivel directivo considere que es favorable para la organización y la Contraloría Departamental. No se consideran gastos como el pago de pólizas, gastos administrativos, entre otros, el costo de transporte lo asumen las entidades o empresas interesadas en el servicio. Se debe aclarar que el costeo realizado es del servicio de Capacitación, en si para los Municipios del Departamento del Cauca y las entidades municipales.

## **4.2. SERVICIO 2: PROMOCIÓN**

### **4.2.1. FASE 1: Desarrollo conceptual- Promoción**

Las necesidades que satisface el servicio de Promoción en las empresas en las cuales se presta el servicio, es ayudar al fortalecimiento institucional de cada una de ellas, promoviendo los servicios, el informe de gestión y desempeño fiscal de la empresa o entidad, además de contribuir con el control del manejo de los recursos públicos y propios de las entidades dándole a conocer a la comunidad sobre estos aspectos. Para la planeación del servicio según las necesidades específicas de cada organización se deben acudir a herramientas como la encuesta telefónica, visitas a la empresa interesada y/o reuniones con los gerentes o alcaldes según la entidad, este proceso debe realizarse máximo en tres semanas para tener la información necesaria de lo que realmente requiere la empresa.

Pasos para las visitas o reuniones de planeación se realizan de la siguiente manera:

- **Paso 1:** Se analizan las expectativas situacionales.
- **Paso 2:** Se socializa una propuesta inicial realizada por la directora ejecutiva de la Fundación, donde se muestra lo que la empresa puede implementar para el mejoramiento de los procesos, luego se conjugan con las ideas que ha desarrollado también la empresa y se llega a un acuerdo general entre las mismas que ayude al desarrollo de la empresa.



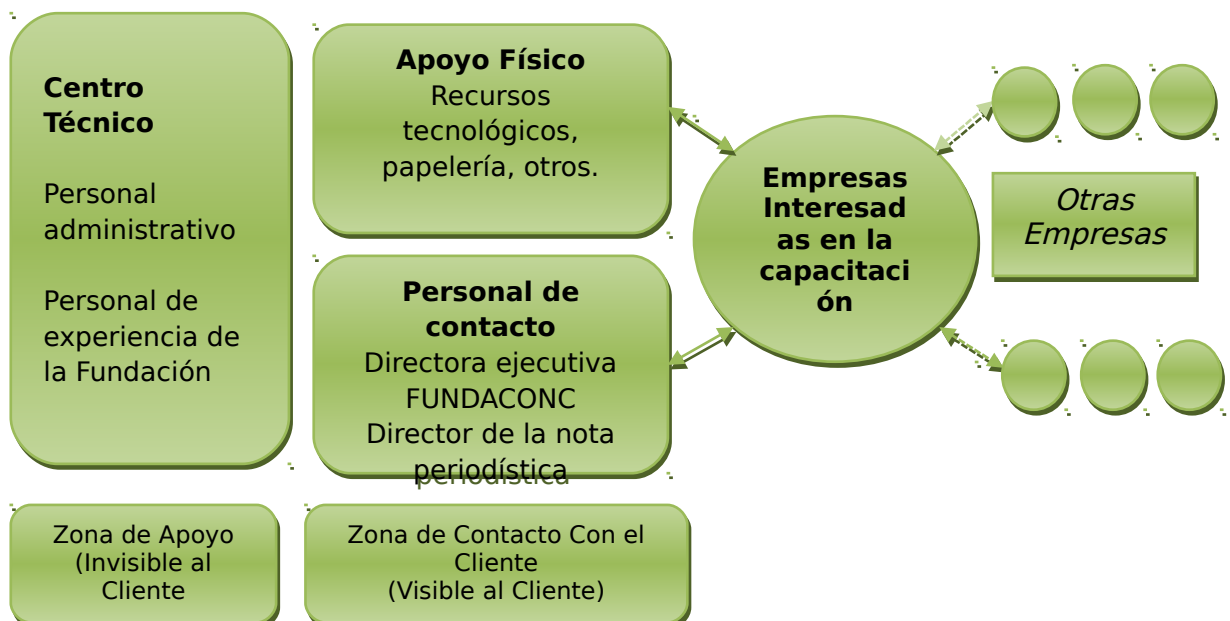
- **Paso 3:** Se determina el alcance, en qué procesos se hace énfasis, los resultados y condiciones de contratación, también se deja definido la fecha para firmar el convenio.

#### 4.2.2. FASE 2: DISEÑO A NIVEL SISTEMA

##### ➤ Promoción - Como un Sistema

En el gráfico se muestra el servicio como un sistema y se observa las zonas de apoyo y la de contacto con el cliente, esta última se divide en apoyo físico y personal de contacto, enseguida se ve la empresa cliente y alrededor de ella las demás posibles empresas a las que puede interesar el servicio.

**Figura 6. Diseño a nivel de sistema. Promoción.**



Fuente: Administración de los Servicios - Yenifer Barreda

##### ➤ Mapeo del servicio de Promoción

Se debe hacer un mapeo de las actividades que realiza el cliente y el personal de la organización para comprender la entrega del servicio, el resultado del mapeo se expone en la Tabla 13, en la cual se muestran las actividades precedidas, tanto del cliente como del personal que tiene contacto directo con el mismo y del que no manifiesta contacto también, para llegar a la clarificación de las interacciones y prestación final del servicio.

**Tabla 13. Mapeo del servicio de Promoción**

		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">Línea de Tiempo</div>			
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">Escenario Frontal</div>	<b>Actividad</b> <b>Principales acciones de los clientes</b>  <i>Línea de interacción</i>	<b>Acercamiento entre FUNDACONC y la Entidad</b> -Presentación del funcionario encargado. -Explicación del interés que tiene la entidad en el servicio.	<b>Paso 1</b> -Expectativas que tiene la entidad. -Necesidades a satisfacer.	<b>Paso 2</b> -Consideración de la propuesta de la Fundación. -Analizar la propuesta, para recopilar lo mejor para la entidad. -Realizar retroalimentación.	<b>Paso 3</b> -Determinar el alcance por medio de la entidad -Resultados esperados por parte de la Fundación. -Condiciones de contratación.
	<b>Personal de FUNDACONC que interactúa con el cliente. (Acción visible)</b>	-Presentación del integrante de la Fundación y del objeto social. -Explicación del servicio que prestará FUNDACONC. -Acuerdo de una cita.	-Explicación de la metodología del servicio. -Búsqueda de la necesidad a satisfacer en la entidad. -Mediante una herramienta se recopila las expectativas del cliente.	-Socialización de la propuesta para enviar a la entidad interesada. -Analizar la propuesta, para recopilar lo mejor para la Fundación. -Realizar retroalimentación.	-Determinar el alcance por parte de FUNDACONC. -Objetivos a cumplir. -Definir el número de reuniones. -Condiciones de contratación. -Realización de una nota periodística y entrega del servicio de Promoción.
	<b>Personal de apoyo de FUNDACONC (Acción)</b>	-Reunión del equipo de trabajo de FUNDACONC. -Listado de la posible temática a	-Reunión del equipo de trabajo para analizar las expectativas del cliente y la	-Reunión del equipo de trabajo para conocer el análisis de las propuestas en	-Reunión del equipo de trabajo para realizar el plan de
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">Tras Bambalinas</div>					

<i>invisible)</i>  <b>Línea de interacción</b>	presentar, según las necesidades del cliente.	Fundación. -Planeación de la idea del servicio.	conjunto y la retroalimentación para llegar a una propuesta final. -Elaboración de la propuesta final.	Promoción.
<b>Participación de Otros miembros del personal</b>	Garantizar los recursos necesarios para ejecución del servicio de promoción solicitada	Garantizar los recursos necesarios para ejecución del servicio de promoción solicitada	Garantizar los recursos necesarios para ejecución del servicio de promoción solicitada	-Análisis de viabilidad y ejecución del contrato. -Análisis del contrato, para firmar. -Documentos necesarios para el contrato.

Fuente: Administración de los Servicios – Yenifer Barreda

#### 4.2.3. FASE 3: Diseño de detalle

##### ➤ DESCRIPCIÓN GENERAL DE LAS FASES Y SUBFASES DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN:

##### Fase 1: Diagnóstico del servicio de Promoción.

En esta primera fase se realizan entrevistas telefónicas al mercado meta de la Fundación, para saber las principales necesidades que tienen en cuanto a promoción, después de recolectada la información se debate con el equipo de FUNDACONC, para socializar la temática a ofrecer e implementarla en la entidad.

- **Subfase 1: Búsqueda de las principales necesidades del cliente**

Se ejecutan entrevistas telefónicas diseñadas para los clientes de FUNDACONC, también por medios electrónicos, indagando principalmente en las necesidades actuales respecto a la Promoción de aspectos de su entidad o empresa, para dar a conocer a la comunidad su desempeño, entre otros elementos y brindar mediante herramientas profesionales competencias para el fortalecimiento institucional.

- **Subfase 2: Socialización de la temática**

Después de obtener la información completa de la entidad, es decir de las necesidades actuales de la misma, se realiza una reunión para la socialización en conjunto con el equipo de la Fundación para escoger la temática a promocionar, el alcance y los puntos clave del desarrollo del proyecto.

## **Fase 2: Planeación estratégica y articulación del servicio.**

Se debe realizar gestión por parte de la directora en colaboración con el presidente de la Fundación, según las expectativas generadas en la anterior fase, donde se trabaje de forma práctica la planeación del servicio, divulgación del diagnóstico y los resultados de la socialización por medio de una convocatoria dirigida a los clientes. Después de realizado lo anterior, se desarrolla una propuesta final en donde las partes han llegado a un acuerdo.

- **Subfase 1: Planeación del servicio**

Esta actividad consta de diferentes etapas las cuales son invisibles para el cliente, son las acciones que el personal de FUNDACONC realiza para cumplir con los objetivos propuestos para prestar un buen servicio, como identificar y realizar un contrato con la empresa de telecomunicación, la cual será la encargada de difundir la promoción, la realización de una nota periodística a la empresa interesada, el material de trabajo, material tecnológico, entre otros.

- **Subfase 2: Divulgación del diagnóstico**

Después de socializar con el equipo de la Fundación se realiza una convocatoria o propuesta dirigida a los clientes, la cual se hace llegar al cliente final por correo electrónico, fax y correo certificado.

- **Subfase 3: Retroalimentación con el cliente**

La retroalimentación se realiza mediante una reunión entre el cliente y la Fundación en donde se llega a un acuerdo entre partes sobre la propuesta divulgada, se explican los objetivos a alcanzar y los beneficios que se tendrán con los objetivos propuestos. Se escucha al cliente para conocer sus metas a alcanzar con el servicio de Promoción, se trabaja conjuntamente en la propuesta final y la firma del convenio o contrato.

### **Fase 3: Acción piloto.**

En esta fase se lleva a cabo el plan de promoción, es decir se ejecuta la prestación del servicio de Promoción de acuerdo a los parámetros establecidos.

- **Subfase 1: Desarrollo del servicio**

El plan de promoción se desarrollara de acuerdo a los parámetros establecidos como por ejemplo: se da un espacio en el programa de televisión de la Contraloría Departamental del Cauca. “Contróláte” a través del canal Notivisión canal 80 TELMEX, el cual cuenta con cobertura local y nacional y de la página web <http://www.notivisionpopayan.com/>. Así como también, asignar un espacio de participación a la empresa en los programas institucionales de la Contraloría Departamental que se incluyen en la parrilla de programación de la Emisora ‘Contróláte’ 97,1 FM (el espacio se emitirá, una vez el Ministerio TIC avale el comienzo de las emisiones de prueba de la emisora de Interés Público); Todo lo anterior para presentar los servicios de la empresa o entidad y el desempeño fiscal de la misma.

- **Subfase 2: Ficha de seguimiento para percepción del cliente**

Al finalizar la prestación del servicio se le entrega al cliente un formato para que realice la valoración de la calidad del servicio y exprese sus sugerencias o recomendaciones.

### **Fase 4: Análisis de resultados.**

Se debe realizar una última sesión de trabajo por parte del equipo de la Fundación, para estudiar los resultados obtenidos y los objetivos alcanzados gracias a la prestación de este servicio, se analizan los pormenores para mejorar los procesos en una próxima ejecución. Además se define la destinación del recurso económico obtenido.

- **Subfase 1: Informe final**

Se incluye todas las actividades realizadas, la justificación económica del proyecto, procesos a mejorar y resultados obtenidos.

#### **4.2.4. FASE 4: Prueba y Refinamiento**

La fase de prueba o refinamiento involucra la construcción y evaluación de múltiples versiones previas del servicio. En esta fase los prototipos, se prueban para determinar si el servicio va a funcionar tal como se diseñó o para saber si el servicio satisface las necesidades claves del cliente. Las pruebas de fiabilidad, duración y desempeño servirán para realizar las mejoras al servicio final, estas pruebas se analizarán desde diferentes perspectivas para no tener fallas posteriormente. Las pruebas las deben hacer expertos de la Fundación que consideren las posibles fallas para proponer las mejoras que consideren, esto se debe hacer en el momento en que FUNDACONC en detalle con sus expertos examinen en profundidad la propuesta que se sugiere y así poder hacer los cambios que se requieran.

#### **4.2.5. FASE 5: Producción piloto**

Como se planteó en el marco teórico en esta fase de producción piloto, se evalúa el resultado de la forma como se presta el servicio propuesto después de la primera vez que se brinda el servicio luego se hace una retroalimentación para hacer de nuevo una refinación y depurar los diferentes procesos si es necesario.

Esta fase de producción piloto se ejecutará cuando la Fundación preste el servicio con la estructura y características definidas en este trabajo de

pasantía y se deberá llevar a cabo el seguimiento respectivo observando si se está cumpliendo con el debido proceso en la entrega eficaz del servicio al cliente final.

#### **4.2.6. Costo para la prestación del servicio de promoción**

##### **Política de Precios**

La política de precios que se propone para FUNDACONC en sus servicios es general por ende se toma la política que se propuso para el servicio de Educación no formal y Capacitación, debe basarse en la ejecución de las tareas específicas, que se van a realizar en la prestación del servicio ya que este es variable según la empresa, entre otros factores, por ello se debe planear la cantidad de visitas y reuniones requeridas para la prestación del servicio, materiales que se requieran, el transporte, el equipo de talento humano necesario, entre otros y con base en todo esto realizar un costo del servicio.

Se debe cobrar estableciendo que lo que se recauda es por la empresa de telecomunicación que contratará FUNDACONC y por sus conocimientos adquiridos más la experiencia que tengan, los cuales son brindados sin otro interés que el beneficio de las entidades o empresas. Es importante tener en cuenta el grado de sensibilidad que tienen las empresas en el Cauca sobre este tipo de servicios que presta la Fundación, como no conocen los beneficios que se obtienen regularmente no invierten en este tipo de servicios ofrecidos por fundaciones.

Se sugiere tener en cuenta para realizar los costos los siguientes puntos:

- FUNDACONC debe cobrar directamente a la empresa que solicita algún servicio, mediante la negociación que realicen los directivos de la Fundación y la empresa o entidad.
- El pago se debe hacer mediante consignación a la cuenta bancaria de FUNDACONC y enviar el comprobante de pago a los administrativos, este pago se puede hacer mediante efectivo, transferencia electrónica o cheque.

- El pago se debe hacer preferiblemente el 50% del total del servicio antes de iniciar con la prestación del mismo y el restante al obtener los resultados propuestos en la prestación del servicio o de acuerdo a lo establecido en el convenio.
- El precio se debe comunicar a la organización que solicita el servicio mediante una cotización en donde se formalice el número de talleres, materiales, transporte, viáticos entre otros, además de los resultados que se van a obtener en la empresa o entidad por el servicio solicitado.

La proyección financiera de este servicio depende del número de empresas o entidades que lo demanden, de la empresa de telecomunicaciones a subcontratar, además de otros factores.

**Tabla 14. Presupuesto de Promoción para E.S.E.S**

<b>PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN PARA UNA EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Empresa de Telecomunicaciones</b>	1	\$5.000.000	\$5.000.000
<b>Grabación de nota periodística</b>	10	\$200.000	\$2.000.000
<b>Viáticos</b>		\$800.000	\$800.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$7.800.000</b>

Fuente: Yenifer Barreda - Vanessa Carvajal

NOTA: En los costos propuestos no se considera la rentabilidad que el servicio puede generar para la Fundación, esta utilidad depende de la decisión que el nivel directivo considere que es favorable para la organización y la Contraloría Departamental. No se consideran gastos como el pago de pólizas, gastos administrativos, entre otros. Se debe aclarar que el costo realizado es del servicio de Promoción, en si para diez entidades o empresas del Departamento del Cauca.

#### **4.3. REDISEÑO DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS**



#### 4.3.1. Portafolio de servicios anterior de FUNDACONC

PRODUCTO O SERVICIO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
<b>Educación no formal y capacitación</b>	Entre \$3.000.000 y \$5.000.000 por entidad El precio depende de la temática y el número de funcionarios asistentes.	-La Contraloría Departamental del Cauca. -Las Empresas Sociales del Estado. -Alcaldías Municipales. -Las Entidades descentralizadas Municipales y Departamentales. -Entidades Privadas. -Personas naturales. -Empresas mixtas.	Se realiza por medios magnéticos, electrónicos, por correo certificado enviando propuestas de la capacitación a los principales clientes, visitas a los clientes para ofrecer el servicio.
<b>Promoción</b>	Entre \$3.000.000 y \$5.000.000 por entidad Depende del costo de contratar a la empresa de telecomunicaciones y del número de empresas que tomen el servicio.	-La Contraloría Departamental del Cauca. -Las Empresas Sociales del Estado. -Alcaldías Municipales. -Las Entidades descentralizadas Municipales y Departamentales. -Entidades Privadas. -Personas naturales. -Empresas mixtas.	Se realiza por medios magnéticos, electrónicos, por correo certificado enviando propuestas de la promoción a los principales clientes, visitas a los clientes para ofrecer el servicio.
<b>Financiación</b>	Es parte de las funciones de la Fundación apoyar financieramente a la Contraloría Departamental, por ello no se genera retribución.	-La Contraloría Departamental del Cauca.	Se presenta una propuesta formal dirigida al Contralor Departamental.
<b>Asesoría</b>	Entre \$3.000.000 y \$5.000.000 por entidad El precio de este servicio depende del tipo de asesoría que requiere el cliente, así como también de la clase de empresa o si es persona natural.	-La Contraloría Departamental del Cauca. -Las Empresas Sociales del Estado. -Alcaldías Municipales. -Las Entidades descentralizadas Municipales y Departamentales. -Entidades Privadas. -Personas naturales. -Empresas mixtas.	Se realiza por medios magnéticos, electrónicos, por correo certificado enviando propuestas de la promoción a los principales clientes, visitas a los clientes para ofrecer el servicio.

<b>Investigación</b>	Este servicio no ha sido demandado hasta el momento por sus clientes, por ello no se ha estimado su precio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La Contraloría Departamental del Cauca.</li> <li>-Las Empresas Sociales del Estado.</li> <li>-Alcaldías Municipales.</li> <li>-Las Entidades descentralizadas Municipales y Departamentales.</li> <li>-Entidades Privadas.</li> <li>-Personas naturales.</li> <li>-Empresas mixtas.</li> </ul>	No se ha realizado promoción sobre este servicio, pues es considerado de alto costo para la Fundación y no es demandado por sus clientes.
<b>Apoyo y fortalecimiento institucional</b>	Es parte de las funciones de la Fundación apoyar financieramente a la Contraloría Departamental, por ello no se genera retribución.	-La Contraloría Departamental del Cauca.	Se presenta una propuesta formal dirigida al Contralor Departamental.

Fuente: Elaboración propia de la investigación

#### 4.3.2. Propuesta del nuevo Portafolio de servicios para FUNDACONC

PRODUCTO O SERVICIO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN	PERSONAS	PRESENTACIÓN	PROCESO <sup>7</sup>
<b>Educación no formal y capacitación</b>	Entre \$3.000.000 y \$5.000.000 por entidad	-La Contraloría Departamental del Cauca. -Las Empresas Sociales del Estado. -Alcaldías Municipales. -Las Entidades descentralizadas Municipales y Departamentales. -Entidades Privadas. -Personas naturales. -Empresas mixtas.	Comunicarle al mercado la existencia de los servicios que ofrece la fundación utilizando el Portafolio de servicios formalmente establecido y promocionarlo por medio de estrategias de marketing en la web y campaña publicitaria.	El cliente interactúa directamente con el Contralor Departament al del Cauca a cargo, la Directora Ejecutiva y los capacitadores profesionales de la Fundación.	La servucción del servicio se hace en el auditorio de la Contraloría Departamental del cauca o de acuerdo a las necesidades del cliente o especificaciones que el mismo realice.	
<b>Promoción</b>	Entre \$3.000.000 y \$5.000.000 por entidad	-La Contraloría Departamental del Cauca. -Las Empresas Sociales del Estado. -Alcaldías Municipales. -Las Entidades descentralizadas Municipales y Departamentales. -Entidades Privadas. -Personas naturales.	Comunicarle al mercado la existencia de los servicios que ofrece la fundación utilizando el Portafolio de servicios formalmente establecido y promocionarlo por medio de estrategias de marketing en la web y campaña	El cliente interactúa directamente con el Contralor Departament al del Cauca a cargo, la Directora Ejecutiva de la Fundación y el personal	La servucción del servicio se hace en el auditorio de la Contraloría Departamental del cauca o de acuerdo a las necesidades del cliente o especificaciones que el mismo	

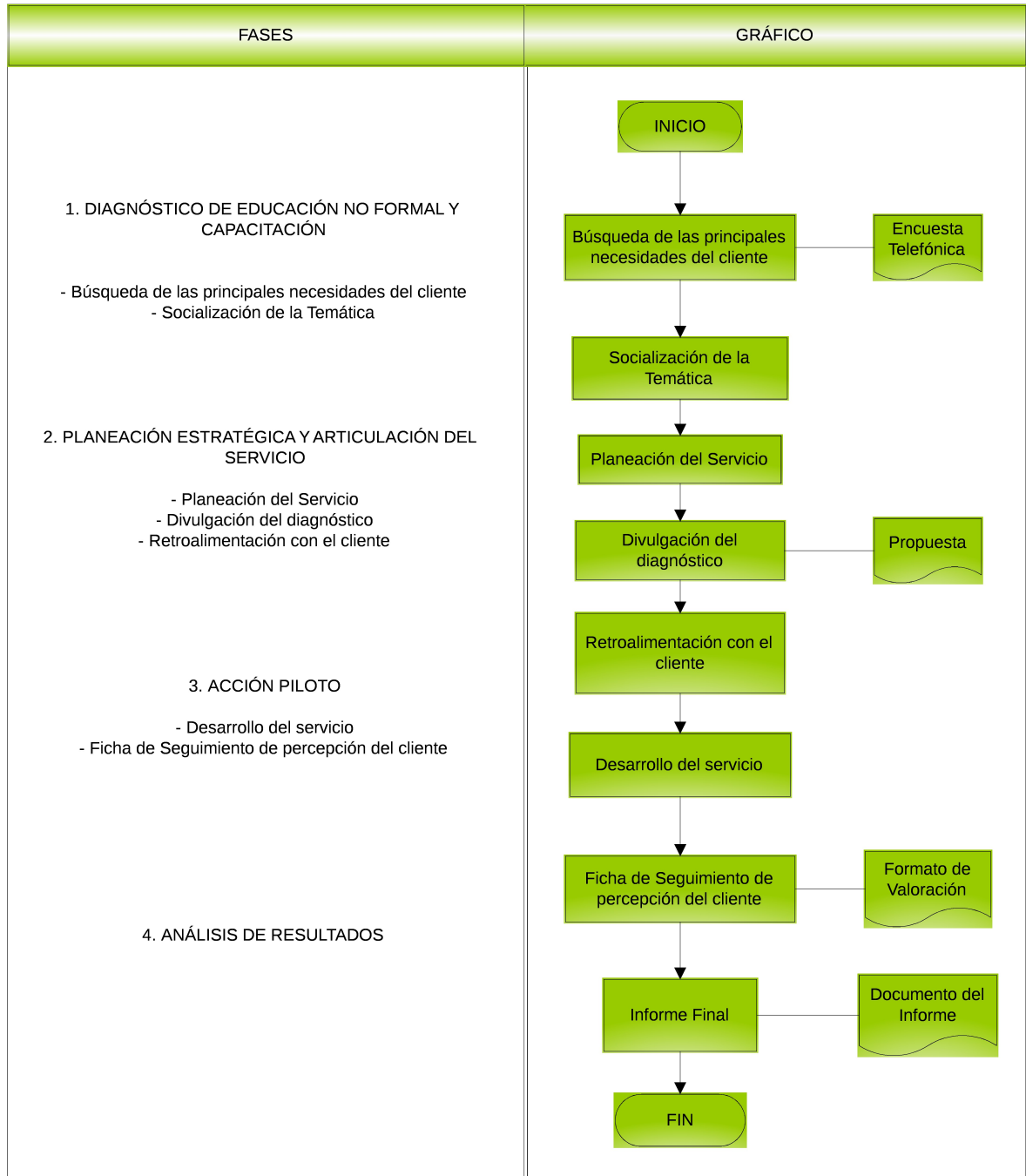
<sup>7</sup> Los diagramas de flujo del proceso de cada fase se especifican más adelante

		-Empresas mixtas.	publicitaria.	encargado de la nota periodística.	realice.	
<b>Asesoría</b>	Entre \$3.000.000 y \$5.000.000 por entidad	-La Contraloría Departamental del Cauca. -Las Empresas Sociales del Estado. -Alcaldías Municipales. -Las Entidades descentralizadas Municipales y Departamentales. -Entidades Privadas. -Personas naturales. -Empresas mixtas.	Comunicarle al mercado la existencia de los servicios que ofrece la fundación utilizando el Portafolio de servicios formalmente establecido y promocionarlo por medio de estrategias de marketing en la web y campaña publicitaria.	El cliente interactúa directamente con el Contralor Departament al del Cauca a cargo, la Directora Ejecutiva y los asesores que delegue de la Fundación.	La servucción del servicio se hace en el auditorio de la Contraloría Departamental del cauca o de acuerdo a las necesidades del cliente o especificaciones que el mismo realice.	
<b>Apoyo y fortalecimiento institucional</b>	Es parte de las funciones de la Fundación apoyar financieramente a la Contraloría Departamental, por ello no se genera retribución.	-La Contraloría Departamental del Cauca.	Se presenta una propuesta formal dirigida al Contralor Departamental.	El cliente durante todo el proceso interactúa directamente con la Directora de la Fundación.	La servucción del servicio se hace en las oficinas de FUNDACONC ubicadas en el edificio de la Contraloría Departamental del cauca o de acuerdo a las necesidades del cliente o especificaciones	

					que el mismo realice.	
--	--	--	--	--	-----------------------	--

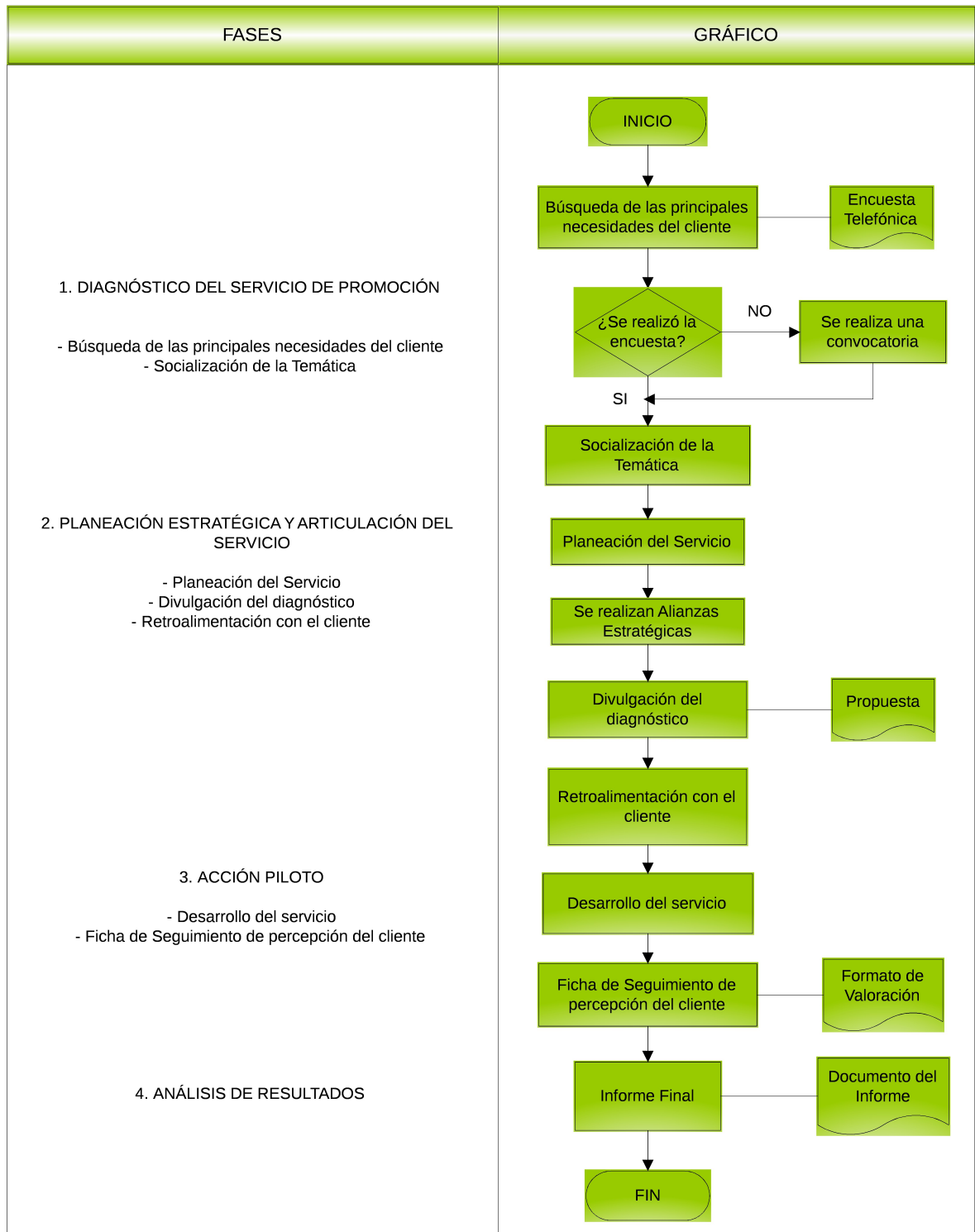
Fuente: Elaboración propia de la investigación

**Figura 7. Diagrama de Flujo Servicio de Educación No Formal y Capacitación**



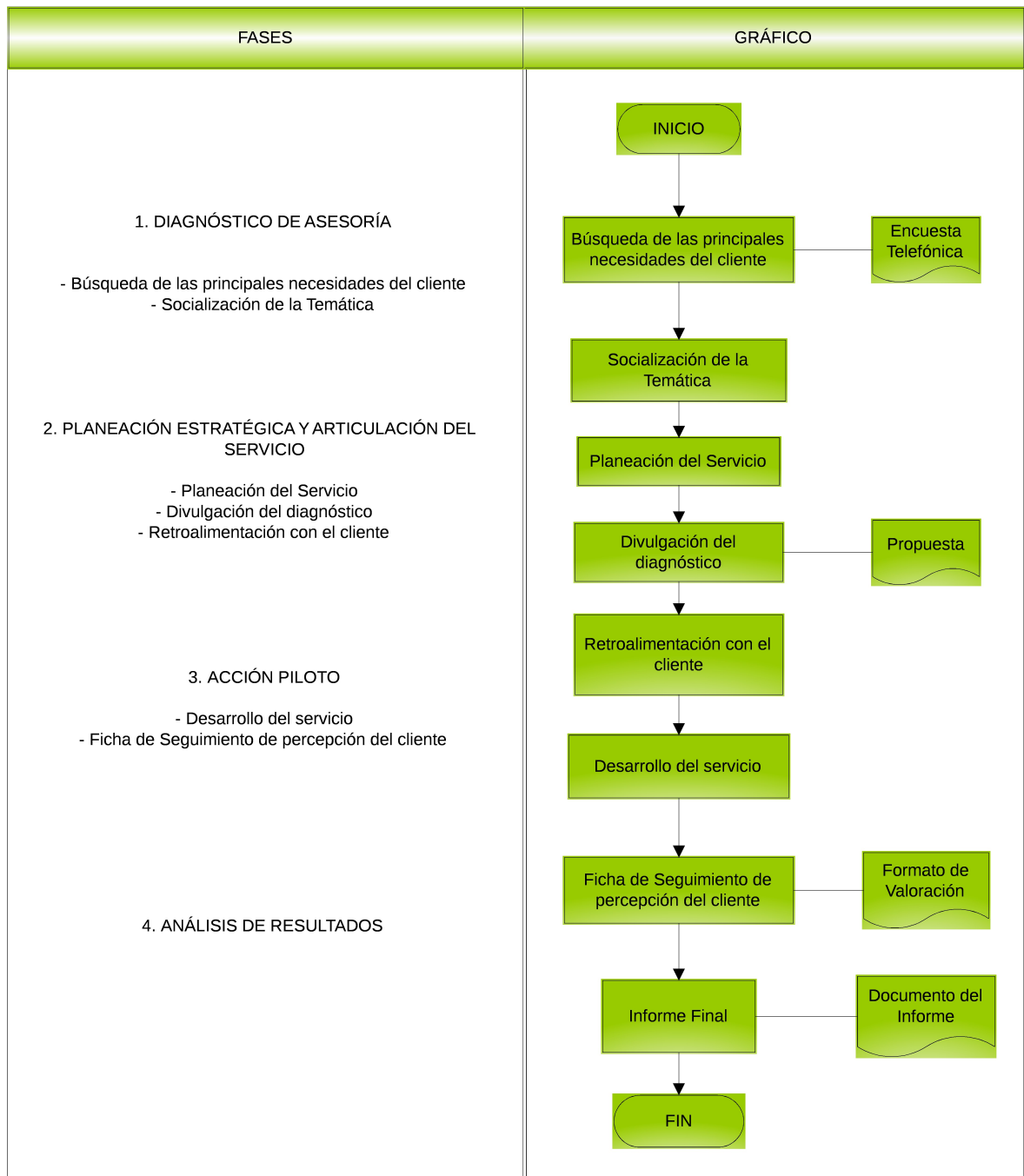
Fuente: Elaboración propia de la investigación

**Figura 8. Diagrama de flujo Servicio de Promoción**



Fuente: Elaboración propia de la investigación

**Figura 9. Diagrama de Flujo del Servicio de Asesoría**



Fuente: Elaboración propia de la investigación

El nuevo Portafolio de Servicios propuesto, es estructurado de acuerdo a la investigación realizada en el trabajo de campo en la Fundación,



teniendo en cuenta que el servicio de *Financiación* es un apoyo que se presta a la Contraloría Departamental del Cauca para financiar algunas necesidades que como entidad pública no logra suplirlas y que al igual que el servicio de *Apoyo y el Fortalecimiento institucional* cumple la misma función de suplir las necesidades de financiación del cliente interno, por lo que se toma la decisión de escoger el último servicio mencionado y de eliminar del portafolio de servicios actual el servicio de *Financiación*, pues no se encuentra diferencia alguna entre los dos servicios ya nombrados, así como también se elimina el servicio de *Investigación*, debido a que al no tener demanda de sus clientes generado por el poco interés de los mismos, además de considerarse un elemento de alto costo y poca utilidad internamente en la Fundación, se llega al análisis de que es un servicio denominado “perro muerto”, es decir se encuentra en un mercado de bajo crecimiento, la participación en el mercado es baja, es un servicio que no genera ventas y altos gastos en su ejecución.

Por consiguiente se proponen en el Capítulo V estrategias de marketing y campañas publicitarias para que se realice una buena promoción de los servicios ofertados utilizando el modelo del Portafolio de servicios propuesto en este trabajo de pasantía.

## **CAPÍTULO V.**

### **PLAN DE ACCIÓN PARA EL LANZAMIENTO DEL NUEVO PORTAFOLIO DE SERVICIOS CON EL MERCADO META.**

Para FUNDACONC es necesario aplicar herramientas de marketing para encontrar nuevos clientes, posicionarse como una organización que contribuya al fortalecimiento de instituciones y a la mayor satisfacción de los clientes, generando impacto social proyectando el crecimiento y continuidad en los procesos que la Fundación realiza, además contribuir con el control del manejo de los recursos públicos.

Para plantear las estrategias adecuadas para ofertar los servicios que brinda FUNDACONC, es necesario conocer las necesidades que tiene el cliente, algunos de los servicios que se ofrecen son de acompañamiento en la evolución de la organización hacia modelos que le permitan ser innovadoras, mejorando los procesos de la organización que está recibiendo los servicios de FUNDACONC, esto se realiza mediante la capacitación, el apoyo a los procesos, la promoción y el desarrollo del talento humano de quienes reciben los servicios.

Al mercado objetivo que se pretende llegar por medio de las estrategias de mercado son principalmente las Empresas Sociales del Estado, Alcaldías Municipales, las Entidades Municipales y Departamentales, además de las Empresas privadas, entre otras que quieran beneficiarse de los servicios que brinda FUNDACONC.

#### **5.1. ESTRATEGIA - MARKETING EN LA WEB**

- **Objetivo:** Facilitar a los interesados la búsqueda de los servicios que presta FUNDACONC mediante el marketing en línea.
- **Estrategia:** Promoción en la web de los servicios al público objetivo.
- **Actividades:** Diseñar un anuncio impactante que logre captar la atención y se posicione en la mente de las personas en general, principalmente en la de los clientes potenciales, es indispensable la creación de un blog en el cual se incluirá en la primera interfaz el

anuncio visual que atraiga la curiosidad de los clientes, esta plataforma debe incluir el plan estratégico de la Fundación, la definición clara de los servicios que ofrece, la metodología que se utiliza, para lograr que el mercado meta se acerque a obtener más información o aún mejor capturar nuevos clientes.

En el portafolio de servicios se deben utilizar palabras claves, ser concisos y claros, además acompañar el texto con algunas imágenes o críticas positivas de medios de comunicación que la empresa haya recibido.

Por consiguiente pautar la plataforma que vamos a utilizar de las que encontramos en el mercado como: **WordPress, Google Adwords, LinkedIn**, entre otras, esto se debe realizar mediante monitoreo de que tan efectivos han sido los anuncios en dichas plataformas y analizando exhaustivamente las palabras por las cuales los usuarios de estas páginas o blogs van a conectarse con el link de FUNDACONC, por ultimo realizar una retroalimentación para que la Fundación obtenga nuevos clientes y mejore el servicio de los actuales.

**Tabla 15. Plan de acción Marketing en la Web**

<b>OBJETIVO: Facilitar a los interesados la búsqueda de los servicios que presta FUNDACONC mediante el marketing en línea.</b>							
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>COSTO</b>	<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	<b>FÓRMULA</b>	<b>REFERENTE</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Promoción en la web de los servicios al público objetivo	<p>*Creación de un anuncio que impactante a los clientes potenciales y a las personas en general.</p> <p>* Analizar las plataformas que existen en el mercado para pautar.</p> <p>* Determinar las plataformas a utilizar.</p> <p>* Realizar monitoreo de que tan efectivos han sido los anuncios en dichas plataformas.</p> <p>*Generar retroalimentación</p>	2 meses	<p>El costo de contratar a un profesional para la ejecución de las actividades propuestas para cumplir el objetivo de la estrategia es de:</p> <p>\$1.500.000</p>	<p>* Incremento mensual en la cantidad de personas que visitan la página web desde el momento en que se efectúa.</p> <p>* Que tan efectivas han sido las visitas, cantidad de nuevos clientes v/s el número de nuevas visitas.</p>	<p>(No. Clientes que visitan la página al mes/ Totalidad de Clientes al mes) x 100</p> <p>(No. Nuevos Clientes/ Clientes potenciales) x 100</p>	<p>* Se espera un incremento mensual del 40% de las personas que visitan la página web, con respecto al mes anterior.</p> <p>* Se espera como mínimo la estrategia atraiga el 45% de nuevos clientes para la Fundación.</p>	* Coordinador encargado de la consecución de la estrategia.

	de los nuevos clientes o financiadores.						
--	---	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia de la Investigación

## 5.2. ESTRATEGIA - CAMPAÑA PUBLICITARIA

- **Objetivo:** Dar a conocer los servicios a nivel Departamental.
- **Estrategia:** Campaña publicitaria institucional de gran impacto.
- **Actividades:** Buscar apoyo de las Instituciones públicas del Departamento para que con su ayuda, la Fundación llegue tanto a las empresas que potencialmente pueden beneficiarse de los servicios que presta FUNDACONC como también a las empresas privadas que tengan la necesidad de demandar el servicio para fortalecerse institucionalmente.

Con la creación de una campaña publicitaria se pretende lograr generar reconocimiento para FUNDACONC al mercado objetivo y potencial que existe en el departamento del Cauca.

Se debe disponer de localización en los principales mercados potenciales que hay en el Departamento para que cuando este creada la campaña, se establezca los canales de comunicación que se requieran para que sea vista y escuchada en los diferentes lugares del Departamento.

**Tabla 16. Plan de acción Campaña Publicitaria**

<b>OBJETIVO: Dar a conocer los servicios a nivel Departamental.</b>							
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>COSTO</b>	<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	<b>FÓRMULA</b>	<b>REFERENTE</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Campaña publicitaria Institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Buscar apoyo de las instituciones públicas del Departamento</li> <li>* Creación de una campaña publicitaria que genere recordación.</li> <li>* Determinar la localización de los principales mercados que existen.</li> <li>*Lanzamiento de la campaña publicitaria.</li> </ul>	3 meses	<p>El costo de contratar a un profesional para la ejecución de las actividades propuestas para cumplir el objetivo de la estrategia es de:</p> <p>\$2.300.000</p>	* Incremento mensual de visitantes a las oficinas de la Fundación y a la página web para la solicitud de asesoría en los servicios de FUNDACONC.	(No. Asesorías solicitadas en servicios de FUNDACONC / Total Asesorías ofrecidas) x 100	Se espera un incremento mínimo mensual del 40% de las personas interesadas en los servicios que se ofrecen en la Fundación, con respecto al mes anterior.	*Coordinador encargado de la consecución de la estrategia.

Fuente: Elaboración propia de la Investigación





## **6. CONCLUSIONES**

Teniendo en cuenta el cumplimiento de los objetivos del presente trabajo de pasantía se establecen las siguientes conclusiones:

El diagnóstico de la Fundación de Apoyo a la Contraloría FUNDACONC permitió establecer las variables que más afectan el normal desarrollo de las actividades de la organización, entre éstas están: el desconocimiento de las necesidades de los clientes, el manejo inadecuado de los recursos y la falta de un portafolio de servicios que se ajusten a las necesidades de los clientes.

La promoción de los productos de la Fundación es una variable muy importante, porque con esta se establece el posicionamiento de la organización y el reconocimiento de la institución en la región.

Los modelos de diagnóstico utilizados como DOFA, Benchmarking, Mapeo de Procesos y servicios, permitieron establecer caracterizaciones de los productos de la organización como las áreas de enfoque de las necesidades de los clientes destacando las capacitaciones en: Banco de Proyectos (20,29%), la Contratación Estatal (18,84%), la Gestión Documental (15,94%) y el Panorama de Riesgos (11,59%), Normativa en salud (5,07%), Contratación para E.S.E. (4,35%), Auditoría (4,35%) y Facturación de Salud (3,62%).

La determinación de un portafolio de servicios adecuado no sólo mejora la calidad de los servicios sino que permite generar competitividad y posicionamiento de mercado, lo cual es positivo porque aumenta la demanda de los servicios.

La aplicación del plan de acción pretende obtener un mejoramiento por encima del 40% y 45% de clientes potenciales que conocen los servicios y están interesados en adquirirlos, este plan incluye un costo mayor a los \$2.500.000, dependiendo del tipo de desplazamiento que requieran los capacitadores y el material necesario para su ejecución.

## **7. RECOMENDACIONES**

Teniendo en cuenta el desarrollo del estudio, las conclusiones identificadas en cada fase del mismo se establecen las siguientes recomendaciones:

La implementación del nuevo portafolio de servicios, incluyendo las estrategias de mejoramiento con el fin de fortalecer los servicios de la Fundación de Apoyo a la Contraloría FUNDACONC

Establecer las competencias y habilidades necesarias para los capacitadores, porque esto garantiza la calidad de los servicios.

Es necesario realizar alianzas estratégicas y convenios interinstitucionales o con diferentes profesionales e instituciones académicas que ofrezcan servicios de capacitación y que faciliten el acceso a los funcionarios de las entidades y que se ajusten a sus necesidades, garantizando así la mejor y mayor movilidad de las personas a los procesos de formación y mejoramiento institucional.

Desarrollar en FUNDACONC un proceso de mercadeo, coordinado por un experto buscando integrar las herramientas que existen en el marketing y determinando las herramientas más efectivas para el tipo de servicios que existen en la fundación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**FERRANDO, José María** - Marketing en Empresas de Servicios - Editorial de UPV (Universidad Politécnica de Valencia) - 2007.

**LOVELOCK, Christopher - REYNOSO, Javier - D'ANDREA, Guillermo - HUETE Luis.** Administración de los Servicios: Estrategias de Marketing, Operaciones y Recursos Humanos. México: PEARSON Educación, 2004.

**ULRICH, Karl T. - EPPINGER, Steven D.** - Diseño Y Desarrollo De Productos Enfoque Multidisciplinario- MCGRAW - HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. - 2004.

**SCHUMPETER, Joseph** (1950). Can Capitalism. New York, Harper and Row.P.72.Citado por: Del Teso Diez, Luis. Etrepreneur, entrepreneurship, entrepreneurial. (2000) Factores Claves para la creación de empresas. Universidad Pontifica de Salamanca. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología "León XIII". Salamanca. España.

## **CIBERGRAFÍA.**

CENDAP Centro Nacional para el Desarrollo de la Administración Pública.  
[Portal en Línea]. <http://www.cendap.com>

CONTRALORIA DEPARTAMENTAL DEL CAUCA. [Portal en línea].  
<http://www.contraloria-cauca.gov.co/index.shtml>

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE.  
[Portal en línea]. <http://www.dane.gov.co/>

LA FORMACIÓN, LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LOS INTANGIBLES.  
EN LAS ORGANIZACIONES. [Portal en línea].  
<http://ascort.net/doccotros.htm>

PRACTICA La Sociedad del Conocimiento. [Portal en línea].  
<http://www.practica.com.co>

ROCCA, Johanel. Lluvia de Ideas: Una herramienta para Diseñar  
Productos y Servicios. Artículo Z. [Publicación en línea].  
<http://www.articuloz.com/negocios-articulos/>

# **ANEXOS**

### Anexo A. FORMATOS PARA IDENTIFICAR FASES Y SUBFASES

Nº	FASES	OBSERVACIONES

Fuente: Elaboración propia de la Investigación

### Formato para identificar las Subfases del servicio

Nº	Fase Nº	Subfase	Actividad que la precede	Existe contacto con el cliente	Nº de personas necesarias para la actividad	Nº de Horas para realizar la actividad

Fuente: Elaboración propia de la Investigación

## Anexo B. FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA TELEFÓNICA

### FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA TELEFÓNICA

- **Diseño y realización:** Yenifer Barreda, Pasante en FUNDACONC
- **Universo:** Entidades públicas de los municipios del Cauca adscritos a FUNDACONC
- **Marco Muestral:** Corresponde a los alcaldes o directores de las entidades (o quienes oficien como representantes de las mismas)
- **Proceso del muestreo y tamaño de la muestra:**

La definición de la muestra se basa en cinco (5) etapas que son:

**a. Definición de la Población**

La población metas son las alcaldías y entidades públicas del Departamento del Cauca.  
Los elementos corresponden a los alcaldes o directores de las entidades contactadas.

**b. Unidad de Muestra:**

Alcaldías del Departamento del Cauca  
E.S.E.  
Otras entidades públicas

**c. Técnica de Muestreo:**

El muestreo es No probabilístico considerando que existen varias instituciones en los diferentes municipios pero no todas están adscritas a FUNDACONC.

**d. Determinación del tamaño de la muestra:**

Cómo se cuenta con una población finita donde se desconoce la desviación estándar, se aplica una fórmula de proporciones para la determinación del tamaño de la muestra de poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot (p) \cdot (q)}{[(N-1) \cdot D + (p \cdot q)]}$$

**N= Población Total**

**p= Proporción estimada de éxitos**

**q= Proporción estimada de fracasos**  
**D= Margen de error calculado con z= 1.96 con un nivel de confianza del 95%, G= 0,05**

**N= 80, (equivalentes a 43 alcaldías y 17 entidades públicas)**  
**p= 0,5**  
**q= 0,5**  
**D= (0,05 x 1.96)<sup>2</sup>**

**n= [80\*(0,5)\*(0,5)] / [(80-1)\*(0,05 x 1,96)<sup>2</sup>+(0,5\*0,5)]**  
**n= 66,354**

**La resolución de la pregunta de la encuesta se puede dividir en Alcaldías y otras entidades públicas (Hospitales, entidades deportivas, etc.)**

- **Tipo de encuesta: Encuesta telefónica**
- **Procesamiento e informe: Yenifer Barreda, Pasante del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca.**
- **Dirección y Coordinación de la investigación: Dra. Vanessa Carvajal**
- **Objetivo de la Encuesta: Identificar las necesidades que tienen las entidades o municipios en cuánto requerimientos de estudios o capacitaciones.**
- **Número de preguntas formuladas: 1**



## **Anexo C. PROPUESTA CONVENIO DE CAPACITACIÓN.**



**FUNDACIÓN DE APOYO A LA  
CONTRALORIA DEPARTAMENTAL DE  
CAUCA**

**NIT. 817.005.412-8**

**Doctor:**

**CARLOS ALBERTO BANGUERO HENAO**

**Alcalde Municipal**

**Toribio- Cauca**

**Asunto:** Propuesta convenio de colaboración interadministrativa en participación ciudadanía y fortalecimiento institucional - interinstitucional vigencia 2011.

En atención a lo solicitado, de manera más atenta, me permito presentar la siguiente propuesta para ofrecer al Municipio de Toribio, capacitación en los siguientes temas:

- Contratación estatal
- Gestión documental
- Banco de proyectos

Lo anterior, con el fin de afianzar los conocimientos de los servidores públicos de la administración municipal en estos procesos y actualizarlos de manera que logren llevarlos a cabo de acuerdo a la normatividad vigente.

### **PRESENTACIÓN**

La Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca, es una entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, regida por la constitución y normas legales vigentes.

La Fundación capacita, asesora, apoya y contribuye al fortalecimiento institucional de las diferentes entidades territoriales.

La actualización en la administración pública es una de las obligaciones del servidor público, pues temas como la contratación estatal y sus cambios normativos, además de la responsabilidad del servidor público en este proceso, se ven enfrentados a reformas que inciden en la gestión pública.

De igual forma, FUNDACONC consiente de las necesidad que tienen las entidades públicas en el manejo y control de sus archivos, pretende con el módulo de gestión documental, dar elementos para realizar un adecuado proceso de implementación y ejecución de las tablas de retención documental , las tablas de valoración documental, la presentación de las nuevas tecnologías y normas en materia de estandarización como son la ISO 9000, 9001 , 15489 y la GP1000, que determinan el archivo como la base para una gestión con calidad.

En cuanto al módulo de banco de proyectos, con este se pretende actualizar a los servidores públicos en la realización de este proceso al interior de la administración municipal.

Para el desarrollo de las actividades se establece un plan de capacitación, que se orienta al mejoramiento del desempeño de las diferentes áreas en las administraciones municipales y empresas sociales del estado.

El plan de capacitación contiene elementos orientadores que tienen su origen en el diagnóstico de necesidades emitidas por los funcionarios de cada una de las entidades después de realizar encuestas en eventos pasados.

## **OBJETIVO GENERAL**

Lograr la vinculación y compromiso de las entidades territoriales, las empresas sociales del estado y las empresas descentralizadas del orden departamental y municipal, para que a través de las actividades de capacitación se contribuya al fortalecimiento institucional.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Lograr el cubrimiento de todas las entidades del orden departamental y municipal del Departamento del Cauca.
- Generar mediante las acciones de formación y de capacitación, las competencias en los servidores públicos que les permita la eficiencia y eficacia en el desempeño de las labores en su entidad.
- Proveer al servidor público herramientas y conocimientos teórico-prácticos que le permitan dar el adecuado manejo al proceso de contratación en la administración municipal.
- Establecer pautas que permitan cumplir con el programa de gestión documental.
- Presentar herramientas claras para la formulación y evaluación de proyectos para que al momento de ser presentados ante otra entidad, cuenten con una viabilidad de ejecución.

## **ALCANCE**

Las actividades que cubre el servicio están orientadas a todos los funcionarios públicos que hacen parte del Departamento, en especial profesionales, directos responsables por la operación, evaluación, el control y el mejoramiento de los procesos.

Nuestro servicio abarca actividades de capacitación, orientación, realización de talleres y evaluación de conocimientos después de cada capacitación.

## **METODOLOGIA**

Los temas se desarrollaran en forma presencial, a través de conferencistas, actividades grupales en talleres, estudios de casos y discusiones en plenaria, combinación de la exposición magistral desde la particularidad de cada una de las normas, relacionadas con los temas que se expondrán, con el desarrollo de dinámicas interactivas, según los casos prácticos, buscando siempre la participación activa y permanente de los asistentes, con talleres que refuerzan los conceptos de cada uno de los temas y el desarrollo de casos aplicables a la administración municipal o empresa.

## **CONFERENCISTAS**

El desarrollo de los módulos de la capacitación contará con profesionales especializados que están a nuestra disposición para acompañarnos en esta etapa del convenio.

## **CRONOGRAMA**

El día, la hora y el lugar se darán a conocer con anterioridad al inicio de la especialización.

## **CERTIFICADOS DE ASISTENCIA**

Se entregara un certificado por cada asistente al terminar la capacitación.

## **TEMÁTICA DE CAPACITACIÓN:**

- Contratación estatal
- Gestión documental
- Banco de Proyectos

## **VALOR DE LA INVERSIÓN**

La suma de tres millones de pesos m/cte. (\$ 3.000.000), incluye

- Valor de la inscripción
- Conferencias
- cumplimiento de permanencia
- memorias de las sesiones en CD
- refrigerios
- almuerzo
- Material de apoyo para los asistentes en general.
- Certificado de la capacitación.

Cualquier sugerencia o inquietud por favor comunicarse al número de celular 3147996608 o a los teléfonos (092) 8 222733 o al número de Fax (092) 8 24 1026.

Atentamente,

**LADY VANESSA CARVAJAL**  
**Representante Legal**  
**FUNDACIÓN DE APOYO A LA CONTRALORIA DEPARTAMENTAL**  
**FUNDACONC**

**Personería Jurídica No.026 de Abril 25 de 2002 NIT. 817.005.412-**

**8**

**Calle 5 No. 9-10 Tel. 8 22 2733 - 314 7996608**

**Adjunto Anexo C**

<b>1. CONTRATACIÓN ESTATAL</b>		
<b>TEMAS</b>	<b>SUBTEMAS</b>	<b>INTENSIDAD HORARIA</b>
- Etapa precontractual	-Estudios previos (aspectos técnicos, económicos, jurídicos) -Elaboración Proyecto Pliego de Condiciones con base en estudios previos (Publicación - términos) -Audiencia de análisis de riesgos, riesgos previsible -Estudio, análisis y evaluación de propuestas. -Publicidad de la contratación en medios electrónicos (SECOPI-SICE).	<b>4</b>
-Modalidades de selección adoptadas por la ley 1150 de 2007	- Licitación pública - Selección abreviada - Concurso de méritos - Contratación directa - Alternativas de solución en la aplicación de la mínima cuantía (Decreto 3576 de 2009 art.1 y 2) - El contrato de prestación de servicios sentencia C-614 de sept./2009	<b>8</b>
-Interventora, supervisión y control de los contratos estatales	- Identificación de las fases contractuales - Control técnico, administrativo y económico del contrato - Control administrativo y garantías del contrato - Control y manejo del anticipo. Amortizaciones, rendimientos y reembolso - Criterios para modificaciones y adiciones al	<b>4</b>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>contrato</li> <li>- Control por parte de la Contraloría, Procuraduría y Fiscalía</li> <li>- Liquidación del contrato.</li> </ul>	
-La contratación estatal y la ejecución del presupuesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El presupuesto oficial estimado</li> <li>- Certificado de disponibilidad presupuestal</li> <li>- Registro presupuestal</li> <li>- Vigencias futuras</li> <li>- Cuentas por pagar</li> <li>- Traslados presupuestales</li> <li>- Reducciones o recortes presupuestales</li> <li>- Adiciones o incorporaciones presupuestales</li> <li>- Contratación y la planeación presupuestal</li> </ul>	<b>4</b>
La contratación estatal y el plan anual mensual de caja -PAC-	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La importancia del PAC para la legalización de los contratos</li> <li>- El PAC y su indebida utilización en el proceso contractual</li> <li>- Responsabilidad disciplinaria</li> </ul>	<b>4</b>
La contratación estatal, el presupuesto y los planes de desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los presupuestos plurianuales</li> <li>- Ejecución y evaluación del plan de desarrollo</li> <li>- Armonización del plan plurianual de inversión con el presupuesto ley 152/1994</li> </ul>	<b>4</b>
Liquidación de los contratos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Termino para liquidar los contratos.</li> </ul>	<b>4</b>
La contratación y el presupuesto en las empresas sociales del estado E.S.E. - Hospitales-		<b>4</b>
Las responsabilidades de los servidores públicos en la contratación estatal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilidad fiscal</li> <li>- Responsabilidad penal</li> <li>- Responsabilidad disciplinaria</li> <li>- Responsabilidad patrimonial</li> </ul>	<b>4</b>
.Modificación en los contratos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratos adicionales</li> <li>- Mayor cantidad de obra</li> <li>- Reajustes y revisiones</li> <li>- Prorroga y suspensión</li> </ul>	<b>4</b>
Contratación estatal y la aplicación de la ley de garantías frente a las		<b>4</b>

elecciones territoriales		
<b>TOTAL HORAS</b>		<b>48 HORAS</b>

2. GESTIÓN DOCUMENTAL		
TEMAS	SUBTEMAS	INTENSIDAD HORARIA
circular 035 de junio 29 de 2009 y alcances , de la Procuraduría general de la nación - lista de chequeo		4
Manejo de la historia laboral	-circulares 004 de 2003 y 012 de 2004 del DAFP y AGN -Lista de chequeo	4
Tablas de retención documental	-Elaboración -Aprobación -Aplicación - lista de chequeo	4
Tablas de valoración documental	-Elaboración -Aprobación -Aplicación - lista de chequeo	4
Procesos del programa de gestión documental integrando MECI, calidad y NTC- ISO 15489-1	- Producción - Recepción - Distribución - Trámite (Según acuerdo 060 de 2001) -Organización Documental según PGD del AGN -Consulta según PGD del AGN -Conservación, Sistema integrado -Disposición Final: Microfilmación y/o Digitalización, Selección o eliminación.	4
Las nuevas tecnologías en los archivos	-Parámetros a tener en cuenta para la implementación de nuevas tecnologías en los archivos públicos y privados. -Las Bases de Datos de consulta y recuperación. -La Microfilmación y/o Digitalización; sus ventajas.	4
Los archivos clínicos	Manejo de la Historia Clínica según Cartilla del AGN 2010 Resolución 1995 de 1999 y otras normas.	4
Responsabilidad del área de		4

archivo en la entrega de inventarios y procesos documentales para las nuevas administraciones		
<b>TOTAL HORAS</b>		<b>32 HORAS</b>

<b>3. BANCO DE PROYECTOS</b>		
<b>TEMAS</b>	<b>SUBTEMAS</b>	<b>INTENSIDAD HORARIA</b>
Formulación de proyectos	- Identificación del problema o necesidad - Formulación del problema	<b>4</b>
Evaluación de proyectos	-Financiera -Económica -Social	<b>8</b>
Elementos generales de los bancos de proyectos		<b>4</b>
Metodología general ajustada	-Sistematización -Seguimiento -Metodología BPIN	<b>8</b>
<b>TOTAL HORAS</b>		<b>24 HORAS</b>

Fuente: Yenifer Barreda - Vanessa Carvajal

#### **Anexo D. PROPUESTA CONVENIO DE PROMOCIÓN**



**FUNDACIÓN DE APOYO A LA  
CONTRALORIA DEPARTAMENTAL  
DE CAUCA**

Popayán 09 de agosto de 2011

**Doctor:**  
**OSCAR OSPINA QUINTERO**  
**Hospital Susana López de Valencia Nivel II**  
**Popayán - Cauca**



**Asunto:** Propuesta convenio de colaboración interadministrativa en participación ciudadanía y fortalecimiento institucional - interinstitucional vigencia 2011.

De la manera más atenta me permito presentar la siguiente propuesta para ofrecer al HOSPITAL SUSANA LOPEZ DE VALENCIA NIVEL II un espacio en el programa de televisión de la Contraloría Departamental del Cauca. "Contróláte" a través del canal Notivisión canal 80 TELMEX, el cual cuenta con cobertura local y nacional y de la página web [www.notivisionpopayan.com](http://www.notivisionpopayan.com). Así como también, asignar un espacio de participación a la empresa en los programas institucionales de la Contraloría Departamental que se incluyen en la parrilla de programación de la Emisora 'Contróláte' 97,1 FM (el espacio se emitirá, una vez el Ministerio TIC avale el comienzo de las emisiones de prueba de la emisora de Interés Público).

Lo anterior, con el fin de presentar los diferentes servicios de salud y el desempeño fiscal de la empresa.

De otra parte, la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca desarrollara en convenio con el ICONTEC el Diplomado denominado "gestión de la calidad integrada en el sector público MECI-GP: 1000"

Lo anterior, con el fin de afianzar los conocimientos de los servidores públicos de la empresa en estos procesos y actualizarlos de manera que logren llevarlos a cabo de acuerdo a la normatividad vigente.

## **PRESENTACIÓN**

La Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca, es una entidad de derecho privado, sin ánimo de lucro, regida por la constitución y normas legales vigentes.

La Fundación capacita, asesora, apoya y contribuye al fortalecimiento institucional de las diferentes entidades territoriales.

La actualización en la administración pública es una de las obligaciones del servidor público, pues temas como la contratación estatal y sus cambios normativos, además de la responsabilidad del servidor público en este proceso, se ven enfrentados a reformas que inciden en la gestión pública.

De igual forma, FUNDACONC consiente de las necesidad que tienen las empresas sociales del estado en el manejo y control de sus archivos, pretende con el módulo de gestión documental, dar elementos para realizar un adecuado proceso de implementación y ejecución de las tablas de retención documental, las tablas de valoración documental, la presentación de las nuevas tecnologías y normas en materia de estandarización como son la ISO 9000, 9001, 15489 y la GP1000, que determinan el archivo como la base para una gestión con calidad.

En cuanto al módulo de banco de proyectos, con este se pretende actualizar a los servidores públicos en la realización de este proceso al interior de la empresa.

Para el desarrollo de las actividades se establece un plan de capacitación, que se orienta al mejoramiento del desempeño de las diferentes áreas en las empresas sociales del estado.

El plan de capacitación contiene elementos orientadores que tienen su origen en el diagnóstico de necesidades emitidas por los funcionarios de cada una de las entidades después de realizar encuestas en eventos pasados.

## **OBJETIVO GENERAL**

Innovar los conceptos al interior de la entidad, así como suministrar a los funcionarios los instrumentos básicos para los procesos de modernización en que está empeñado el Estado en General y la Fundación de Apoyo a la Contraloría Departamental del Cauca.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Contribuir al desarrollo de la administración formando ejecutivos idóneos en la función de la Gestión de la calidad.
- Contribuir en el proceso de implementación de sistemas de gestión de calidad en las entidades.
- Fomentar la difusión de la cultura de la calidad en las empresas.

## **ALCANCE**

Las actividades que cubre el servicio están orientadas a todos los funcionarios públicos que hacen parte del Departamento, en especial profesionales, directos responsables por la operación, evaluación, el control y el mejoramiento de los procesos.

Nuestro servicio abarca actividades de capacitación, orientación, realización de talleres y evaluación de conocimientos después de cada capacitación.

## **METODOLOGÍA**

- 1-la inclusión de una nota periodística sobre el desempeño fiscal y el informe de gestión de la empresa.
- 2- Promover, los diferentes servicios de salud y el desempeño fiscal de la empresa, a través de la realización de una nota en la sección 'Marca Región', en el mismo espacio audiovisual.
- 3- Emitir cuatro (4) promocionales sobre la E.S.E, uno por emisión, durante un (1) mes. Los espacios pactados se emitirán en el Programa de Televisión de la Contraloría Departamental del Cauca, 'Contrólate' a través del Canal de Cable Telmex TV y de la página web <http://www.notivisionpopayan.com/>. Uno por emisión, durante un mes, en un espacio de treinta minutos los días martes de 9:30 p.m. a 10:00 p.m. con repetición los días sábados de 9:30 p.m. a 10:00 p.m.
- 4- El diplomado se realizará de acuerdo al cronograma anexo (ver anexo 1)

## **CONFERENCISTAS**

El desarrollo de los módulos de la capacitación contará con profesionales especializados que están a nuestra disposición por parte del ICONTEC, para acompañarnos en esta etapa del convenio.

## **CRONOGRAMA**

El día, la hora y el lugar se darán a conocer con anterioridad al inicio del diplomado.

## **CERTIFICADOS DE ASISTENCIA**

Se entregara un certificado por cada funcionario delegado al terminar el diplomado.

## **VALOR DE LA INVERSIÓN**

La suma de cinco millones de pesos m/cte. (\$ 5.000.000), incluye

Cualquier sugerencia o inquietud por favor comunicarse al número de celular 3147996608 o a los teléfonos (092) 8 222733 o al número de Fax (092) 8 24 1026.

---

**Personería Jurídica No.026 de Abril 25 de 2002 NIT. 817.005.412-8  
Calle 5 No. 9-10 Tel. 8 22 2733 – 314 7996608**

### **Adjunto Anexo D.**

<b>CONTENIDO</b>	<b>INTENSIDAD- HORAS</b>	<b>HORARIO</b>
------------------	------------------------------	----------------

1-SISTEMA DE CONTROL INTERNO MECI 1000-2005	8	VIERNES 2:00 pm a 10 pm.
2-ESTRUCTURA Y ARMONIZACIÓN NTCGP1000-2009 Y MECI-1000-2005	8	VIERNES 2:00 pm a 10 pm.
3-PLANIFICACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO	16	VIERNES 2:00 pm a 10 pm. SÁBADO 8: am a 12 m. 1:00 pm. a 5:00 pm.
4-SUBSISTEMA DE CONTROL DE GESTIÓN	16	VIERNES 2:00 pm a 10 pm. SÁBADO 8: am - 12 m. 1:00 pm a 5:00 pm.
5-EL RECURSO HUMANO PARA EL SECTOR PÚBLICO	8	VIRTUAL
6-HERRAMIENTAS PARA LA AUTOEVALUACIÓN DE UN SGC	8	VIRTUAL
7-INDICADORES DE GESTIÓN PARA EL SECTOR PÚBLICO	16	VIERNES 2:00 pm a 10 pm. SÁBADO 8: am- 12 m 1:00 pm a 5:00 pm.
8-TÉCNICAS DE AUDITORÍA INTEGRADA MECI 1000- 2005 NTCGP 1000-2009	24	VIERNES 2:00 pm a 10 pm SÁBADO 8: am - 12 m 1:00 pm a 5:00 pm. VIERNES 2:00 pm a 10:00 pm. <b>EXAMEN</b>
9-REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN	8	VIERNES 2:00 pm a 10 pm
10-MEDICIÓN, ANÁLISIS Y PLANES DE MEJORAMIENTO	16	VIERNES 2:00 pm a 10 pm SÁBADO 8: am- 12 m 1:00 pm a 5:00 pm
11-ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO	16	VIERNES 2:00 pm a 10 pm SÁBADO 8: am- 12 m 1:00 pm a 5:00 pm. <b>EXAMEN</b>

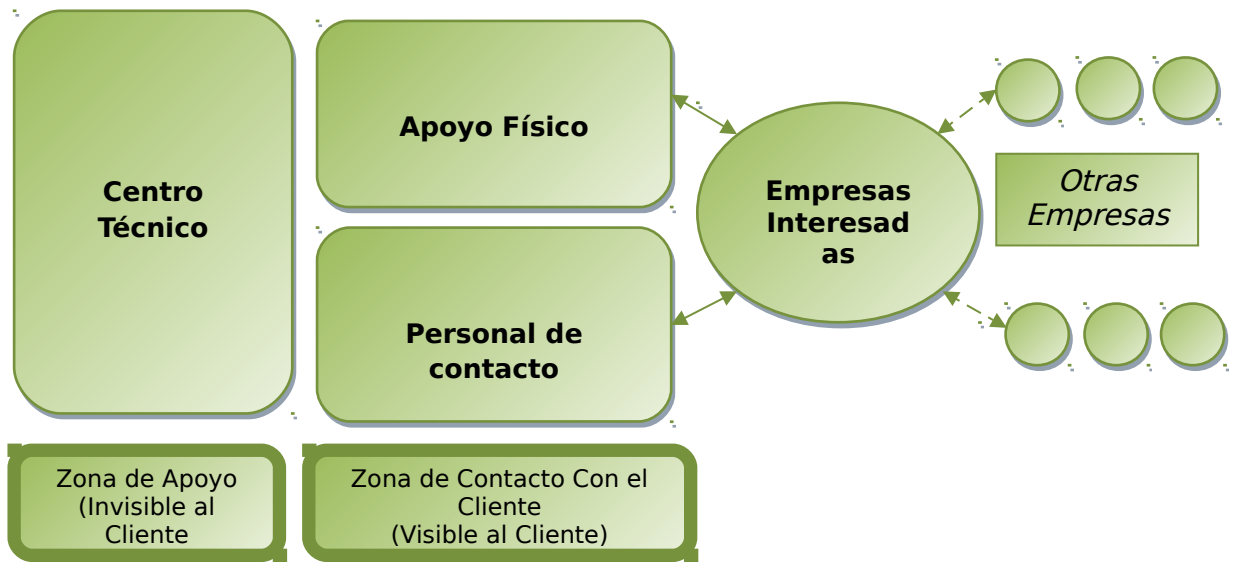
Atentamente,

**LADY VANESSA CARVAJAL**  
**Representante Legal**  
**FUNDACION DE APOYO A LA CONTRALORIA DEPARTAMENTAL**  
**FUNDACONC**

**Anexo E. FICHA DE SEGUIMIENTO PARA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE**

<b>LA INFORMACIÓN QUE USTED SUMINISTRE NOS AYUDARÁ A OFRECER POSTERIORMENTE MEJORES ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN. LE SOLICITAMOS SU VALIOSA COLABORACIÓN EN EL DILIGENCIAMIENTO DE ESTA FICHA</b>					
<b>Nombre del Evento:</b>					
<b>Lugar:</b>					
<b>Fecha (día/mes/año):</b>					
<b>VALORACIÓN GENERAL DEL EVENTO:</b> Para cada uno de los temas a continuación, califique de 1 a 5 según su criterio, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta					
<b>Temas</b>	<b>Muy Bien</b>	<b>Bien</b>	<b>Regular</b>	<b>Deficiente</b>	<b>Muy Deficiente</b>
	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
El cumplimiento de los objetivos y del contenido establecido					
Satisfacción de las expectativas					
Contribuyó el evento en el Proceso de modernización y mejoramiento de su					
Medios visuales, presentaciones, ayudas, instrumentos					
La logística del evento (Auditorio, refrigerios, otros)					
Como califica los eventos de capacitación y pedagogía fiscal desarrollados por la Contraloría o la Fundación en los dos últimos años.					
<b>SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES:</b>					

## Anexo F. GRÁFICO PARA ANALIZAR EL SERVICIO COMO SISTEMA



Fuente: Administración de los Servicios: Estrategias de Marketing, Operaciones y Recursos Humanos

## **Anexo G. TABLA GUÍA PARA REALIZAR MAPEO DEL SERVICIO**

---

Fuente: Administración de los Servicios: Estrategias de Marketing, Operaciones y Recursos Humanos



**Anexo H. PLAN DE ACCION: LANZAMIENTO DEL NUEVO PORTAFOLIO DE SERVICIOS**



**CONTRALORÍA**  
DEPARTAMENTAL  
DEL CAUCA



**FUNDACION**  
**NIT. 817.005.412-8**

OBJETIVO: NIT. 817.005.412-8							
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	COSTO	NOMBRE DEL INDICADOR	FÓRMULA	REFERENTE	RESPONSABLE

Fuente: Elaboración propia de la Investigación

## Anexo I. INSTALACIONES DE FUNDACONC



Nombre de la Oficina en la Contraloría Departamental



Cartelera y Archivo de FUNDACONC



Oficina 201 de FUNDACONC en la Contraloría Departamental



De izquierda a derecha: Directora Vanessa Carvajal y Pasante Yenifer Barreda

## Anexo J. EVIDENCIA DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN FUNDACONC



Planeación de Actividades  
Capacitación en Caiibío



Proceso de



Participación de las autoridades municipales  
Universidad Autónoma



Capacitación en



Capacitación en Universidad Autónoma  
Contraloría Departamental



Capacitación Audiencia