

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A EMPRESARIOS
RUTA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO (RIE)
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



EILEEN LIZETH DORADO MUÑOZ

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2021**

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A EMPRESARIOS
RUTA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO (RIE)
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Trabajo de grado para optar al título de ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

EILEEN LIZETH DORADO MUÑOZ

Director

Mag. HENRY RAMÍREZ PARUMA

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2021**

DEDICATORIA

Dedico este logro en primer lugar a Dios, por bendecirme en cada instante de mi vida y permitirme llegar hasta este punto; a mis padres Carlos y Elizabeth, por ser el apoyo incondicional en cada paso que he dado, en especial a mi madre que aparte de regalarme la vida estaría dispuesta a dar la suya por la mía, sin ella nada de esto fuera posible: a mis hermanos Luisa y Pipe por creer y confiar en mí; a mi abuela Elizabeth (Negra) por su gran amor y entrega; a mi compañero , amigo y confidente Wilson por ayudarme a cada día a ser una mejor persona y por su gran apoyo incondicional sin importar las circunstancias; a toda mi familia, amigos que siempre han confiado en mí y han deseado que cumpla mis metas; a todos muchas gracias, Dios los bendiga. Los AMO

EILEEN LIZETH DORADO MUÑOZ

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad del Cauca por haberme brindado la oportunidad de pertenecer a ella; a todo el cuerpo de docentes que comparten con nosotros sus conocimientos y nos forjan como profesionales y personas, especialmente al profesor HENRY RAMIREZ PARUMA director de la pasantía; a todo el cuerpo administrativo y personal de vigilancia y aseo de la Universidad del cauca; gracias a todos ustedes podemos forjar el camino hacia nuestros sueños. Mil gracias.

EILEN LIZETH DORADO MUÑOZ

RESUMEN

El siguiente documento presenta el primer informe de la práctica profesional titulada “**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A EMPRESARIOS CAUCANOS Y COMUNIDAD EN GENERAL**”. Para su desarrollo se aplicó la metodología de Administración por Objetivos, y se establecieron cuatro capítulos el primero corresponde a la contextualización del problema, el segundo a la contextualización teórica, el tercero a la conceptualización metodológica, el cuarto al desarrollo del trabajo en el que se relacionan las actividades realizadas para la implementación del programa de capacitación de la RIE (Ruta de innovación y emprendimiento).

Palabras clave: Programa de Formación, Capacitación, Empresarios.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
CAPITULO I. CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA	13
1.1. Planteamiento Del Problema	13
1.1.1. Descripción Del Problema	13
1.1.2. Formulación Del Problema	13
1.2. Justificación	14
1.3. Objetivos	15
1.3.1. Objetivo General	15
1.3.2. Objetivos Específicos.....	15
CAPITULO II. CONTEXTUALIZACION TEORICA	16
2.1. Marco Conceptual y teórico	16
2.2. Marco Legal.....	19
2.3. Marco Referencial.....	20
2.4. Filosofía De La Organización	21
2.5. Servicios	23
2.6. Mapa de procesos de la ruta de la innovación y el emprendimiento.....	23
CAPITULO III. CONCEPTUALIZACION METODOLOGICA.....	25
3.1. Metodología	25
CAPITULO IV. DESARROLLO DEL TRABAJO.....	27
4.1. Desarrollo De Las Actividades Realizadas En La Práctica Profesional	27
4.2. Objetivo 1.....	27
4.2.1. Fase I: Determinación de necesidades de información.....	28
4.2.2. Fase II: Diseño de la investigación de mercados	29
4.2.3. Fase III: Ejecución de la investigación de mercados	31
4.2.4. Fase IV: Comunicación de los resultados.....	39
4.3. Objetivo 2.....	40
4.4. Objetivo 3.....	54
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	57
REFERENCIAS.....	58
ANEXOS.....	61

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de procesos de la ruta de la Innovación y el Emprendimiento	23
Figura 2. Matriz Okr's	27
Figura 3. Modelo de investigación de mercados de Malhotra	30
Figura 4. Sector de la empresa.....	33
Figura 5. Número de empleados	34
Figura 6. Dificultad en el manejo de la empresa	35
Figura 7. Capacitaciones empresariales.....	36
Figura 8. Necesidad de capacitación.....	37
Figura 9. Participación en talleres, seminarios entre otros	38
Figura 10. Temas de capacitación.....	39
Figura 11. Foto de la Universidad del Cauca.....	45
Figura 12. Logo SENA	46
Figura 13. Alcaldía de Popayán	47
Figura 14. Escudo Gobernación del Cauca.....	48
Figura 15. Mapa departamento Cauca	48
Figura 16. Logo Cámara de Comercio del Cauca.....	49
Figura 17. Logo Feria Empresarial Unicauca	50
Figura 18. Logo Gerenciarte	51
Figura 19. Escudo Unicauca	51
Figura 20. Logo FDNL	52
Figura 21. Logo ACOPI Cauca.....	52
Figura 22. Logo Uniautónoma del Cauca	53
Figura 23. Logo Fundación universitaria de Popayán	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables de encuesta.....	32
Tabla 2. Expertos en capacitación.....	41
Tabla 3. Perfiles profesionales	42
Tabla 4. Posibles aliados estratégicos	44

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Pantallazo base de datos empresarios en el drive de la RIE	61
Anexo 2. Encuesta a empresarios	62
Anexo 3. Solicitud asesoría docente Carlos Millan.....	64
Anexo 4. Pantallazo envío encuesta empresarios caucanos.....	64
Anexo 5. Solicitud colaboración.....	65
Anexo 6. Pantallazo resultados encuesta	66
Anexo 7. Pantallazo Solicitud Información docentes a la coordinación	66
Anexo 8. Pantallazo base de datos expertos en capacitación, drive de la RIE	67
Anexo 9. Brochoere.....	68
Anexo 10. Pantallazo base de datos posibles aliados estratégicos, drive de la RIE ..	69
Anexo 11. Estructura palan de capacitación	70

INTRODUCCIÓN

En el siguiente documento titulado “Capacitación Empresarial” de la Ruta de Emprendimiento e Innovación, es el resultado de práctica profesional desarrollada en la Universidad del Cauca. El cual tiene como objetivo implementar un programa de capacitación empresarial en la región.

Se entiende por Capacitación la acción de ser apto, de instruir, además de desarrollar hábitos y habilidades para hacer algo, las que también requiere conocimientos. (Gómez et al., 2009). Según Termes (2003) “Empresario es el que aporta la función de “inventar” que viene del verbo latino “invenire”, que significa hallar, encontrar, descubrir, las oportunidades de beneficio, con independencia que participe o no en el capital de la empresa”

Gómez et al. (2009) Dice que es imprescindible considerar la Capacitación de los directivos como un sistema donde se pueda ver la formación y fortalecimiento de valores, habilidades y cualidades de liderazgo, necesarias para su acción.

Basado en lo anterior, se pretende crear un vínculo entre el programa de administración de empresas y el empresariado de la región, por medio de capacitación empresarios de la región, haciendo uso de la proyección social de la Universidad, la cual busca fortalecer cada día el emprendimiento y las actividades de interacción social con el sector empresarial de la región.

Para llevar a cabo el proyecto de capacitación empresarial se utilizó la metodología de Investigación de Mercados, se implementó durante todo el desarrollo de la práctica profesional denominada Programa de Capacitación a Empresarios, que tiene como objetivo la implementación de un programa de capacitación a empresarios y comunidad en general; con el cual se pretende brindar apoyo a este sector, a través de la transferencia de conocimientos por medio de capacitaciones dependiendo de sus necesidades actuales, las cuales ayudaran a

mejorar el desarrollo en sus procesos de actividades y aprovechamiento de sus recursos.

CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

En este capítulo de la práctica profesional denominada “Programa de Capacitación a Empresarios”, se va a definir en primer lugar, el planteamiento del problema, luego, la justificación y posteriormente los objetivos, a desarrollar a lo largo de esta.

1.1. Planteamiento Del Problema

Según Reguera (2008), en el planteamiento del problema se debe considerar, el origen, la elección, la definición y la valoración del problema. Por otro lado, los elementos que debe contener el planteamiento del problema son: los objetivos, las preguntas de la investigación y la justificación del estudio (Gómez, 2006).

1.1.1. Descripción Del Problema

El primer paso para la identificación del proyecto es el reconocimiento del problema o necesidad que se quiere solucionar, o la oportunidad que se quiere aprovechar (Miranda, 2004).

Según observaciones de los pares académicos de acreditación de alta calidad, no se evidencia que El programa de Administración de Empresas (PAE) de la Universidad del Cauca, tenga vínculos o tendrá una fluidez de interrelación con el empresariado de la región, haciendo uso de la proyección social de la Universidad, por medio de la cual pretende prestar servicios sociales a la comunidad en general. Por lo tanto, se quiere que surja una iniciativa por parte del PAE, de capacitación para los empresarios según sus necesidades actuales.

1.1.2. Formulación Del Problema

¿Para el empresariado de la Región el Programa de Administración de Empresas es un vínculo o una solución para la mejora de sus competencias, destrezas y habilidades, por medio de líneas de capacitaciones?

1.2. Justificación

La capacitación a empresarios es un tema de suma importancia para las organizaciones y la región; este se ve favorecido para crear un enlace con la universidad y los empresarios, con el fin de mejorar y ampliar sus habilidades por medio de la transferencia de conocimiento.

Según el estudio, las Pymes y su Problemática Empresarial. Análisis de casos (Guerrero 2004), la principal conclusión es que las Pymes tienen una problemática integral, dicha problemática tiene orígenes tanto en las influencias del entorno, como en deficiencias de gestión interna. Estos problemas no solamente son comunes a las Pymes independientemente del sector en que operen, sino que tienen interrelaciones sistémicas entre ellas. Por ejemplo: la situación económica del país influye en las áreas internas de producción, finanzas y mercadeo de la empresa; ésta igualmente se ve influenciada por el estilo de liderazgo y el proyecto de vida personal del empresario. Uno de los aspectos que puede sintetizar la problemática es “El paradigma manejado por los dueños: empresarios –gerentes de las Pymes con respecto “a querer o no querer” desarrollar una gerencia profesional en el seno de sus empresas, por encima de la excusa de no tener tiempo para planear, ni de hacer inversiones en investigación y desarrollo, entre otros temas que se deben manejar para tener una empresa sana en resultados y sostenible en el tiempo”.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos evidenciar una problemática que viven las empresas, la cual es el fracaso a las cuales están expuestas debido a la falta de capacitación en los empresarios, ya que la carencia de conocimientos en las diferentes áreas de la empresa, hace que sin darse cuenta se tomen decisiones erróneas o no acertadas en el contexto actual, que afectan la productividad de la misma y aumentando el nivel de riesgo.

Es por esto, que por medio de la implementación de un programa de capacitación, La

Ruta de Innovación y Emprendimiento (RIE), pretende promover la función social de La Universidad del Cauca, en cuanto a capacitar al sector empresarial de la región, con el fin de hacer transferencia de conocimientos y habilidades, y así lograr un fortalecimiento de sus competencias, Generando, un acercamiento entre el programa de Administración de Empresas, empresarios y población en general; y creando en los estudiantes una vocación social, a través de la transferencia de conocimientos al servicio de la comunidad en general.

En consecuencia, este trabajo práctico se realizó con el fin de poner en marcha la implementación de un programa de capacitación para empresarios de la región.

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Implementar un programa de capacitaciones para el empresariado Caucano, en el periodo académico 2020-1.

1.3.2. Objetivos Específicos

Realizar una investigación de mercados sobre las necesidades actuales de capacitación del empresariado caucano.

Diseñar la estructura y nombre del ente que prestará el servicio de capacitación a los empresarios Caucanos.

Estructurar el Programa de Capacitación.

CAPÍTULO II. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

En este capítulo se desarrolla el marco conceptual, donde se expresan diferentes conceptos que son la base para el desarrollo del presente trabajo. Seguidamente, el marco referencial que permitió la construcción del marco contextual, y por último se plantea el marco legal, en el cual se encuentran provisiones regulatorias y leyes.

2.1. Marco Conceptual y teórico

En el próximo apartado vamos a describir los siguientes conceptos

Programa De Capacitación

De acuerdo a Fletcher (2000) citado en Morales (2010) “El programa de capacitación es el instrumento que sirve para explicitar los propósitos formales e informales de la capacitación y las condiciones administrativas en las que se desarrollará. El programa debe responder a las demandas organizacionales y las necesidades de los trabajadores” (p.3).

Capacitación

Según Siliceo (2006) La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador.

Por otro lado, la capacitación es un hecho resultante del encuentro entre el emisor y el receptor a través de un mensaje transmitido con un método (Moreno, 1980).

Educación Informal

Se define como aquel aprendizaje que se genera gracias a la interacción con el propio entorno, a la comunicación que establecemos con todos los que nos rodean, por las experiencias que adquirimos día a día (García et al.2016).

Empresario

Según Termes (2003) “Empresario es el que aporta la función de “inventar” que viene del verbo latino “invenire”, que significa hallar, encontrar, descubrir, las oportunidades de beneficio, con independencia que participe o no en el capital de la empresa”

De acuerdo a Kinzner (1973) citado en Termes (2003) “El empresario es aquella persona que está suficientemente alerta para detectar oportunidades hasta entonces no descubiertas y dispuesto a aprovecharlas para obtener la recompensa” (p.3).

Emprendimiento

Según Macías & Lastra (2013) se entiende al emprendimiento como un conjunto de competencias, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistemático, convertirlas en ideas innovadoras con base a su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficio propio y de su entorno.

Teoría de Andy Freire

Según la teoría del triángulo invertido propuesta por Andy Freire, todo proceso emprendedor combina tres componentes. El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas.

De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto. Por eso, el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos. (Gómez 2012)

Emprendimiento según Schumpeter

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones.

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”.

La naturaleza de este sistema económico no permitiría un equilibrio estático ya que sería interrumpido por los esfuerzos de los emprendedores para establecer nuevas posiciones monopólicas a través de la introducción de innovaciones. Los incentivos para estas actividades serían las ganancias o rentas monopólicas que los emprendedores recibieran. (Gómez 2012)

Emprendimiento según la Escuela Austríaca

Varios autores rechazaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien compartían la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento en el proceso de desarrollo capitalista, diferían en su concepción de la naturaleza de la persona y actividad en el impacto de estos en el proceso y en la visión futura del capitalismo.

Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas.

El conocimiento generado por esta situación aumenta con el tiempo, por lo que la

incertidumbre se reduce progresivamente. Para Kirzner, el emprendedor, gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás. Más aún, el emprendimiento no está encapsulado en la mera posición de un mayor conocimiento de las oportunidades del mercado.

Según los austríacos, el énfasis de Schumpeter en el cual el emprendedor está empujando la economía en el sentido contrario al equilibrio, ayuda a promover la percepción errónea de que el emprendimiento es, de alguna manera, innecesario para entender la manera en que el mercado tiende a la posición de equilibrio. (Gómez 2012)

Para llevar a cabo esta práctica profesional, se tuvo en cuenta los lineamientos de la metodología de **Investigación de Mercados**, la cual según Herrera (2009) nace como una actividad organizada en 1911 con el nombramiento de Charles Parlin como Gerente de Investigación Comercial del departamento de publicidad de la Curtis Publishing Company.

La esencia de Investigación de Mercados es obtener datos e información para la toma de decisiones más acertadas dentro de un ambiente competitivo (Herrera, 2009)

La investigación de mercados es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia. (Valderrey, 2010).

Investigación de mercados es la planeación, recolección y análisis de datos relevantes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de este análisis a la dirección. (McDaniel Jr, C., & Gates, R.)

2.2. Marco Legal

Se tendrá en cuenta las directrices y lineamientos de la Ley General de Educación, Ley

115 de 1994 y el Decreto 1075 de 2015.

Art. 43 – Ley 115/94

“Definición de educación informal. Se considera educación informal todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros no estructurados”. (Congreso de la Republica de Colombia, 1994).

Educación informal

“La oferta de educación informal tiene como objetivo brindar oportunidades para complementar, actualizar, perfeccionar, renovar o profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas.

Hacen parte de esta oferta educativa aquellos cursos que tengan una duración inferior a ciento sesenta (160) horas. Su organización, oferta y desarrollo no requieren de registro por parte de la secretaría de educación de la entidad territorial certificada y sólo darán lugar a la expedición de una constancia de asistencia.

Para su ofrecimiento deben cumplir con lo establecido en el artículo 47 del Decreto-ley 2150 de 1995.

Toda promoción que se realice, respecto de esta modalidad deberá indicar claramente que se trata de educación informal y que no conduce a título alguno o certificado de aptitud ocupacional.” (Ministerio de Educación Nacional, 2015)

2.3. Marco Referencial

Aspectos Generales De La Organización

La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento del Programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca es una estrategia académica impulsada por la Facultad

de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas.

La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento, a través de las alianzas estratégicas suscritas con instituciones públicas y empresas privadas, buscará promover iniciativas de emprendimiento en sus estudiantes y los emprendedores de la región, por medio de capacitaciones, asesorías y acompañamiento en el proceso de ideación, formulación, estructuración y formalización de empresas.

¿Cómo lo hará?

Fomentando el emprendimiento social, investigativo y empresarial.

Propiciando escenarios para la difusión del espíritu emprendedor basados en el desarrollo de la creatividad e innovación.

Estableciendo y fortaleciendo las relaciones y alianzas estratégicas con los diferentes actores del emprendimiento.

2.4. Filosofía De La Organización

Misión

La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento - RIE del Programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca, tiene como propósito incentivar e impulsar la investigación, el desarrollo y la formación de nuevos líderes; articulados con una participación e interacción potencialmente entre la Universidad, las empresas y las organizaciones sociales; motivando y estructurando la creación de nuevas iniciativas creativas, a partir de los esfuerzos realizados de equipo altamente capacitado por medio de una dirección integral que genere la unión de la investigación y la innovación contribuyendo al crecimiento del ecosistema empresarial, social y

cultural de la región (Universidad del Cauca, 2015).

Visión

Para el año 2022, La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento, será reconocida a nivel regional por su valiosa contribución e interacción para el desarrollo de procesos y actividades que fomenten la generación de iniciativas creativas basadas en el conocimiento a partir de la investigación e innovación por medio de la formación, asesoría y el acompañamiento para potenciar futuras ideas de impacto en pro del cambio sostenible para la región (Universidad del Cauca, 2015).

Valores Organizacionales

Responsabilidad: Llevamos a cabo cada tarea con objetividad y efectividad dirigida al cumplimiento oportuno de metas.

Trabajo en equipo: Colaborar y cooperar para lograr los objetivos establecidos ya sean individuales y comunales logrando así la sinergia total de los mismos.

Espíritu Emprendedor: La cultura y la energía vital serán los que guían e impulsan al líder empresarial.

Honestidad: Verdad y justicia con la integridad moral entre La Ruta de la Innovación y el emprendedor.

Compromiso: Dedicación hacia el trabajo a realizar por parte del equipo intermediario, así como del emprendedor mismo, motivado por su iniciativa empresarial e investigativa.

Confianza: Generar confianza que les permita a los emprendedores crear, perseverar y alcanzar sus iniciativas innovadoras.

2.5. Servicios

Programa de Formación: Formación de competencias mediante una cátedra que sea transversal en todos los programas de la universidad y así fortalecer la interacción con el entorno local que logren un impacto social, económico y cultural en nuestra región que permita incentivar una cultura emprendedora en toda la comunidad Unicaucana.

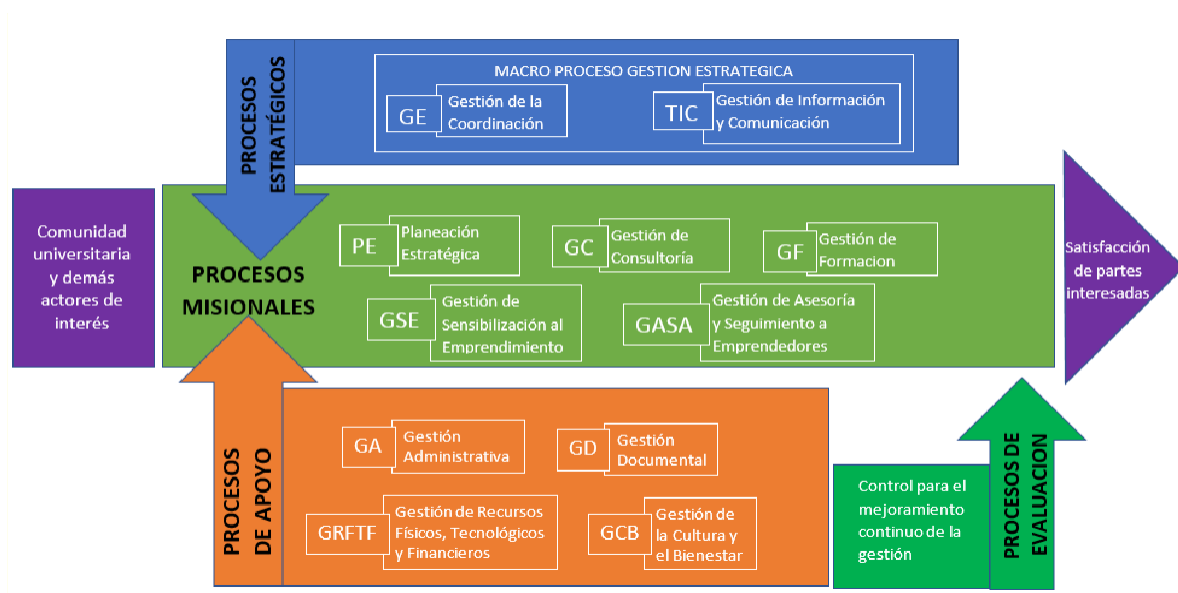
Asesoría: Capacitar, asesorar y fortalecer las ideas, modelos y/o planes de negocio de los estudiantes y la comunidad en general.

Consultoría: Brindar asesorías gerenciales a las empresas locales.

2.6. Mapa de procesos de la ruta de la innovación y el emprendimiento

El mapa de procesos de La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento muestra la visión general del Sistema Integrado de Gestión de la RIE, en el que se representan los procesos, así como sus interacciones principales. Dichas interacciones se comunican mediante flechas que indican los flujos de información (Universidad del Cauca, 2015).

Figura 1. Mapa de procesos de la ruta de la Innovación y el Emprendimiento



Nota. Fuente: López y Vargas (2018).

Procesos Estratégicos: Facilitan las guías de actuación para los procesos claves e incluyen procesos relativos al establecimiento de políticas y estrategias, fijación de objetivos, provisión de comunicación, aseguramiento de la disponibilidad de recursos necesarios para el desarrollo de los mismos.

Procesos Misionales: Incluyen todos los procesos que proporcionan el resultado previsto por la unidad en el cumplimiento de nuestro objetivo y razón de ser.

Procesos de apoyo: Facilitan los medios necesarios para que los procesos claves se realicen de manera efectiva y eficiente; Incluyen todos aquellos procesos para la provisión de los recursos que son necesarios en los procesos estratégicos, misionales y de mejora continuo.

CAPÍTULO III. CONCEPTUALIZACIÓN METODOLOÓGICA

3.1. Metodología

Para el desarrollo de este trabajo de grado se desarrollará un estudio descriptivo. Se ha optado por seleccionar este tipo de estudio porque se considera que es el más pertinente para abordar los datos que se recolectarán en este trabajo, ya que, el estudio descriptivo es utilizado para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permite establecer las características demográficas de las unidades investigadas (número de población, distribución por edades, nivel de educación, etc.). En este caso particular, las unidades a investigar serán los elementos constituyentes del mercado objetivo que se definirá posteriormente.

La metodología que se utilizará para el desarrollo de este estudio descriptivo será la investigación de mercados. Se definirá previamente un objetivo de investigación de mercados para determinar las necesidades de formación que se necesitan en este trabajo, y después obtener esa información al aplicar una encuesta a un público objetivo que también se definirá más adelante.

Se hará uso de una herramienta denominada OKR (Objetivos y resultados clave), que es una herramienta de gestión que fue creada por el ex CEO de Intel, Andrew Grove, y que se define como los métodos y el proceso necesario para organizar una empresa a través del sano ejercicio de fijar objetivos individuales y medirlos tanto cuantitativa y cualitativamente.

El nombre OKR está directamente ligado a la manera en que funciona y está estructurada esta metodología:

Objetivos: los objetivos presentan una dirección clara de lo que la empresa pretende conquistar. El objetivo general debe ser cualitativo y con aspiraciones. Necesita tener

importancia real para el desempeño de la empresa, además de representar un deseo legítimo de los gestores.

Resultados Clave: Son metas menores que ayudan directamente en la conquista de la meta principal. Debe haber un pequeño conjunto de resultados claves por cada objetivo general. El resultado clave tiene la función de indicar si el objetivo general será alcanzado o no. Por eso es necesario que este sea simple, cuantitativo y que represente un criterio para el éxito, además de poseer medidas para el control (Llavina et al. 2020).


CAPÍTULO IV. DESARROLLO DEL TRABAJO

Este capítulo muestra el Plan de Trabajo desarrollado para el cumplimiento de los objetivos de la práctica profesional.

4.1. Desarrollo De Las Actividades Realizadas En La Práctica Profesional

Para el desarrollo de los objetivos planteados, se establecieron las actividades principales con las que se implementaría el programa de capacitación de La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento.

Figura 2. Matriz Okr's



Objetivo General	Objetivos del específicos	Resultados clave	Actividades clave
<p>Implementar un programa de capacitaciones para el empresariado Caucano, en el periodo académico 2020-1</p>	<p>Realizar una investigación de mercados sobre las necesidades actuales de capacitación del empresariado caucano</p>	<p>Construir una base de datos de 200 empresarios</p>	<p>Realizar base de datos de los empresarios Caucanos</p>
		<p>Contactar al 70% de empresarios caucanos</p>	<p>Establecer contacto con al menos el 70% de los empresarios, para realizar encuesta relacionada con las necesidades de sus socios/as</p>
		<p>Identificar 10 necesidades de formación del empresariado caucano</p>	<p>Identificar las necesidades de los empresarios caucanos contactos</p>
	<p>Diseñar la estructura y nombre del ente que prestara el servicio de capacitación a los empresarios Caucanos</p>	<p>Hacer una base de datos con 20 expertos</p>	<p>Hacer base de datos de expertos en capacitaciones, según las necesidades detectadas</p>
		<p>Entregar un brochure de los cursos a ofertar</p>	<p>Definir la oferta para los cursos en el periodo 2020-1</p>
		<p>Crear una base de datos de 15 aliados estratégicos</p>	<p>Realizar base de datos de aliados estratégicos, para el</p>
	<p>Estructurar el Programa de Capacitación</p>	<p>Definir un objetivo general y tres específicos</p>	<p>Definir los objetivos del programa de capacitación</p>
		<p>Definir tres recursos necesarios para llevar a cabo el programa de capacitación</p>	<p>Definir los recursos necesarios para llevar a cabo el programa de capacitación</p>
		<p>Escoger una plataforma virtual para brindar las capacitaciones</p>	<p>Escoger la plataforma virtual para brindar las capacitaciones</p>

4.2. Objetivo 1

Realizar Una Investigación De Mercados Sobre Las Necesidades Actuales De Capacitación De Los Empresarios.

Para dar cumplimiento al primer objetivo se utiliza como base guía la investigación de mercados, la cual permite recolectar y analizar la información más relevante para dar cumplimiento al objetivo propuesto sobre las necesidades actuales de capacitación de los empresarios de la región, mediante 4 fases desarrolladas a continuación

4.2.1. Fase I: Determinación de necesidades de información

4.2.1.1. Descripción del problema

Según observaciones de los pares académicos de acreditación de alta calidad, no se evidencia que El programa de Administración de Empresas (PAE) de la Universidad del Cauca, tenga vínculos o tendrá una fluidez de interrelación con el empresariado de la región, haciendo uso de la proyección social de la Universidad, por medio de la cual pretende prestar servicios sociales a la comunidad en general. Por lo tanto, se quiere que surja una iniciativa por parte del PAE, de capacitación para los empresarios según sus necesidades actuales

4.2.1.2. Hipótesis

En el desarrollo de la determinación de las necesidades de información se plantea la siguiente Hipótesis:

El programa de administración de empresas no es una solución en capacitaciones para el empresariado regional

4.2.1.3. Objetivo General

Elaborar un estudio de mercado para determinar las principales necesidades de los empresarios de la región.

4.2.1.4. Objetivos específicos

Elaborar un instrumento que permita la obtención de datos que nos ayuden a identificar las necesidades básicas de los empresarios

Realizar un análisis de los datos recolectados en el estudio y analizar los resultados obtenidos.

Generar estrategias y o conclusiones de acuerdo a los resultados obtenidos.

4.2.2. Fase II: Diseño de la investigación de mercados

4.2.2.1. Análisis del consumidor

Es el estudio que hacemos al futuro cliente y/o consumidor con el fin de detectar cuáles son sus necesidades y como podremos satisfacerlas, donde se pretende conocer en qué sector se encuentra la empresa, cantidad de empleados, dificultades, los retos a los cuales se enfrentan con las empresas, lo que permitirá aportar los datos suficientes para conocer a el futuro cliente y conocer a fondo que sucede con ellos y poder brindarles un mejor servicio.

4.2.2.2. Análisis de competencia

Para poder realizar el estudio de mercado de hace necesario establecer cuál es nuestra competencia directa, si han acudido a algún tipo de capacitación, que temas se han tratado, porque medio, su opinión respecto a ellos con el fin de estudiar con que empresas se comparte el mercado y quienes se asemejan a el servicio que queremos ofertar.

De acuerdo a las respuestas que den los encuestados se pretende establecer qué y cuáles son las ventajas de la competencia y determinar si es factible o no convivir ellos, en cuanto a mercado local, debido a que en nuestra ciudad es poco el nivel de empresa y nuestro objetivo principal se encuentran las micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales serían un gran mercado.

4.2.2.3. Estrategia

Es algo muy importante puesto que con ellos se dará a conocer y posicionar objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la

más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

Liderazgo en costo. - Consiste en mantenerse competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.

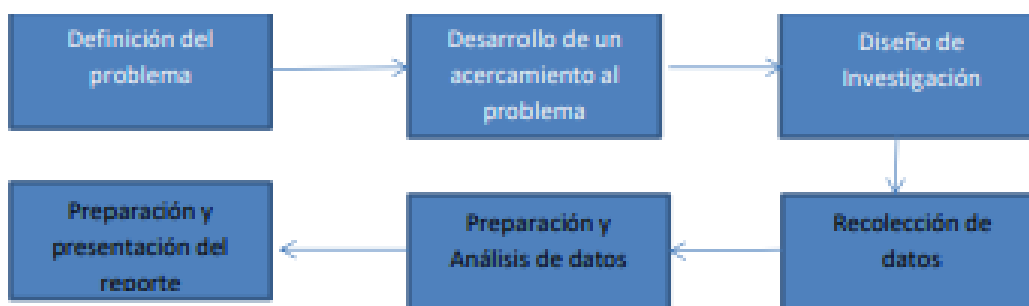
Diferenciación. - Consiste en crear un valor agregado sobre el servicio ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único y diferente: diseño, imagen, atención al cliente, temas diferentes, innovadores y necesarios para estar a la vanguardia tanto del cliente como de la competencia.

4.2.2.4. Diseño Metodológico

Para el desarrollo del presente objetivo se realizó un estudio con un método tipo cualitativo esto a que se trata de una investigación exploratoria, debido a que se pretende conocer un servicio poco explorado en nuestra ciudad, mediante, aspectos como dificultades, motivaciones, intensiones y necesidades para sus empresas.

Se utilizó el modelo planteado por (Malhotra, 2008) Debido a que se pretende afirmar el problema general de la investigación de mercados y especificar sus componentes específicos.

Figura 3. Modelo de investigación de mercados de Malhotra



Nota. Fuente: (Malhotra, 2008)

4.2.3. Fase III: Ejecución de la investigación de mercados

4.2.3.1. Obtención de la información

La herramienta de recolección de información se realizó mediante fuente primaria como lo es las encuestas, mediante correos electrónicos y redes sociales se compartió el link de la encuesta, con el fin de conocer las necesidades de capacitación de los empresarios de la región, es decir poder conocer los temas o áreas en las cuales estos necesitan ser capacitados y de esta manera poder brindar un portafolio acorde a sus necesidades, la encuesta fue aplicada de manera virtual por motivos de pandemia, a una muestra de 83 empresas.

Para definir la cantidad de encuestas se realizó una muestra de las 3.784 empresas que actualmente tienen Popayán, es decir una población finita

El muestreo no probabilístico se desarrolló mediante la metodología de bola de nieve, donde se localizaron algunos individuos, los cuales se contactaron por redes sociales y correos electrónicos que posteriormente compartieron el instrumento, conduciendo a otros y estos a otros, y así hasta conseguir una muestra suficiente y con las características específicas anteriormente definidas (Anderson & Sweeney, 2008).

4.2.3.2. Análisis y resultados

Para obtener los resultados, se generaron las siguientes variables

Tabla 1. Variables de encuesta

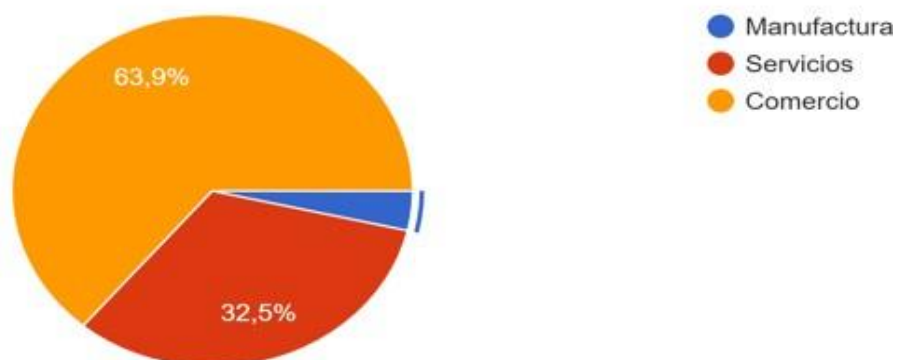
Pregunta	Variable
1	Nombre de la Empresa
2	Dirección de la Empresa
3	Teléfono de la Empresa
4	Correo electrónico de la Empresa
5	Nombre del Gerente y/o representante legal
6	Teléfono del Gerente y/o representante legal
7	Correo electrónico del Gerente y/o representante legal
8	1. ¿En qué sector se encuentra su empresa?
9	2. ¿Cuál es la actividad de la empresa?
10	3. ¿Con cuántos empleados cuenta la empresa?
11	4. ¿Ha tenido o tiene alguna dificultad en el manejo de la empresa?
12	5. Describa la o las principales dificultades que ha tenido hasta el momento
13	6. ¿Cuál es la mayor dificultad que enfrenta la empresa en la actualidad?
14	7. ¿Cuál ha sido o es el mayor reto en el manejo de la empresa?
15	8. ¿Usted ha recibido algún tipo de capacitación empresarial?
16	9. ¿Con qué frecuencia?
17	10. ¿Cuál es nombre de las capacitaciones recibidas?
18	11. ¿Por medio de qué entidad o entidades realizo dichas capacitaciones?
19	12. ¿Considera necesario que se oferten capacitaciones tales como talleres, seminarios, cursos cortos, etc. para empresarios?
20	13. ¿Estaría interesado en participar en realizar un taller, seminario, curso corto, etc., para empresarios?
21	14. ¿Qué temas de capacitación le ayudarían a alcanzar los objetivos de la empresa?

Para efectos del presente objetivo los hallazgos fueron los siguientes:

Figura 4. Sector de la empresa

1. ¿En qué sector se encuentra su empresa?

83 respuestas

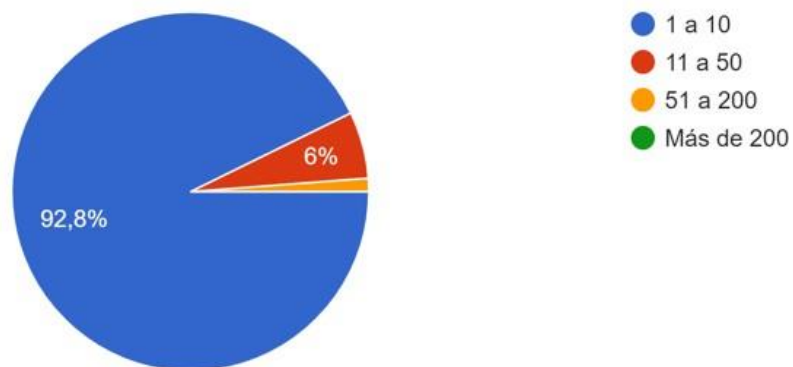


Fuente: elaboración propia.

En la gráfica se evidencian los resultados en porcentajes, el 63,9% corresponde a las empresas ubicadas en el sector de comercio, el 32,5% son aquellas empresas pertenecientes al sector de los servicios, y un bajo porcentaje del 3% aproximadamente corresponde a empresas manufactureras. La mayoría de las empresas encuestadas trabajan en el sector del comercio, y muy pocas se dedican a la manufactura.

Figura 5. Número de empleados

3. ¿Con cuántos empleados cuenta la empresa?
83 respuestas

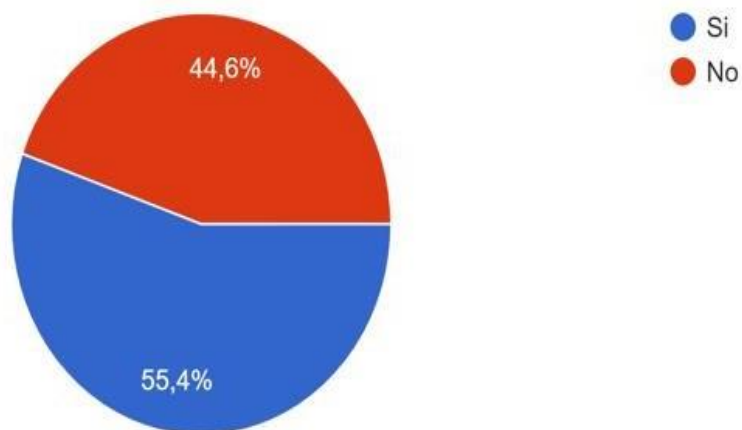


Fuente: elaboración propia.

Se puede evidenciar que el 92,8% de las empresas de la región cuentan con máximo 10 empleados a su cargo, lo cual indica que es un alto porcentaje de encuestados que tienen empresas pequeñas debido a que no se superan los 10 empleados. El 6% de los encuestados tienen de 11 a 50 empleados indicando que estas empresas están creciendo, pero que son pocas en la región, y un porcentaje muy bajo de las empresas encuestadas tienen a su cargo de 51 a 200 empleados. Ninguna empresa encuestada tiene más de 200 empleados lo cual no es positivo para la ciudad, ya que se puede ver afectada la oferta de empleo.

Figura 6. *Dificultad en el manejo de la empresa*

4. ¿Ha tenido o tiene alguna dificultad en el manejo de la empresa?
83 respuestas

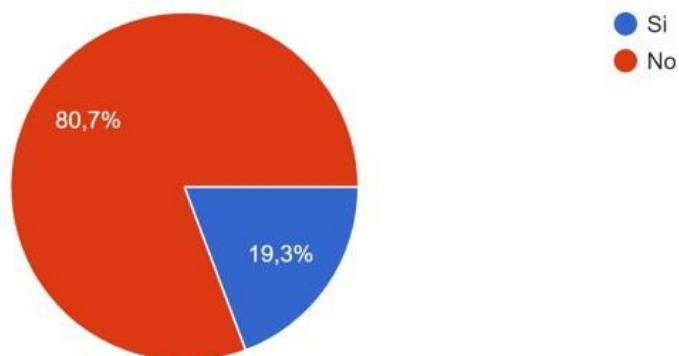


Fuente: elaboración propia.

El 55,4% de los encuestados respondieron a ver tenido o tener alguna dificultad en algún momento en el manejo de su empresa. El 44,6% respondieron no haber tenido ninguna dificultad en el manejo de sus empresas ni en el pasado ni en la actualidad.

Figura 7. Capacitaciones empresariales

8. ¿Usted ha recibido algún tipo de capacitación empresarial?
83 respuestas



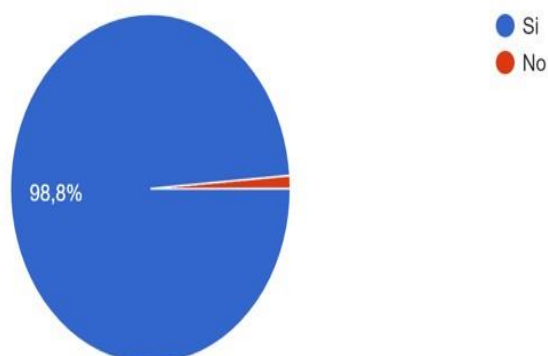
Fuente: elaboración propia.

Se puede evidenciar que el (19,3%) de los encuestados dicen a ver recibido algún tipo de capacitación empresarial, y el (80,7%) que corresponde a la mayoría de los encuestados manifiestan no haber recibido ningún tipo de capacitación. Con la cual se puede inferir que es un porcentaje relevante el cual tiene esta falencia en sus empresas, y se hace necesario la implementación de poder diseñar un programa de capacitaciones que les permita ampliar sus conocimientos en diferentes tipos de temas.

Figura 8. Necesidad de capacitación

12. ¿Considera necesario que se oferten capacitaciones tales como talleres, seminarios, cursos cortos, etc. para empresarios?

83 respuestas



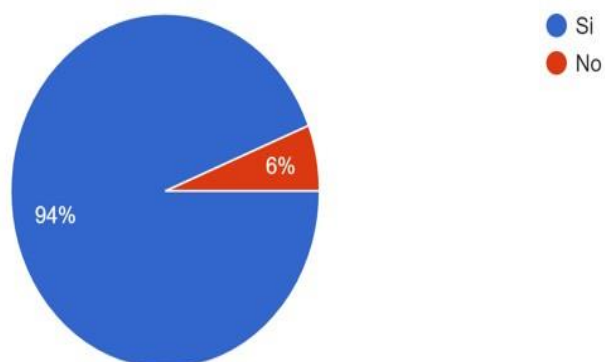
Fuente: elaboración propia.

Se evidencia claramente que la gran mayoría de los empresarios de la región consideran necesario que se oferten capacitaciones para sus negocios, lo cual es positivo porque de esto se puede deducir que el objetivo general de la investigación es viable en cuanto a la implementación de capacitaciones del empresariado caucano del primer periodo del año 2021.

Figura 9. Participación en talleres, seminarios entre otros.

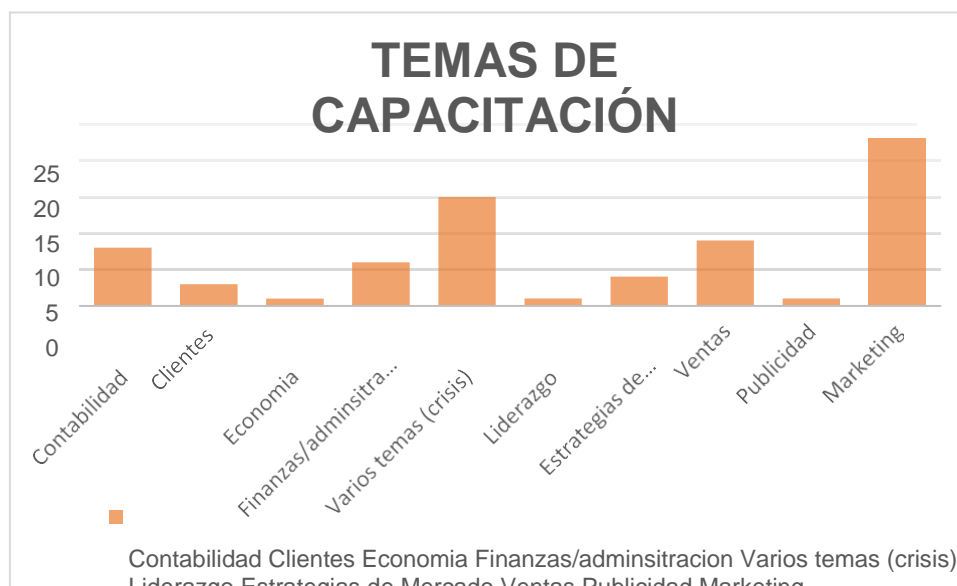
13. ¿Estaría interesado en participar en realizar un taller, seminario, curso corto, etc., para empresarios?

83 respuestas



Fuente: elaboración propia.

Se evidencia que la gran mayoría de los encuestados que corresponde al 94% les interesa participar en algún tipo de capacitación ya sea seminario, taller, curso, entre otros. Con esta pregunta se concluye que la investigación es viable y se puede llevar a cabo la oferta de capacitaciones a los empresarios de la región.

Figura 10. Temas de capacitación

Fuente: Elaboración Propia

En temas de capacitación los empresarios respondieron a pregunta abierta que tipo de temas les gustaría ser tratados en las capacitaciones, donde se observa que la mayor parte indican que les interesa Marketing, seguido de temas relacionados a crisis y aquellos relacionados con la parte contable del negocio.

4.2.4. Fase IV: Comunicación de los resultados

4.2.4.1. Informe de resultados

Como resultado de la investigación se obtuvo que se debe incluir dentro de las capacitaciones aquellas que tienen que ver con comercio, ventas, marketing, debido a que es el sector donde se desenvuelve en un mayor porcentaje nuestro estudio, enfocada en todo el equipo de trabajo, debido a que gran parte de los encuestados no superan los 10 empleados lo que facilita la socialización del tema que se quiere dar a conocer indicando que es una inversión, puesto que al capacitar al personal estamos garantizando un mejor servicio que es de las principales falencias que se presenta en el sector comercio de la ciudad, gran parte de los

empresarios han presentado falencias a la hora de manejar las empresas, es entendible ya que muchos empresarios son empíricos o en sus lugares de estudio no hay ese enfoque en sus propios negocios, por lo cual se puede plantear capacitaciones en los temas donde más se presenten dificultades puesto que casi el 100% del estudio indica que es una muy buena alternativa, puesto que cada negocio tiene sus dificultades y problemas propios por lo cual no hay ese tipo de enfoque, y es ahí donde queremos llegar con este resultado.

4.2.4.2. Conclusión

Enfocarnos en la necesidad del negocio y el empresario, es decir no dictar capacitaciones o seminarios de manera general como algunas empresas de capacitación lo realizan, debemos marcar nuestro punto diferenciador con capacitaciones nuevas, dinámicas enfocadas en el cliente que es nuestra perspectiva principal, ya que un cliente satisfecho es la entrada a más clientes, como nos indicaron los encuestados Enfocarnos en el marketing, la crisis y contabilidad debido a que son temas que varían constantemente y es donde se debe estar a la vanguardia.

4.3. Objetivo 2

Diseñar La Estructura Y El Ente Que Prestara El Servicio De Capacitación A Los Empresarios.

Para dar cumplimiento al segundo objetivo; se hace la construcción de una base de datos de expertos en capacitación, para lo cual se solicita a la coordinación del programa por medio de correo electrónico, la información de todos los docentes que hacen parte del departamento de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca, posteriormente, teniendo en cuenta las necesidades de capacitación actual del empresariado caucano antes vistas, se seleccionan 20 docentes de diferentes áreas de la administración, para hacer parte de

esta base, con el fin de darles a conocer el proyecto de capacitación a empresarias y estos se involucren aportando sus conocimientos y experiencias para la realización del diseño de los módulos de los cursos que se brindaran a los empresarios; estos docentes son de gran reconocimiento en la universidad y con una gran trayectoria profesional, siendo estos los más idóneos para el cumplimiento de los objetivos del programa. Esta base se encuentra subida en el drive de la RIE (ver anexos 7 y 8).

Tabla 2. *Expertos en capacitación*

EXPERTOS EN CAPACITACION	
No	NOMBRE
1	Carlos Danilo Millan Diaz
2	Nestor Eugenio Bravo
3	Nicolas Fernandez Sandoval
4	Reinaldo Erazo Rodriguez
5	Diego Caceres Barajas
6	Zamanda Correa
7	Franklin Mosquera Pisso
8	Hector Alejandro Sanchez
9	Jose Reinel Bermeo Muñoz
10	Henry Muñoz Muñoz
11	Henry Erney Ramirez Paruma
12	Ernesto Velez Betancur
13	Jorge Enrique Barrera Moreno
14	Jorge Arbey Tobar Dejesus
15	Elizabeth Toro Chala
16	Isabel Gonzalez Serna
17	Luis Guillermo Cespedes Solano
18	Luis Alfonso Calvo
19	Martha Lucía Acosta R
20	Juan Manuel Arévalo

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se dará el perfil de algunos de los expertos mencionados anteriormente.

Tabla 3. Perfiles profesionales

DOCENTE	ESTUDIOS PREGRADO	ESPECIALIZACIONES	MAGISTER
Jorge Enrique Barrera Moreno	Administrador de Empresas de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá	Proyectos de Desarrollo (Escuela Superior de Administración Pública ESAP) Gestión Pública (Universidad del Cauca) Alta gerencia (Universidad Icesi de Cali)	
José Reinel Bermeo Muñoz	Administrador de Empresas de la Universidad del Norte de Monterrey, Nuevo León (México).	Gestión tributaria de la universidad Piloto de Colombia.	Administración Universitaria (Universidad del Norte de Monterrey, Nuevo León (México).
Diego Cáceres Barajas	Administrador de Empresas de la Universidad Jorge Toledo Lozano de Bogotá, con especialización en:	Proyectos de Desarrollo (Escuela Superior de Administración Pública ESAP). Gestión Pública (Universidad del Cauca). Alta Gerencia (Universidad Icesi de Cali). Gerencia de servicios (Universidad Cooperativa de Colombia).	
Zamanda Correa	Psicóloga de la Universidad Nacional de Colombia	Docencia Universitaria (Universidad Cooperativa de Colombia).	
Reinaldo Erazo Rodríguez	Contador Público de la Universidad del Cauca	Mercadeo (Universidad Icesi de Cali)	Contaduría (Universidad Autónoma de México)

Teniendo en cuenta, que tenemos definas las necesidades de capacitación que existe en el empresariado Caucano, se hace un brochure, que se encuentra subido en el drive de la RIE, de los cursos a ofertar; este contiene los logos de la universidad del Cauca y de la estrategia RIE (Ruta de la innovación y el emprendimiento), información básica de lo que es la estrategia

RIE, del proyecto de capacitación a empresarios Caucanos, posteriormente la oferta de los diez cursos que se ofertaran basados en las necesidades actuales como son: Ventas, Como afrontar la crisis por la pandemia, finanzas, marketing, procesos administrativos, crecimiento empresarial, personal, atención al usuario, publicidad e inventarios; finalmente encontramos las direcciones de las redes sociales donde todas las personas pueden seguir y enterarse de todos los proyectos y beneficios de la estrategia RIE (ver anexo 9).

Para finalizar, se construye una base de datos con quince posibles aliados estratégicos que pueden servir de apoyo a los procesos del centro de capacitación empresarial; encontramos entidades públicas como privadas; entre ellos se encuentran dependencia de la universidad del Cauca; esta base de es mucha importancia para el crecimiento del proyecto de capacitación a empresarios, ya que son entidades que tienen experiencia en brindar este tipo de capacitaciones, lo cual establecer una alianza con ellas se reflejaría de manera positiva para el logro de los objetivos y conjuntamente aportar al sector para su fortalecimiento y crecimiento. Para el momento ITAM y FDNL han ofrecido su disposición para colaborar con el centro de capacitación. (ver anexo 10).

Tabla 4. Posibles aliados estratégicos

No	ALIADOS ESTRATEGICOS	CONTACTO
1	Universidad del Cauca	8209900
2	Sena	8244372
3	Alcaldía Popayán	8333033
4	Gobernación del Cauca	8320352
5	Cámara y comercio del Cauca	8243625
6	Feria Empresarial	3006158287
7	Gerenciarte	8209900
8	Gremio Empresarial del cauca	8205443
9	Vicerrectoría Académica Unicauca	8209900
10	Itam	3146180515
11	FDNL (Fundación democracia y nuevos liderazgos)	3173813539
12	Conexo Digital	3133613693
13	Acopi Cauca	3154628623
14	Uniautónoma del cauca	8213000
15	Fud	8320226

Fuente: elaboración propia.

Universidad del Cauca

Figura 11. Foto de la Universidad del Cauca



Nota: Tomado de la Universidad del Cauca.

Misión

La Universidad del Cauca es una institución de educación superior pública, autónoma, del orden nacional, creada en los orígenes de la República de Colombia.

La Universidad del Cauca, fundada en su tradición y legado histórico, es un proyecto cultural que tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo social, mediante la educación crítica, responsable y creativa.

La Universidad forma personas con integridad ética, pertinencia e idoneidad profesional, demócratas comprometidos con el bienestar de la sociedad en armonía con el entorno.

La Universidad del Cauca genera y socializa la ciencia, la técnica, la tecnología, el arte y la cultura en la docencia, la investigación y la proyección social.

Sena

Figura 12. Logo SENA



Nota: Tomado de página web SENA

Somos un establecimiento público del orden nacional, con personería jurídica, patrimonio propio e independiente, y autonomía administrativa; Adscrito al Ministerio del Trabajo de Colombia. Ofrece formación gratuita a millones de colombianos que se benefician con programas técnicos, tecnológicos y complementarios que, enfocados en el desarrollo económico, tecnológico y social del país, entran a engrosar las actividades productivas de las empresas y de la industria, para obtener mejor competitividad y producción con los mercados globalizados.

Facultada por el Estado para la inversión en infraestructura necesaria para mejorar el desarrollo social y técnico de los trabajadores en las diferentes regiones, a través de formación profesional integral que logra incorporarse con las metas del Gobierno Nacional, mediante el cubrimiento de las necesidades específicas de recurso humano en las empresas, a través de la vinculación al mercado laboral -bien sea como empleado o subempleado-, con grandes oportunidades para el desarrollo empresarial, comunitario y tecnológico.

La entidad más querida por los colombianos funciona en permanente alianza entre

Gobierno, empresarios y trabajadores, desde su creación, con el firme propósito de lograr la competitividad de Colombia a través del incremento de la productividad en las empresas y regiones, sin dejar de lado la inclusión social, en articulación con la política nacional: Más empleo y menos pobreza. Por tal razón, se generan continuamente programas y proyectos de responsabilidad social, empresarial, formación, innovación, internacionalización y transferencia de conocimientos y tecnologías.

Alcaldía de Popayán

Figura 13. *Alcaldía de Popayán*



Nota: Tomado de la página web Alcaldía de Popayán.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 311 de la Constitución Nacional, al Municipio de Popayán, como entidad fundamental de la división político administrativa del Estado, le corresponde prestar los servicios públicos que determine la Ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las Leyes frente a sus habitantes, dándole especial énfasis al

desarrollo del ser humano como eje fundamental de la sociedad.

Gobernación del Cauca

Figura 14. *Escudo Gobernación del Cauca*



Nota: Tomado de la página web Gobernación del Cauca.

Figura 15. *Mapa departamento Cauca*



Nota: Tomado de Google.

Misión

El Departamento del Cauca es una entidad territorial que pertenece al nivel intermedio de la división político-administrativa territorial del Estado, que goza de autonomía para la Gestión de sus intereses, la que se manifiesta en términos de ejercer el gobierno, planificar el desarrollo social y económico, promover el bienestar de la comunidad, fomentar el desarrollo integral de sus municipios y demás entidades territoriales de su jurisdicción, mediante el

ejercicio de sus funciones administrativas de coordinación complementariedad, concurrencia, subsidiaridad e intermediación, dentro del marco de la Constitución y las leyes.

Cámara de Comercio del Cauca

Figura 16. Logo Cámara de Comercio del Cauca



Nota: Tomado de la página web Cámara de Comercio del Cauca.

Misión

La Cámara de Comercio del Cauca, es una entidad sin ánimo de lucro que trabaja por el desarrollo regional a partir de servicios que apoyan las capacidades empresariales, orienta los recursos y esfuerzos de todo su equipo de trabajo para el mejoramiento de la productividad, la competitividad, el emprendimiento y la articulación institucional de la región.

Visión

En el año 2024, en el centenario de su fundación, la Cámara de Comercio del Cauca será un referente en el suroccidente Colombiano como entidad clave de fomento del desarrollo empresarial y social, con servicios innovadores y capacidad de respuesta en beneficio de los empresarios de la región.

Con un equipo humano competente y con vocación de servicio, entregamos valor a nuestros

clientes, colaboradores, aliados y a la región, involucrados activamente con el crecimiento, internacionalización y desarrollo económico del Cauca.

Feria Empresarial Unicauca

Figura 17. *Logo Feria Empresarial Unicauca*



Nota: Tomado de Red Social Facebook Feria Empresarial Unicauca.

La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, es un espacio dedicado a la interacción entre estudiantes, empresarios y la sociedad para la presentación de proyectos, emprendimientos y empresas.

Gerenciarte

Figura 18. *Logo Gerenciarte*



Nota: Tomado de red social Facebook Gerenciarte.

Gerenciarte es un Evento gratuito que integra la empresa, la academia y la sociedad, alrededor de los distintos temas que abordan la gerencia. Este evento es organizado por el departamento de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca.

Vicerrectoría Académica Universidad del Cauca

Figura 19. *Escudo Unicauca*



Nota: Tomado de la página web Universidad del Cauca.

La Vicerrectoría Académica es la dependencia encargada de coordinar los diferentes procesos de admisión, matrícula, acreditación, elección y capacitación del personal docente, promoción de actividades académicas y divulgación de los programas que ofrece la Universidad del Cauca.

FDNL (Fundación democracia y nuevos liderazgos)

Figura 20. Logo FDNL



Nota: Tomado de red social Facebook FDNL.

Institución sin ánimo de lucro creada con el fin de capacitar y promover las nuevas generaciones de liderazgos en el campo empresarial, político, social y cultural.

Acopi Cauca

Figura 21. Logo ACOPI Cauca



Nota: Tomado de la página web ACOPI Cauca.

La Asociación de las Micro, pequeñas y Medianas Empresas - ACOPI Seccional Cauca es un gremio que se estableció en el Cauca, en la ciudad de Popayán en octubre del año 1.990. Fue constituida por empresarios de diversos sectores económicos, con el propósito de defender y representar los intereses de la pequeña y mediana industria caucana.

ACOPI es un gremio federado; lo dirige una Junta Directiva conformada por empresarios de la región, apoyados por una Dirección Ejecutiva que se encarga de gestionar los diferentes programas. Su máximo órgano de dirección es la Asamblea General de Asociados conformada por empresarios afiliados al gremio.

Uniautónoma Del Cauca

Figura 22. *Logo Uniautónoma del Cauca*



Nota: Tomado de la página web Uniautónoma del Cauca.

La Corporación Universitaria Autónoma del Cauca es una Institución de Educación Superior ubicada en la ciudad de Popayán. Uno de los valores más destacados de la Institución es su tradición como formadora de Talento Humano calificado. El cultivo y los aprendizajes de la ciencia y la técnica se iniciaron hace más de 40 años con la Corporación UCICA fundada en 1979 y reconocida por Resolución N° 13002 de 1984, expedida por el Ministerio de Educación Nacional.

Fundación Universitaria de Popayán FUP

Figura 23. Logo Fundación universitaria de Popayán



Nota: Tomado de la página web Fundación Universitaria de Popayán.

Contribuir a la formación integral de personas que comprometan sus esfuerzos en el desarrollo sostenible de la región y del país; sobre la base de una idoneidad profesional, de la adquisición y práctica de valores morales y de la ética. Proyectarse en acciones institucionales que coadyuven en la identificación y solución de problemas regionales.

4.4. Objetivo 3

Estructurar el programa de capacitación.

Para el cumplimiento a este objetivo, se ha estructurado un plan de capacitación en el cual se ha establecido la página web de la RIE para la realización de los programas de capacitación, esta ha sido aprobada reciente por la universidad, por lo cual se está a la espera de su construcción.

Se ha definido los objetivos del programa de capacitación, de la siguiente manera:

Objetivo General

Contribuir a empresarios y emprendedores caucanos, por medio de conocimientos que aporten al manejo de las empresas y emprendimientos; y así generar un crecimiento del sector y

fortalecimiento del mismo.

Objetivos Específicos

Sensibilizar a los gerentes y emprendedores de la importancia de las capacitaciones.

Alimentar la base de datos de empresarios semestralmente.

Ofrecer una temática acorde a las necesidades de los empresarios y emprendedores.

Actualizar los conocimientos requeridos de cada temática.

Ampliar los conocimientos requeridos en cada temática.

Apoyar a la continuidad y crecimiento del sector empresarial caucano.

Ampliar gradualmente la oferta de capacitación, abarcando temas nuevos de interés.

Por otro lado, los recursos necesarios para la implementación del programa de capacitación son:

Recursos humanos: Humanos: Es conformado por los expertos en capacitación y los participantes de los cursos, como los pasantes de la RIE.

Para esto se hace necesario el aporte de capital humano experto en temas empresariales de la universidad, en especial de la facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas; los cuales serían los que brindarían a poyo en la elaboración de los módulos a ofertar al sector empresarial.

Materiales: Se requiere contar en la RIE con una oficina propia, dotada con al menos un servidor de aceptables características, para el cargue de módulos y seguimiento del programa de capacitación; así como las comodidades mínimas tales como escritorio, sillas, elementos de papelería.

Plataforma: Este plan de capacitación, sería ofertado en la página web de la RIE, la cual fue aprobada en este año por la Universidad, es necesario la construcción de esta.

Publicidad: Se requiere de espacios publicitarios de la universidad para impulsar el plan de capacitación y llegue a todo el sector empresarial y este se beneficie del proyecto (ver anexo 11).

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento – RIE, está empezando a generar proyección social al sector empresarial de la región.

La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento – RIE sigue generando un impacto positivo en las diferentes facultades de la universidad, gracias a las iniciativas que se llevaron a cabo, entre esas el proceso de implementación de capacitación a empresarios.

Tanto la facultad como la universidad cuenta con excelentes profesionales expertos en capacitación, para llevar a cabo uno de los proyectos de la RIE

Los empresarios muestran gran interés en ser parte de los proyectos adelantados por la RIE.

El sector empresarial de la región está conformado en su mayoría por pequeñas empresas, las cuales no han tenido crecimientos notables con el transcurso de los años.

El empresariado Caucano carece de conocimientos administrativos.

Recomendaciones

Dada la importancia que se ha generado con la Ruta de la Innovación y el Emprendimiento – RIE, dentro de la universidad del Cauca, es necesario que se cuente con espacio propio para brindar los servicios de la RIE, dotado con los equipos necesarios para su normal desarrollo.

La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento – RIE, necesita ser apoyada tanto por la Universidad del Cauca, como por la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas y el Programa de Administración de Empresas, para seguir generando acciones que logren un impacto positivo y sobre todo real en la comunidad universitaria y su entorno de influencia, mediante una integración de todas las dependencias.

REFERENCIAS

- Acopi Cauca (2020). ¿Quiénes somos? <https://www.acopicauca.org.co/site/nosotros>
- Alcaldía de Popayán (s.f). Misión y visión. <http://popayan.gov.co/ciudadanos/la-alcaldia/mision-y-vision>
- Codeglia, A. (29 de 09 de 2020). Hotmart bloc. Obtenido de <https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/>
- Congreso de la Republica de Colombia. (8 de Febrero de 1994). Ley 115 de 1994 “Por la cual se expide la ley general de educación”. https://www.mineducacion.gov.co/1621/articulos-85906_archivo_pdf.pdf
- Congreso de la Republica de Colombia. (26 de enero de 2006). Ley 1014 de 2006 “Fomento a la Cultura del Emprendimiento”. <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Congreso de la Republica de Colombia (2016). Ley 1780 de 2016 “Ley de Emprendimiento Juvenil”.
- Brito Gómez, L., Hernández González, A. M., & Cruz Acosta, A. (2009). Un acercamiento teórico a la capacitación de directivos y reservas en dirección de salud. Revista Habanera de Ciencias Médicas, 8(2), 0-0.
- Fundación Universitaria de Popayán. (s.f). Misión Visión. <https://fup.edu.co/mision-vision/>
- García, L., Ruiz, M., & García, M. (2016). Claves para la educación: Actores, agentes y escenarios en la sociedad actual. Narcea Ediciones, Vol. 3.
- Guerrero, E. E. Z. (2004). Las PyME y su problemática empresarial. Análisis de casos. Revista escuela de administración de negocios, (52), 118-135.
- Gobernación del Cauca. (2019). Misión y Visión.

<https://www.cauca.gov.co/LaGobernacion/Paginas/Mision-y-Vision.aspx>

Gómez, M. M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Editorial Brujas.

Gómez, L. A. (2012). Teorías del emprendimiento. Recuperado de <http://unijc.pbworks.com/w/file/attach/54060386/TEORIASDELEMPRENDIMIENTO.pdf> capacidad emprendedora total y sus factores ($p > 0.05$).

Herrera, J. E. (2009). Investigación de Mercados. Bogotá: ecoe Ediciones.v

Ibáñez, C. L., & Egoscóabal, A. M. (2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. Revista escuela de administración de negocios, (64), 5-18.

Llavina, X., Piqueras, C., Lloret, P., González, O., Álvarez, M., Navarro, N., Pous, E.,

Rodríguez, C., Arranz, L. I., Sánchez, D., Martínez, P. y Amat, O. (2020). Teletrabajo: Vivir y trabajar mejor. Profit Editorial.

<https://www.profiteditorial.com/libro/teletrabajo/>

López, J. J. y Vargas, A. F. (2018). Informe de Pasantía: Estructuración de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Del Cauca. Universidad del Cauca.

McDaniel Jr, C., & Gates, R. de MERCADOS.

Ministerio de Educación Nacional. (26 de mayo de 2015). Decreto 1075 de 2015 “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Educación”.

https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-351080.html?_noredirect=1

Miranda, J. J. M. (2004). El desafío de la gerencia de proyectos. MMEditores.

Morales, J. (2010). Elaboración de programas de capacitación. Network.

Moreno, A. (1980). Guía metodológica para capacitación.

Reguera, A. (2008). Metodología de la investigación lingüística. Prácticas de escritura.

Editorial Brujas.

Siliceo, A. (2006). Capacitación y desarrollo de personal.

<https://books.google.es/books?id=CJhlsrSuIMUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

SENA (2011). ¿Quiénes somos? [https://www.sena.edu.co/es-](https://www.sena.edu.co/es-co/sena/Paginas/quienesSomos.aspx)

[co/sena/Paginas/quienesSomos.aspx](https://www.sena.edu.co/es-co/sena/Paginas/quienesSomos.aspx)

Termes, R. (2003). ¿Qué es una Empresa y Quién es Empresario? [http://web.iese.](http://web.iese.edu/rtermes/acer/files/Guatemala.pdf)

[edu/rtermes/acer/files/Guatemala. pdf](http://web.iese.edu/rtermes/acer/files/Guatemala.pdf)

Uniautónoma del Cauca (s.f). ¿Quiénes somos? <https://www.uniautonomadeuca.edu.co/>

Universidad del Cauca. (2015). Plan Estratégico Bicentenario 2027.

<http://multimedia.unicauca.edu.co/documentos/rectoria/plan-bicentenario-2016.pdf>

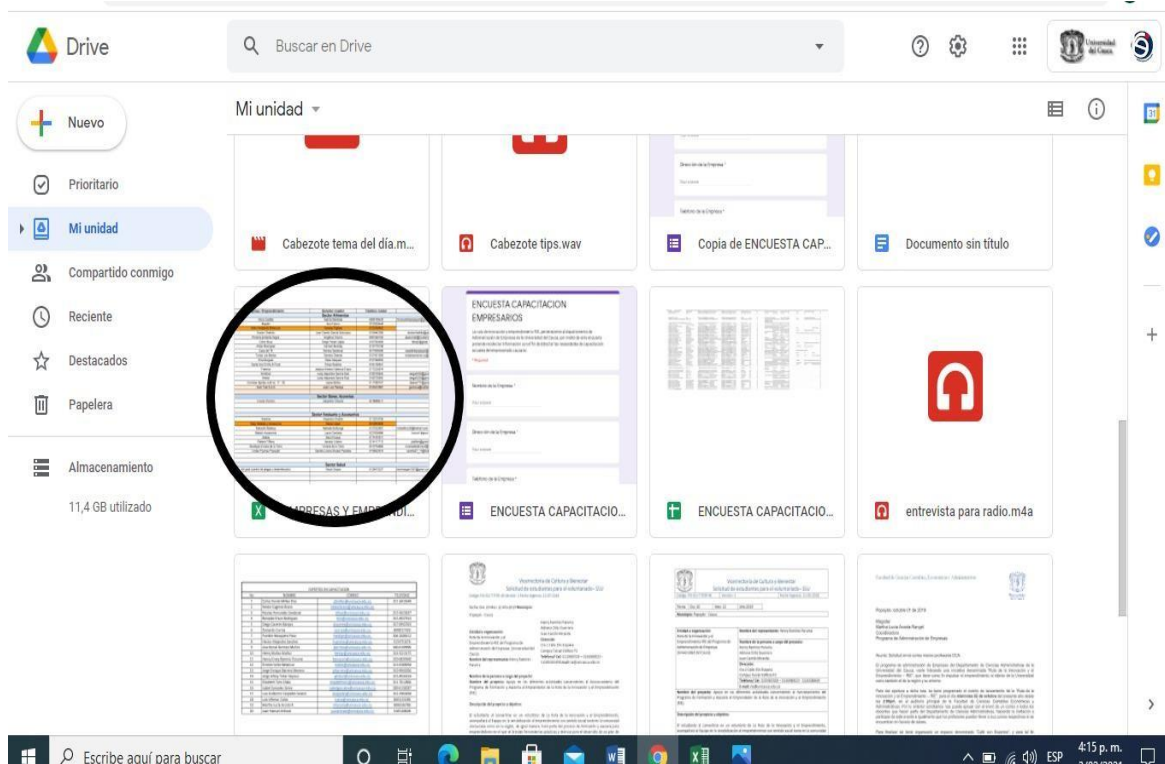
Universidad del Cauca (s.f). Acerca de Unicauca.

<http://www.unicauca.edu.co/versionP/node/18445>

Valderrey, P. (2010). Investigación de Mercados. Starbook Editorial, S..A.

ANEXOS

Anexo 1. Pantallazo base de datos empresarios en el drive de la RIE



Anexo 2. Encuesta a empresarios

ENCUESTA CAPACITACION EMPRESARIOS CAUCANOS

La ruta de innovación y emprendimiento RIE, perteneciente al departamento de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca; por medio de esta encuesta pretende recolectar información con el fin de detectar las necesidades de capacitación actuales del empresariado caucano.

Nombre de la Empresa: _____
 Dirección: _____
 Teléfonos: _____
 Correo: _____

Nombre gerente: _____
 Teléfono: _____
 Correo: _____

1. ¿En qué sector se encuentra su empresa?
 - a) Manufactura
 - b) Servicios
 - c) Comercio
2. ¿Cuál es la actividad de la empresa?

3. ¿Con cuántos empleados cuenta la empresa?
 - a) De 1 a 10
 - b) De 11 a 50
 - c) De 51 a 200
 - d) Más de 200
4. ¿Anteriormente, ha tenido o tiene alguna dificultad en el manejo de la empresa?
 - a) Si
 - b) No

Si la respuesta es afirmativa siga a la pregunta 5, si es negativa continúe con la pregunta 6.
5. Describa la o las principales dificultades que ha tenido hasta el momento

6. ¿Cuál es la mayor dificultad que enfrenta la empresa en la actualidad?

7. ¿Cuál ha sido o es el mayor reto en el manejo de la empresa?

8. ¿Usted ha recibido algún tipo de capacitación empresarial?

- a) Si
- b) No

Si la respuesta es afirmativa siga con la pregunta 9; si es negativa continúe con la pregunta 12.

9. ¿Con que frecuencia?

10. ¿Cuál es nombre de las capacitaciones recibidas?

11. ¿Por medio de qué entidad o entidades realizo dichas capacitaciones?

12. ¿Considera necesario que se oferten capacitaciones tales como talleres, seminarios, cursos cortos, etc. para empresarios?

- a) Si
- b) No

13. ¿Estaría interesado en participar en realizar un taller, seminario, curso corto, etc., para empresarios?

- a) Si
- b) No

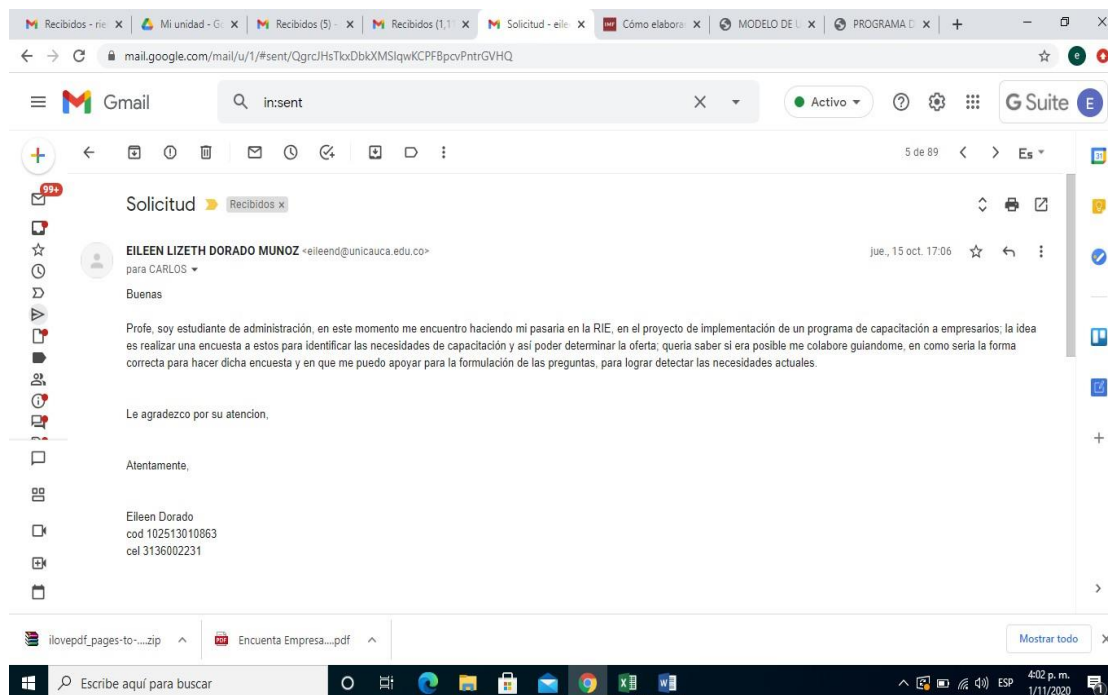
Si la respuesta es afirmativa continúe con la pregunta 14 de lo contrario se da por terminada la encuesta.

14. ¿Qué temas de capacitación le ayudarían a alcanzar los objetivos de la empresa?

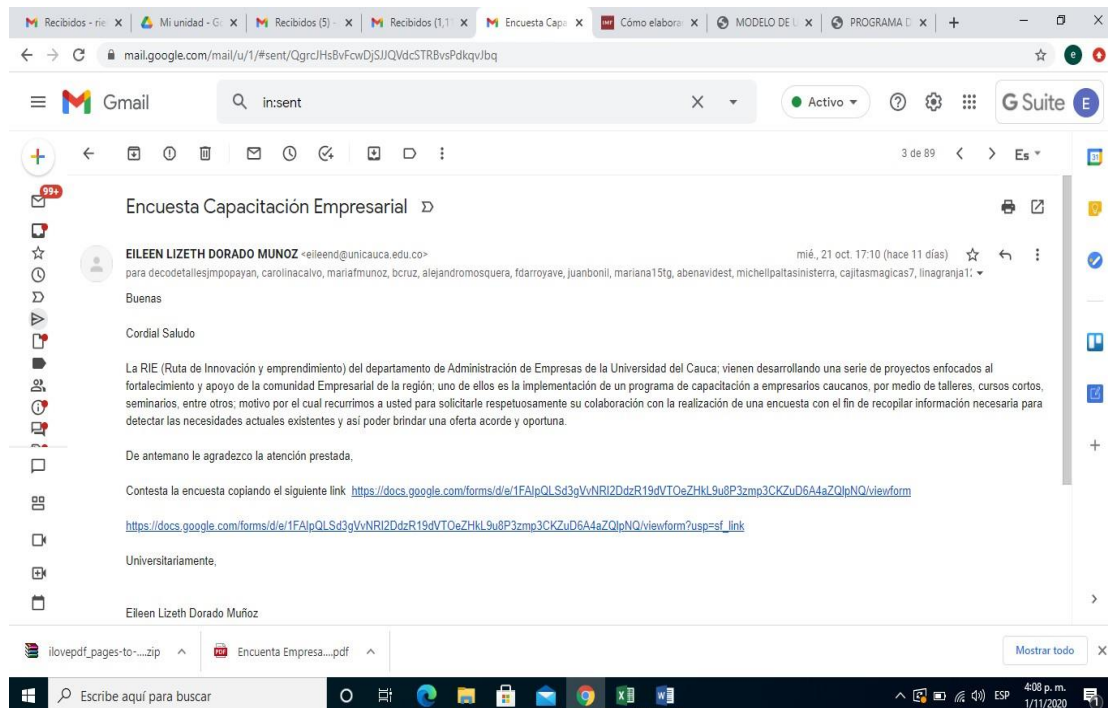
Gracias

Observaciones

Anexo 3. Solicitud asesoría docente Carlos Millan



Anexo 4. Pantallazo envió encuesta empresarios caucanos



Anexo 5. Solicitud colaboración

Facultad de Ciencias Contables Económicas y
Administrativas

Coordinación
Programa Administración de Empresas



8.8.11-92.8/108

Popayán, 22 de octubre de 2020.

Doctor
Luis Felipe Rebolledo
Director Ejecutivo Consejo Gremial y Empresarial del Cauca
Popayán - Cauca

Asunto: recopilación información Empresarios del Cauca.

Cordial saludo

Como es de su conocimiento, La Ruta de Innovación y Emprendimiento RIE del Programa de Administración de Empresas de Universidad del Cauca, viene desarrollando una serie de proyectos enfocados al apoyo de la comunidad empresarial de la región; uno de ellos es la implementación de un programa de capacitación a empresarios caucanos, mediante el cual pretendemos ofrecer una serie de cursos cortos, talleres, seminarios, entre otros, relacionados con temas del interés y necesidades de estos; motivo por el cual recurrimos a usted para solicitarle respetuosamente su colaboración, para la recolección de información que nos permita determinar con exactitud, cuáles son esas necesidades que se presentan en la actualidad, en las empresas de la región, y así poder establecer una oferta acorde a estas, y que puedan generar un impacto positivo en su manejo.

Teniendo en cuenta lo anterior, hemos diseñado una encuesta, la cual nos gustaría que las empresas que pertenecen al Gremio Empresarial del Cauca pudieran contestar; con el fin de recopilar toda la información necesaria para llevar a cabo este proyecto.

De ante mano agradecemos por la atención prestada.

Universitariamente,

Martha Acosta Rangel
Coordinadora PAE
Unicauca

Henry Ramírez Paruma
Coordinador
Ruta de la Innovación y el Emprendimiento

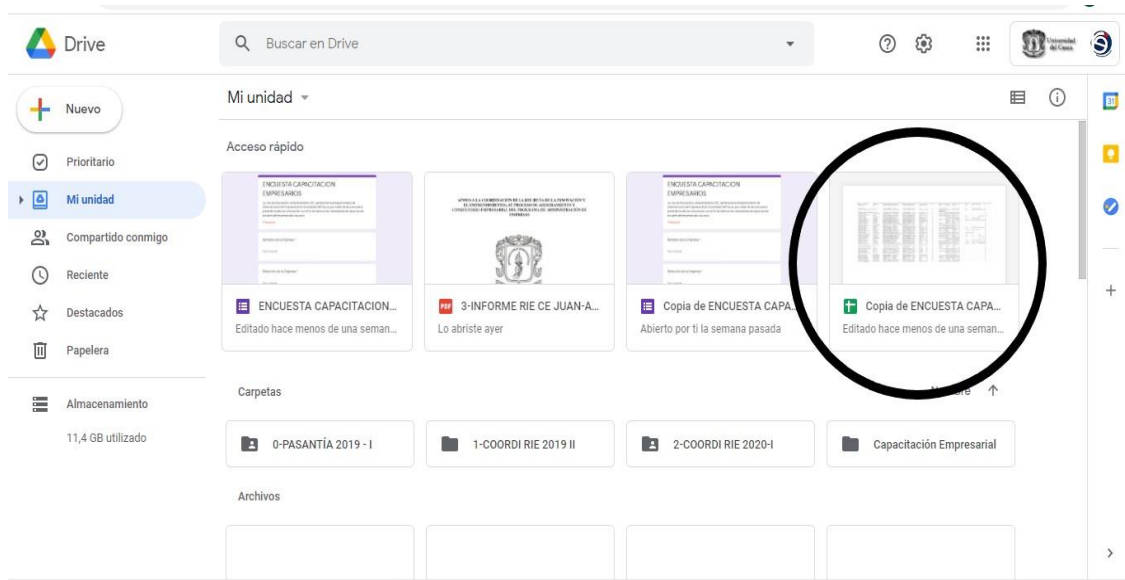
Proyectado por: Eileen Lizeth Dorado Muñoz
Correo: consultorioemp@unicauca.edu.co



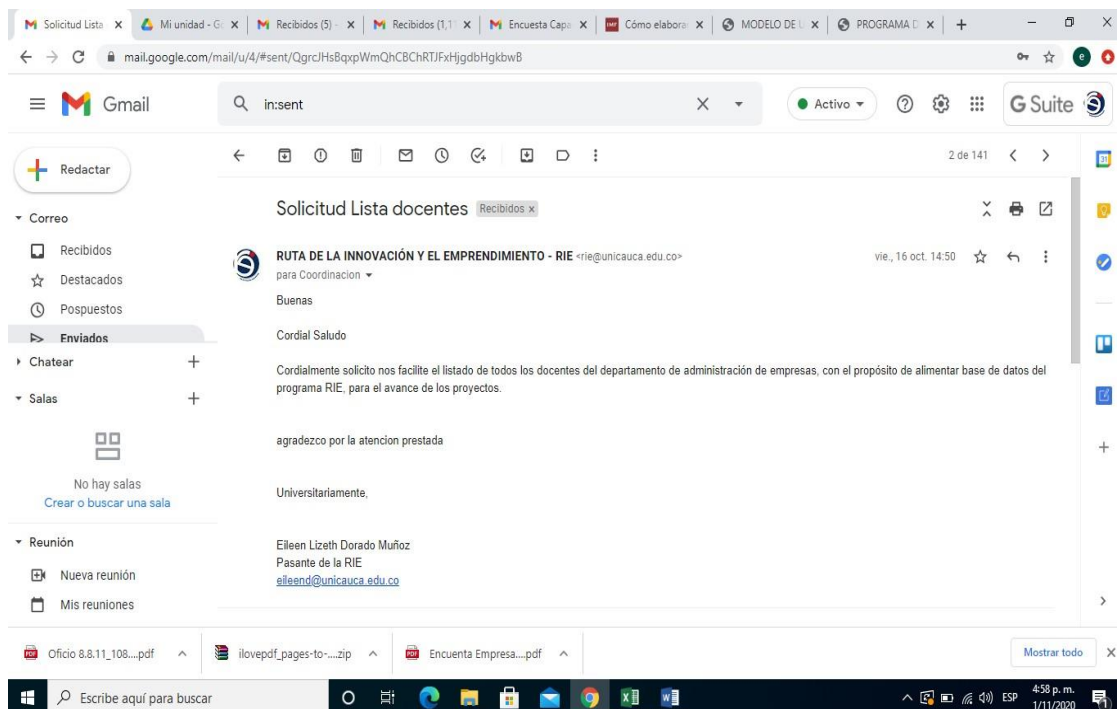
Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Dirección Dependencia Popayán Cauca Colombia
Teléfonos: 8209900 ext. 3117 – 3102 -3103

Anexo 6. Pantallazo resultados encuesta



Anexo 7. Pantallazo Solicitud Información docentes a la coordinación



Anexo 8. Pantallazo base de datos expertos en capacitación, drive de la RIE

The screenshot displays a Google Drive interface with the following elements:

- Browser Tabs:** Solicitud Lista, Mi unidad - G..., Recibidos (5), Recibidos (1,1), Encuesta Capa..., Cómo elabora..., MODELO DE..., PROGRAMA...
- Address Bar:** drive.google.com/drive/u/4/my-drive
- Search Bar:** Buscar en Drive
- Left Sidebar:**
 - Nuevo
 - Prioritario
 - Mi unidad (selected)
 - Compartido conmigo
 - Reciente
 - Destacados
 - Papelera
 - Almacenamiento: 11,5 GB utilizado
- Main Content Area (Mi unidad):**
 - Cabezote tema del día.m... (Audio file)
 - Cabezote tips.wav (Audio file)
 - EMPRESAS Y EMPRENDI... (Spreadsheet)
 - ENCUESTA CAPACITACIO... (Form/Spreadsheet)
 - entrevista para radio.m4a (Audio file)
 - EXPERTOS EN CAPACITA... (Spreadsheet)
 - Solicitud Correo masivo a... (PDF)
 - Solicitud Correo masivo a... (PDF)
- Taskbar:**
 - Oficio 8.8.11_108...pdf
 - ilovepdf_pages-to-...zip
 - Encuenta Empresa...pdf
 - Search: Escribe aquí para buscar
 - System tray: 4:59 p. m., 1/11/2020

Anexo 9. Brochoere

Ríe:

La ruta de la innovación y el emprendimiento es una estrategia académica impulsada por la facultad de ciencias contables, económicas u administrativas. Busca promover iniciativas de emprendimiento en estudiantes y emprendedores de la región, por medio de capacitaciones, asesorías y acompañamiento en el proceso de ideación, formulación, estructuración, y formalización de empresas.

Próximamente estaremos brindando a los empresarios, emprendedores y comunidad en general, capacitaciones según sus necesidades, que contribuyan al buen funcionamiento de la empresa y el crecimiento del sector.....

Por medio de cursos cortos, talleres, seminarios en:

1. Ventas
2. Enfrentamiento a crisis
3. Finanzas
4. Marketing
5. Procesos Administrativos
6. Crecimiento Empresarial
7. Personal
8. Atención al usuario
9. Publicidad
10. Inventarios



Universidad
del Cauca

PROGRAMA
CAPACITACIÓN A
EMPRESARIOS



 RIE UNICAUCA
 RIEUNICAUCA
 RIE_UNICAUCA
 RIE@UNICAUCA.EDU.CO

RUTA DE LA
INNOVACIÓN Y
EMPRENDIMIENTO

Anexo 10. Pantallazo base de datos posibles aliados estratégicos, drive de la RIE

The screenshot displays a Google Drive interface with the following elements:

- Browser Tabs:** Solicitud Lista, Mi unidad - G..., Recibidos (5), Recibidos (1,1), Encuesta Cap..., Cómo elabora..., MODELO DE L..., PROGRAMA L...
- Address Bar:** drive.google.com/drive/u/4/my-drive
- Search Bar:** Buscar en Drive
- Left Sidebar:**
 - Nuevo
 - Prioritario
 - Mi unidad (selected)
 - Compartido conmigo
 - Reciente
 - Destacados
 - Papelera
 - Almacenamiento: 11,5 GB utilizado
- Main Content Area:**
 - Carpetas:** 0-PASANTIA 2019 - I, 1-COORDI RIE 2019 II, 2-COORDI RIE 2020-I
 - Archivos:**
 - Spreadsheet: ALIADOS ESTRATEGICOS...
 - Video: Cabezote de bienvenida...
 - Video: Cabezote emprendedores...
 - Video: Cabezote noticias.mp4
 - Spreadsheet: ENCUESTA CAPACITACION EMPRESARIOS
- Taskbar:** Windows search bar with "Escribe aquí para buscar", taskbar icons for Edge, File Explorer, Mail, Chrome, Word, and Excel. System tray shows ESP, 3:00 p.m., and 1/11/2020.

Anexo 11. Estructura plan de capacitación

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A EMPRESARIOS
RUTA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO (RIE)
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



EILEEN LIZETH DORADO MUÑOZ

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2021**

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A EMPRESARIOS
RUTA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO (RIE)
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Trabajo de grado para optar al título de ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

EILEEN LIZETH DORADO MUÑOZ

Director

Mag. HENRY RAMÍREZ PARUMA

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2021**

TABLA DE CONTENIDO**Contenido**

INTRODUCCION	1
JUSTIFICACION	2
ALCANCE	2
FIN DEL PLAN DE CAPACITACION	2
OBJETIVOS	3
Objetivo general	3
Objetivos Específicos	3
METAS	3
TIPO Y MODALIDAD DE CAPACITACION	3
Tipo de capacitación:	3
Modalidad de Capacitación:	4
TEMAS DE CAPACITACION	5
RECURSOS	5
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	6

INTRODUCCION

La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento del Programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca es una estrategia académica impulsada por la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, la cual a través de las alianzas estratégicas suscritas con instituciones públicas y empresas privadas, buscará promover iniciativas de emprendimiento en sus estudiantes y los emprendedores de la región, por medio de capacitaciones, asesorías y acompañamiento en el proceso de ideación, formulación, estructuración y formalización de empresas.

Entendiendo que la capacitación a empresarios es un tema de suma importancia para las organizaciones y la región. Este se ve favorecido para crear un enlace con la universidad y los empresarios, con el fin de mejorar y ampliar sus habilidades por medio de la transferencia de conocimiento.

Por tal razón, La Ruta de Innovación y Emprendimiento (RIE) del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca, se presenta como una solución a la problemática de capacitación a los empresarios de la región, que busca hacer un fortalecimiento del sector y transferir conocimientos a los empresarios y la población en general.

Por lo tanto, el objetivo principal de este plan de capacitación es brindar apoyo al sector empresarial de la región, por medio de capacitación según las necesidades detectadas, y así ser agentes de aprendizaje y proyectar a la universidad del Cauca al empresariado de la región.

JUSTIFICACION

Una de las principales razones de fracaso en las organizaciones se debe a la falta de capacitación en los empresarios, ya que la falta de conocimientos en las diferentes áreas de la empresa, hace que sin darse cuenta se tomen decisiones erróneas o no acertadas en el contexto actual, que afectan la productividad de la misma y aumentando el nivel de riesgo.

Es por esto, que por medio de la implementación del programa de capacitación, La Ruta de Innovación y Emprendimiento (RIE), pretende promover la función social de La Universidad del Cauca, en cuanto a capacitar al sector empresarial de la región, con el fin de hacer transferencia de conocimientos y habilidades, y así lograr un fortalecimiento de sus competencias.

Generando, un acercamiento entre el sector universitario, empresarios y población en general; y creando a los estudiantes una vocación social, a través de la transferencia de conocimientos al servicio de la comunidad en general.

ALCANCE

El presente plan de capacitación va dirigido a todos los empresarios, emprendedores y personas en general del departamento del Cauca

FIN DEL PLAN DE CAPACITACION

Generar crecimiento y estabilización del sector empresarial del departamento del Cauca, brindando capacitaciones a empresarios de calidad.

OBJETIVOS

Objetivo general

Contribuir a empresarios y emprendedores caucanos, por medio de conocimientos que aporten al manejo de las empresas y emprendimientos; y así generar un crecimiento del sector y fortalecimiento del mismo.

Objetivos Específicos

- Sensibilizar a los gerentes y emprendedores de la importancia de las capacitaciones
- Alimentar la base de datos de empresarios semestralmente
- Ofrecer una temática acorde a las necesidades de los empresarios y emprendedores
- Actualizar los conocimientos requeridos de cada temática
- Ampliar los conocimientos requeridos en cada temática
- Apoyar a la continuidad y crecimiento del sector empresarial caucano
- Ampliar gradualmente la oferta de capacitación, abarcando temas nuevos de interés

METAS

- Capacitar por lo menos a 60 empresarios caucanos semestralmente.
- Ampliar oferta por lo menos una vez al año

TIPO Y MODALIDAD DE CAPACITACION

Tipo de capacitación:

Capacitación Informal: "ARTÍCULO 43. DEFINICIÓN DE EDUCACIÓN INFORMAL. Se considera educación informal todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros no estructurados".

De la misma manera la ley 1075 de 2015 define la educación informal de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 2.6.6.8. EDUCACIÓN INFORMAL. La oferta de educación informal tiene como objetivo brindar oportunidades para complementar, actualizar, perfeccionar, renovar o profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas.

Hacen parte de esta oferta educativa aquellos cursos que tengan una duración inferior a ciento sesenta (160) horas. Su organización, oferta y desarrollo no requieren de registro por parte de la secretaria de educación de la entidad territorial certificada y sólo darán lugar a la expedición de una constancia de asistencia.

Modalidad de Capacitación:

Capacitación Virtual: Es una modalidad de enseñanza-aprendizaje que consiste en el diseño, puesta en práctica y evaluación de un curso o plan formativo desarrollado a través de redes de cómputo. Es síntesis, consiste en la capacitación a través de Internet, también conocida como e-learning.

El e-learning se desarrolla en la actualidad valiéndose de la Red Mundial de Computadoras www.y se difunde a través de PC, laptop, tablet, smartphone, teléfonos celulares y dispositivos de interacción que están articulados en objetos y artefactos de uso cotidiano

El campo del e-learning se desarrolla muy rápidamente debido a cuatro factores principales:

Disponibilidad de redes de comunicación de datos de gran velocidad.

Necesidad creciente de actualización continua de los miembros de las organizaciones.

Conveniencia de que la capacitación sea justo a tiempo, desde cualquier parte y cuando se necesite

Es una alternativa cuyo costo-beneficio supera al que ofrece la capacitación tradicional

TEMAS DE CAPACITACION

Los temas de las capacitaciones a empresarios y emprendedores caucanos, son acordes a sus necesidades actuales; todos encaminados a la mejora del manejo de las organizaciones y así lograr conjuntamente un crecimiento del sector empresarial del cauca.

RECURSOS

8.1 Humanos: Es conformado por los expertos en capacitación y los participantes de los cursos, como los pasantes de la RIE.

Para esto se hace necesario el aporte de capital humano experto en temas empresariales de la universidad, en especial de la facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas; los cuales serian los que brindarian a poyo en la elaboración de los módulos a ofertar al sector empresarial.

9.2 Materiales: Se requiere contar en la RIE con una oficina propia, dotada con al menos un servidor de aceptables características, para el cargue de módulos y seguimiento del programa de capacitación; así como las comodidades mínimas tales como escritorio, sillas, elementos de papelería.

9.3 Plataforma: Este plan de capacitación, seria ofertado en la página web de la RIE, la cual fue aprobada en este año por la Universidad, es necesario la construcción de esta.

9.4 publicidad: Se requiere de espacios publicitarios de la universidad para impulsar el plan de capacitación y llegue a todo el sector empresarial y este se beneficie del proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

[https://normograma.info/men/docs/concepto_mineduacion_0134862_2017.htm#:~:text=La%20oferta%20de%20educaci%C3%B3n%20informal,ciento%20sesenta%20\(160\)%20horas.](https://normograma.info/men/docs/concepto_mineduacion_0134862_2017.htm#:~:text=La%20oferta%20de%20educaci%C3%B3n%20informal,ciento%20sesenta%20(160)%20horas.)

<https://www.hallmg.com/que-es-la-capacitacion-virtual/#:~:text=Es%20una%20modalidad%20de%20ense%C3%B1anza,tambi%C3%A9n%20conoci%20como%20e%20learning>

<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/14/modelo-de-un-plan-de-capacitacion-2/>