

**PERFIL DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL OBSERVATORIO SOCIO
ECONÓMICO Y FINANCIERO EN UNICOMFACAUCA**

Trabajo de grado para optar por el título de Administradoras de Empresas



**María Alejandra Musicue Sandoval
Lina Fernanda Bambague López**

Corporación Universitaria ComfacaUCA - UnicomfacaUCA

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de Administración de Empresas

Popayán

2022

**PERFIL DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL OBSERVATORIO SOCIO
ECONÓMICO Y FINANCIERO EN UNICOMFACAUCA**



**María Alejandra Musicue Sandoval
Lina Fernanda Bambague López**

Tutor

Mg. María Alejandra Albán Lara

Corporación Universitaria ComfacaUCA - UnicomfacaUCA

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de Administración de Empresas

Popayán

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma Del Presidente Del Jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Popayán, mes, año

DEDICATORIA

A Dios, por permitirnos llegar al final de esta carrera, por los triunfos y las metas alcanzadas, por todas las bendiciones y oportunidades que nos ha dado.

A nuestros padres quienes nos dieron la vida, educación, apoyo, consejos, a ellos quienes nos han acompañado durante toda nuestra vida, los cuales han velado por nosotras durante este arduo camino para convertirnos en profesionales.

A los docentes, gracias por su tiempo, por su apoyo y por la sabiduría que nos transmitieron durante el desarrollo de nuestra formación profesional.

Por último, a todos aquellos que participaron de forma directa o indirectamente en la elaboración de nuestra Opción de Grado.

Lina Fernanda Bambagué López

María Alejandra Musicue Sandoval

AGRADECIMIENTOS

Con profunda sinceridad agradecemos a Dios, por darnos la sabiduría necesaria para el desarrollo de nuestro proyecto.

A nuestros padres por darnos su apoyo incondicional y ser nuestros mayores motivadores para el impulso de nuestra educación.

A los docentes que nos formaron y nos dieron la oportunidad de adquirir nuevos y mejores conocimientos para nuestra vida profesional y nos brindaron su consejo y nuestra guía durante la elaboración de este trabajo.

Lina Fernanda Bambagué López
María Alejandra Musicue Sandoval

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	14
1.1 Planteamiento del Problema	14
1.2 Formulación del problema	16
2. OBJETIVOS	16
2.1 Objetivo General	16
2.2 Objetivos Específico	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
4. ANTECEDENTES	18
4.1. Antecedentes a nivel Internacional	19
4.2. Antecedentes a nivel Nacional	20
4.3 Antecedentes a nivel local	23
5. MARCO REFERENCIAL	24
5.2 MARCO TEÓRICO	28
6. METODOLOGÍA	42
6.1. Tipo de estudio	42
6.2. Método de investigación	42
6.3. Técnicas de Recolección de información	42
6.4. Población y Muestra	43
6.5. Sistematización de la información	44
6.6 Ficha de caracterización de la Investigación	44
7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA	45
a. Descripción y análisis de resultados obtenidos de las técnicas de recolección de información	45
8. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	54
8.1. Contexto Organizacional	54
8.1.1. Perfil de la Corporación Universitaria Comfacauca	54
8.1.2. Perfil del programa Administración de empresas	54
8.1.3. Perfil del programa de Contaduría Pública	55
8.1.4. Portafolio de Servicios	55

9. ANÁLISIS DOFA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE UNICOMFACAUCA.....	57
9.2 Análisis Interno	61
9.3 ANALISIS DOFA	67
9.4. ANÁLISIS MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER.....	70
9.4.1. FUERZA 1: AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES.	70
9.4.2. FUERZA 2: EL PODER DE LOS PROVEEDORES.....	70
9.4.3 FUERZA 3: PODER DE NEGOCIACIÓN COMPRADORES.	71
9.4.4 FUERZA 4: PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.	71
9.4.5 FUERZA 5: ALIADOS ESTRATÉGICOS.	71
10. PROPUESTA DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	72
10.1. Misión.....	72
10.2. Visión.....	73
10.3 Valores	74
9.4. Políticas	75
10.5. Objetivos	76
10.6. Estructura organizacional.....	77
10.7 Portafolio de servicios	85
11. PLAN DE ACCIÓN.....	89
12. PROPUESTA	92
13.RECOMENDACIONES.....	93
14.BIBLIOGRAFÍA.....	95

TABLAS

tabla 1. Ficha de caracterización de la investigación. elaboración propia.	44
tabla 2. Entrevista a directivos de la facultad de ciencias empresariales. elaboración propia	52
tabla 3. Entrevista a la representante de los estudiantes. elaboración propia.	53
tabla 4. Matriz evaluación factor externo efe. elaboración propia.....	58
tabla 5. Cuadro de clasificación y puntuación de factores externos. elaboración propia.	59
tabla 6. Elaboración de la matriz dofa y descripción de resultados. elaboración propia.	70
tabla 7. Identificación del cargo de director. elaboración propia.....	78
tabla 8. Identificación del cargo de coordinador del observatorio. elaboración propia..	79
tabla 9. Identificación del cargo de asesor de área. elaboración propia.	80
tabla 10. Identificación del cargo de analista del consultorio empresarial. elaboración propia.	81
tabla 11. Identificación del cargo de analista de emprendimiento. elaboración propia..	82
tabla 12. Identificación del cargo de analista de investigación sigor. elaboración propia.	83
tabla 13. Identificación del cargo analista de investigación siicis y siefi. elaboración propia.	84
tabla 14. Identificación del cargo analista de innovación y creatividad. elaboración propia.	85
tabla 15. Plan de acción. elaboración propia.....	91

RESUMEN

Cuanto las empresas observan una necesidad en su entorno (área de operaciones), colocan todo su empeño y conocimiento para satisfacer dicha necesidad. De esta forma se obtienen resultados positivos, ya que al analizar el área de operación y encontrar carencias en este entorno permite a la empresa ponerse delante de la competencia, mejorando sus operaciones y obteniendo éxito financiero.

Por esta razón, en esta propuesta de trabajo de grado, se plantea la operativización del Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca en el departamento del Cauca, en el cual se pretende analizar información de diferentes microempresas del sector empresarial y social de la ciudad de Popayán y alrededores.

Para que este Observatorio opere en la Corporación Universitaria Comfacauca – Unicomfacauca, se tiene como objetivo general implementar un plan estratégico que iría encaminado a la creación y funcionamiento del Observatorio que permita el acompañamiento y el apoyo tanto de empresas como de personas, para que así hagan uso de los recursos que se ofertan. Para llevar a cabo este objetivo se dispondrá de unos objetivos específicos tales como la revisión de literatura, realizar el DOFA y proponer el direccionamiento del Observatorio Socioeconómico y Financiero.

Dentro del plan estratégico se realizará la redacción de la misión, visión, valores corporativos, principios, estructura organizacional, como también el análisis a nivel interno y externo del Observatorio, para finalmente obtener el plan de acción que llevará a que todo el proyecto se lleve a cabo.

ABSTRACT

When companies see a need in their environment (area of operations), they put all their efforts and knowledge to meet that need. In this way, positive results are obtained, since by analyzing the area of operation and finding deficiencies in this environment, it allows the company to get ahead of the competition, improving its operations and obtaining financial success.

For this reason, in this degree work proposal, the operationalization of the Socioeconomic and Financial Observatory of the Comfacauca - Unicomfacauca University Corporation in the department of Cauca is proposed, in which it is intended to analyze information from different micro-enterprises of the business and social sector of the city of Popayan and surroundings.

For this Observatory to operate in the Comfacauca - Unicomfacauca University Corporation, the general objective is to implement a strategic plan that would be aimed at the creation and operation of the Observatory that allows the accompaniment and support of both companies and individuals, so that they do so use of the resources offered. To carry out this objective, specific objectives will be available, such as the review of the literature, carrying out the DOFA and proposing the direction of the Socioeconomic and Financial Observatory. Within the strategic plan, the drafting of the mission, vision, corporate values, principles, organizational structure will be carried out, as well as the internal and external analysis of the Observatory, to finally obtain the action plan that will lead to the entire project being carried out finished.

INTRODUCCIÓN

Partiendo del hecho que una empresa sin información es una empresa sin herramientas para hacer frente a los desafíos existentes en la sociedad, la información se ha convertido en una base fundamental para la toma de decisiones, para esto se debe tener en cuenta las oportunidades que se identifican, encuentran y se aprovechan en el mercado y así mismo las empresas, a través de sus planes estratégicos generan factores determinantes en la calidad de toma de decisiones y las estrategias que adopten las MIPYMES de la Ciudad de Popayán y sus alrededores.

Por anterior expuesto, se hace necesario destacar que actualmente la información es una fuente de poder y un elemento muy importante en los procesos de la alta gerencia y en la competencia empresarial, ya que cuando se cuenta con la información procesada se pueden tomar decisiones con bases sólidas y se puede disminuir el riesgo y la incertidumbre al momento de tomar una decisión en una empresa.

De esta manera existen observatorios que están enfocadas en la recopilación y análisis de información. Estos observatorios, los cuales hacen el trabajo de mediadores es decir que facilitan la información a las empresas para tomar decisiones y así poder encontrar una realidad competitiva y no una realidad incierta. Es por esto que la información puede servir de manera nacional, regional, departamental y municipal. Bajo esta perspectiva. (Angulo, 2009). Dice que los Observatorios están destinados para captar, organizar, evaluar y procesar información para poder difundir conocimientos y generar información.

Es por esto que se realiza la idea de crear la planeación estratégica del Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria Comfacauca – Unicomfacauca. Este Observatorio se crea con el fin de recopilar y procesar información estadística, de la cual se obtendrán de informes académicos, revistas empresariales, revistas académicas, entre otros. Puesto que se encuentra que en la actualidad las MIPYMES de la ciudad de Popayán y

sus alrededores, se enfrentan a la falta de información procesada y analizada, por tanto, los datos que se encuentran actualmente no están procesados y actualizados.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Teniendo presente que la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca dentro de sus proyectos de crecimiento y articulación con el sector productivo plantea la creación de un observatorio socioeconómico y financiero, para lo cual, es importante crear un plan estratégico que permita la operativización del mismo. Como refiere en el informe de (Facultad de ciencias Empresariales, 2021):

“El observatorio socio empresarial y financiero, pretende a partir de la creación de metodologías de tipo descriptivo e interdisciplinar, constituirse en un insumo para que las diferentes organizaciones y/o empresas del sector público, privado y/o mixto, así como de carácter solidario, cuenten con sistemas de información confiables que fortalezcan la toma de decisiones para el desarrollo de propuestas y proyectos de inversión, potencien sus procesos organizativos y socio empresariales, al tiempo que se reconozcan las dinámicas de crecimiento social y económico, articulada con los indicadores de desarrollo sostenible, y otros con el mejoramiento de vida de los caucanos y colombianos (indicadores de pobreza, de satisfacción de necesidades básicas, de inserción laboral, entre otros). Igualmente, los datos y análisis de los mismos, permitirá generar indicadores sobre procesos socio-empresariales y financieros, acordes con las diversas comunidades que coexisten en este lugar, donde priman en un alto porcentaje las comunidades indígenas y campesinas, y en menor porcentaje de comunidades afrodescendientes”.

En este sentido, para la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca es de gran interés fortalecer las competencias de sus profesionales, para generar resultados con

base en los conocimientos adquiridos a lo largo de sus carreras contextualizándolos en la realidad del entorno empresarial y responder a necesidades actuales. Es por esta razón que se está desarrollando un proyecto para la creación del observatorio socioeconómico y financiero, en el cual se lleven a cabo procesos para analizar e investigar la información del sector empresarial y social, así mismo se encuentra la necesidad de un espacio donde los MIPYMES en crecimiento puedan llevar sus ideas de negocio y hacerlas realidad con una asesoría confiable, donde a su vez se encuentren de apoyo las líneas estratégicas que van a servir de acompañamiento. Por lo tanto, es de suma importancia la creación de este espacio para que opere en la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca y así las personas, ya sean naturales o jurídicas puedan tomar las mejores decisiones en el momento que quieran emprender.

Desde la Facultad de Ciencias Empresariales se plantea crear un plan estratégico para operativizar el proyecto que tiene la Corporación Universitaria Comfacauca -Unicomfacauca con el fin de articular el sector empresarial del Departamento del Cauca, esto se va llevar a cabo por medio de la implementación del cargo de un director y unos asesores de área los cuales se encargarán de dirigir a las personas a que accedan a los servicios que se están ofertando para que de esta manera, pueda satisfacer su necesidad en las diferentes líneas estratégicas con las cuales contará el observatorio las cuales son: Laboratorio Financiero (NAF), consultorio empresarial, emprendimiento, laboratorio de innovación y grupos de investigación, las cuales permitirán obtener información del sector empresarial; es importante resaltar que estas líneas tendrán diferentes funciones para darle apoyo al observatorio y que todo se lleve a cabo de una manera sistematizada.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo es posible la creación del perfil de la planeación estratégica del Observatorio Socioeconómico y Financiero en la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca?

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Crear el perfilamiento estratégico enfocado a la operativización del observatorio socioeconómico y financiero de la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca en el departamento del Cauca

2.2 Objetivos Específico

- Identificar mediante revisión de literatura los conceptos claves para la formulación de un plan estratégico que permita la orientación a la creación del observatorio socioeconómico y financiero de la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca.
- Realizar un diagnóstico estratégico para el observatorio socio económico y financiero de la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca.
- Elaborar el direccionamiento estratégico para el observatorio socioeconómico y financiero de Unicomfacauca.

3. JUSTIFICACIÓN

La planeación estratégica es un proceso que se lleva a cabo para implementar planes operativos que ayuden a lograr los objetivos propuestos, por medio de este plan se puede hacer una dirección definida, donde también se pueden establecer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa. Un administrador de empresas debe tener claro que un plan estratégico obliga a los ejecutivos a ver el planeamiento desde la macro perspectiva, señalando los objetivos centrales, de manera que las acciones diarias acerquen cada vez más a las metas, de esta manera se mantiene el enfoque en el presente y el futuro y el presente donde refuerza los principios adquiridos en la visión, misión y estrategias.

Una planeación estratégica fomenta el planeamiento y la comunicación interdisciplinarias, asigna prioridades en el destino de los recursos, mejora el desempeño de la organización de tal manera que orienta de manera efectiva el rumbo de la organización facilitando la acción innovadora de dirección y liderazgo. Dentro de esta también vemos que permite enfrentar los principales problemas de la organización que van ligados a enfrentar el cambio en el entorno y develar las oportunidades y las amenazas.

El desarrollo de una buena planificación estratégica produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que causa una eficiencia productiva y una mejor calidad de vida y trabajo para todos los miembros que están alrededor. Por medio de un plan estratégico el funcionamiento del observatorio optimizara los procesos en las Áreas al traducir los resultados en logros sinérgicos, donde contribuirían a la creación y redefinición de valores corporativos, los cuales se pueden ver reflejados en un excelente trabajo en equipo, compromiso con la organización, calidad en el servicio, desarrollo humano (personal y profesional), innovación y creatividad, comunicación y liderazgo, entre otros. (Huamani, 2003).

Por lo anterior, la presente propuesta para la creación del perfil estratégico del

Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca en el Departamento del Cauca por parte de la facultad de ciencias empresariales se realiza con el fin de que los estudiantes, egresados de la corporación, MIPYMES y la sociedad en general tengan un apoyo en sus ideas de negocio futuras, así mismo, puedan recurrir a un lugar donde se asesoren y se guíen para sacar adelante sus proyectos, de igual manera se pretende encuentren un lugar que supere sus expectativas, lo cual se verá reflejado en un buen reconocimiento para la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca y así poder llegar a muchas más personas u organizaciones del departamento y del municipio.

Así mismo, el Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria Comfacauca – Unicomfacauca, se ve a un corto plazo, como un espacio de formación, recopilación de datos, y de proyección social que le brinde al departamento información estadística para la toma de decisiones.

4. ANTECEDENTES

Para el desarrollo de la operativización del Observatorio Socioeconómico y Financiero de Corporación Universitaria Comfacauca – Unicomfacauca, basados en la

planeación estratégica es necesario conocer la definición de este concepto y entenderlo para poder llevarla a la práctica, en este sentido.

Según (Chiavenato, 1995) la planeación estratégica “se refiere a la manera como una empresa intenta aplicar una determinada estrategia para alcanzar los objetivos propuestos. Es generalmente una planeación global y a largo plazo”

4.1. Antecedentes a nivel Internacional

En cuanto a la planeación estratégica se tiene como antecedente la realizada por la universidad Siglo 21 por parte de Ezequiel Raúl Mendez el cual realizó la planificación estratégica para la empresa A. J. & J. A. Redolfi S. R. L. ubicada en James Craik, Córdoba, la cual está centrada en la industria mayorista de alimentos. Para darle solución a la pérdida de ventaja competitiva y diferenciación, debido a la centralización de atención a clientes en el centro de distribución se planteó como objetivo general, aumentar las ventas en un 15% por medio de las estrategias de adentrarse en el mercado, crecimiento de mercado y diferenciación, esta planificación se proyectó para el periodo 2020-2023. Para llevar a cabo la solución del problema encontrado se recolectó información de la empresa de su entorno y de la industria, luego de esto se investigaron a los principales autores que tenían relación con la planeación estratégica y finalmente se expuso el plan de implementación con sus objetivos, plan de acción para determinar el crecimiento en el tiempo. (Méndez, 2020).

A nivel internacional existen diferentes observatorios en los cuales en este caso se toma como referencia el Observatorio de Derechos Sociales y Ciudadanos en México se trata de un espacio no gubernamental que ha contribuido a sistematizar, analizar y difundir información sobre la política en el ámbito social de México. Su trabajo se centra en la enseñanza de la situación en la que se encuentra en cuanto a la realización de los derechos humanos.

El observatorio Social de América Latina de la (OSAL) está orientado a un programa de tipo investigativo que se basa en promover y mostrar elementos para un análisis profundo, con distintos puntos de vista, de los procesos políticos, sociales y económicos y las diferentes formas que asumen la problemática de los movimientos sociales en la región. Por ende, este observatorio cuenta con distintos espacios de trabajo en las que se encarga de dar un seguimiento y análisis del conflicto que se vive socialmente en América Latina y el Caribe.

4.2. Antecedentes a nivel Nacional

Dentro de este se encontró una aplicación del modelo de planeación estratégica en la MYPE Miscelánea Sara Sofía la 12. Esto se hizo debido a que dicho negocio, no cuenta con un plan estratégico bien estructurado a pesar de su trayectoria. Por tal razón se pretendió implementar un modelo de planeación estratégica y organizar la empresa para que funcionara de una manera más eficiente, y así pudiera tomar decisiones más acertadas que le ayudarán a conocer los caminos correctos para alcanzar sus objetivos, todo esto se creó también como producto de la necesidad de mitigar problemas en los diferentes factores tanto endógenos como exógenos por los que la organización estaba pasando, dentro de este plan estratégico se crearon estrategias y planes de acción para la aplicación de este, así mismo un análisis por medio de la misión y visión para el fortalecimiento de la empresa. (Mancilla Herrera & Ortegón Quimbayo, 2021).

- *Plan estratégico 2020-2025* diseñado para la empresa AEMC. Construcciones y Consultoría S.A.S. En este caso se realizó la investigación de diseñar un plan estratégico para esta empresa con el fin de agilizar procesos y operaciones en el entorno interno y externo, por medio del plan se propusieron objetivos dirigidos hacia innovación, competitividad y eficiencia, además se implementaron estrategias con el fin de generar oportunidades y adquirir experiencia a nivel operacional y administrativo rodeado por un modelo de gerencia confiable y eficaz.

Con este plan estratégico se pudo evidenciar en el desarrollo de la investigación que al no contar con ninguna planeación estratégica, la empresa A.E.M.C construcciones y consultoría S.A.S, no estaba contemplando los factores internos y externos que la afectan directamente en su actividad, y que son componentes importantes de estudiar y analizar, puesto que el desarrollo de la empresa no ha sido posible en los años que lleva en el mercado (Martinez Vega & Valero Diaz, 2019).

- *Propuesta de planeación estratégica para la empresa Alberto Rendón Castrillón:* En este estudio se propuso un modelo de planeación estratégica apropiado a las necesidades de la empresa donde se realizó un diagnóstico interno y externo.

Esto se realizó y se encontró suma importancia debido a que la empresa no contaba con un modelo estratégico pues sus inicios fueron de manera empírica y no tenían una guía estructurada de conducción y toma de decisiones bien enfocadas, con esto se logró incorporar el impacto que ejerce un modelo de planeación estratégica para la buena administración de una organización. (Bedoya Velásquez & Zuluaga Gonzales, 2015).

- *La realización del plan de marketing para la operatización del observatorio socio económico y financiero* es el proyecto de grado realizado por Sesy Johana Mena Palacios & María Eucaris Ríos Rendón como proyecto de grado de la Universidad Minuto de Dios seccional Bello Facultad de Ciencias Humanas y Sociales; programa de Trabajo Social, proyecto titulado “Creación del Observatorio Social Institucional, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, para el municipio de Bello 2011”. En este trabajo se tuvo como finalidad Propiciar a través de esta investigación, una herramienta de gestión, para la coordinación intra e interinstitucional, intersectorial y comunitaria, que permita abordar procesos integrales de planeación estratégica, como apoyo al desarrollo local a través de la propuesta de investigación para la Creación del Observatorio Social Institucional. Como una opción sociopolítica, cultural,

investigativa y académica, en el municipio de Bello donde se realizó esta investigación permitió conocer una realidad como sujeto de análisis, investigación, consulta y planeación; desde donde se observa que la desarticulación no permite trascender más allá de lo conocido, es entonces, donde las estudiantes plantean el observatorio como una herramienta que permite conocer y precisar información para la toma efectiva de decisiones en el momento de abordar la planeación estratégica, como una acción soportada desde herramientas válidas y confiables.

Este documento se considera relevante por constituir un proyecto sobre planeación estratégica y en el área de interés como son la de los observatorios.

- *El Observatorio Laboral de la Universidad del Rosario (LaboUR)*: Este hace parte de la Facultad de Economía y Jurisprudencia de la Universidad. Sus inicios son en el 2014, va enfocado en la búsqueda de una comunicación directa con el sector externo sobre las principales debilidades del mercado laboral, del mismo modo se usa como un espacio donde se puede sacar conclusiones y analizar sobre los distintos factores que afectan el ámbito laboral, buscando soluciones que generen resultados efectivos. Este observatorio se centra de igual modo en formar jóvenes investigadores en el área de derecho laboral y economía laboral. (Jaramillo Jasir & Rodriguez lesmes, S,f)
- *El Observatorio Socioeconómico De Fusagasugá (OSF)*: se encarga de obtener, recopilar, procesar e indagar acerca de los indicadores sociales, económicos, demográficos, seguridad, de convivencia y ambientales con el objetivo de evaluar los procesos de la toma de decisiones y de la planeación en el municipio de Fusagasugá. Todos los procesos llevados a cabo por este observatorio socioeconómico son de manera confiable y generan resultados de calidad. (fusagasuga, s.f.)

4.3 Antecedentes a nivel local

- El informe realizado por la Alcaldía Municipal de Popayán el cual tiene como título “OBSERVATORIO SOCIAL CON ENFOQUE EN SEGURIDAD Y CONVIVENCIA CIUDADANA” en este sentido este observatorio es un espacio de Análisis y recolección de información que permita establecer perspectivas de gobierno para mejorar las condiciones de vida de las y los ciudadanos. Este informe contempla dos partes.

En la primera, un balance que remite al contexto de creación y relacionamiento interno y externo que necesita un Observatorio; en segundo lugar, el informe de seguridad y convivencia desde una perspectiva objetiva, basado en fuentes de información de las instituciones de seguridad junto con un análisis de la seguridad y la convivencia que remite a la subjetividad de la opinión y la percepción de la ciudadanía. Como conclusión se dio a conocer que la percepción sobre seguridad y convivencia ciudadana es negativa en relación con los espacios y las acciones que permiten generar ambientes seguros, en este sentido los datos permitieron priorizar las acciones en función del reconocimiento que siente la ciudadanía por las acciones institucionales, del mismo modo se vio que es necesario prestar atención a la intención de la ciudadanía para tomar decisiones individuales orientadas a garantizar la seguridad, de este modo se identifican las armas traumáticas y no letales como un foco de intervención para garantizar la convivencia ciudadana asertiva. Este informe se considera relevante ya que brinda unas bases importantes para el Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación, puesto que enseña la importancia de la recolección, sistematización, análisis y divulgación de información de los diversos sectores sociales de la Ciudad de Popayán.

- El Observatorio de asuntos de las mujeres del departamento del Cauca (OAMC) el cual se creó como una estrategia para lograr un encuentro entre los contextos sociales, la

academia y las instituciones para la gestión, estudio, ordenación, recopilación, y transmisión de la información de la toma de decisiones, prevención y concienciación sobre las características y condiciones de la mujer en el departamento del Cauca, además de esto a través de la coordinación académica y administrativa del observatorio se realiza el intercambio de información con las instituciones productoras de datos oficiales, convirtiéndose así en un observatorio que impulsa un espacio académico con instituciones educativas donde se realicen propuestas formativas, aporte de conocimiento y fortalecimiento de investigaciones en temas relacionados a los asuntos de la mujer en el Cauca. (OAMC, 2020)

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 MARCO CONTEXTUAL

Tomando como referencia a (Natal & Diaz, 2014) se dice que los observatorios surgieron a causa de la necesidad social que reúne a las organizaciones y personas que buscan

analizar o desarrollar temas políticos, económicos, sociales, etc., los cuales quieren dar le un seguimiento a cada uno de los temas con el fin de buscar una solución o desarrollar una idea, ya que en la actualidad un observatorio obtiene mucha información actualizada y netamente clasificada, lo cual facilita una mejor accesibilidad a toda información.

Es por eso que (Natal & Diaz, 2014) habla que existen cuatro tipos de observatorios los cuales se pueden clasificar por su origen, análisis y reconocimiento de la diversidad y estos son: los Observatorios Académicos, donde se indaga y se evalúa para poder entender algunas preguntas sobre temas importantes y estas son generadas ya sea por estudiantes, docentes o administrativos, los cuales se apoyan en libros, redes informáticas como páginas web que contenga revistas científicas.

Por otra parte, existen los Observatorios Públicos, este consiste en todos los contenidos públicos, es decir que trabaja con toda la información de un Departamento o Región de los cuales suelen surgir problemas sociales, riesgos, afectaciones, entre otros, los cuales intentan buscar acciones de solución y encontrar estrategias con resultados para todos los habitantes. (Natal & Diaz, 2014).

Los Observatorios Internacionales ayudan a la sociedad de todo el mundo en ciertos problemas que surgen a medida que pasa el tiempo, pero este Observatorio tiene un apoyo muy grande ya que existen agencias sean públicas o privadas que tienen áreas administrativas y hacen que la información que manejan sea propia, además contienen una red de información confiable para otras organizaciones que la requieran. (Natal & Diaz, 2014)

Por Último, existen los Observatorios Ciudadanos autónomos e independientes debido a que todos los problemas que surgen los utilizan para reflexionar sobre ellos lo cual hace que las soluciones que se pretenden dar se apliquen y sean entendidas por las personas, siendo así que este observatorio sea el más crítico porque sus decisiones son autónomas e independientes lo cual hace que sus respuestas sean eficientes. (Natal & Diaz, 2014)

Ahora bien, todos los Observatorios anteriormente mencionados tienen unas funciones las cuales son:

- “•Informes, diagnósticos y/o reportes sobre políticas o fenómenos sociales.
- Análisis y difusión de los resultados obtenidos por una política pública.
- Socialización de información sobre un asunto público entre los miembros de la comunidad.
- Medición de cómo se ha transformado un fenómeno o problema.
- Análisis del impacto que han tenido ciertas estrategias de intervención. Estas actividades, en términos generales, se pueden sintetizar en las siguientes cinco actividades centrales

1. La recopilación de información. 2. Decodificación y/o análisis de la información.
3. Comunicación de resultados. 4. Búsqueda de incidencia, y 5. Construcción de opinión pública.”

La operativización del Observatorio Socioeconómico y Financiero se realizará en el Departamento del Cauca – Colombia en la Calle 4 No 8-30 Centro Histórico de Popayán, en la Corporación Universitaria Comfacauca – Unicomfacauca, este observatorio lo maneja la facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación, además estará ubicado en el salón de Innovación donde se estarán desarrollando todas las actividades anteriormente expuestas.

Es por eso que, la finalidad del observatorio como aparece en el informe de la (Facultad de ciencias Empresariales) es que:

“se irá realizando una implementación de datos de las empresas, con respecto a sus procesos y economía, además se identificarán las necesidades de las organizaciones y se realiza el marco conceptual para la elaboración de indicadores de los procesos organizativos socio-empresariales; de igual forma, se establecerán los

indicadores, siendo una herramienta de innovación social y empresarial, que permite identificar plantear soluciones acordes con las realidades detectadas y por último, que quiere impulsar planes de fortalecimiento empresarial de los procesos organizativos socio-empresariales y financieros mediante la capacitación en todos los ámbitos de las organizaciones: tributario, financiero, organizacional, económico y social, los cuales fortalecerán los procesos de proyección social y relacionamiento institucional, a partir de procesos ajustados al contexto empresarial y asociativo, dirigidos al fortalecimiento de la toma de decisiones, a nivel de toda la estructura organizacional”.

(p. 4 – 8)

5.2 MARCO TEÓRICO

Plan estratégico

(Altair, s.f.) plantea que, la estrategia son “las metas y objetivos a largo plazo de una empresa, la adopción de acciones y la asignación de los recursos necesarios para la consecución de los objetivos” Chandler (1961), es por eso que el plan estratégico es un ejercicio que sirve para trazar las líneas que marcaran una empresa a un futuro, por lo que se debe ser capaz de diseñar el porvenir de una empresa pero lo más importante es transmitir estas pautas, contrastarlas y convencer al resto de personas que interactúan en la organización de cuál es el camino hacia el éxito. El plan estratégico es el documento que sintetiza a nivel económico – financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y el futuro de la empresa, debido a que el plan estratégico debe revisar todas las áreas de la empresa, además debe someterlas a examen y determinar la estrategia a seguir en lo que concierne a las variables que como empresa se pueden controlar, así como predecir la evolución de las variables externas que afectan inevitablemente a la evolución de la empresa. El plan estratégico es útil para saber cuál es el momento presente que vive la empresa y como se ha llegado hasta allí, sirve para saber cuál es el objetivo que nos hemos marcado como empresa, a donde queremos llegar, además es la tarjeta de presentación de la idea del emprendedor frente a todos los grupos con los que la empresa pretende entablar relaciones. El objetivo del plan estratégico puede variar en función de diversos aspectos, del tipo de empresa, la situación económica – financiera de la misma, de la madurez del negocio, etc. En cualquier caso, lo que varían son los beneficios de realizar un plan estratégico, ya que sea cual sea la estructura, el tipo de negocio, el tamaño o el posicionamiento en el mercado de la organización empresarial, nos permite analizar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto empresarial. El plan estratégico realizado de una forma sistemática, proporciona ventajas notables para cualquier organización empresarial puesto que obliga a la dirección de

la empresa a pensar de forma sistemática el futuro, identifica los cambios y desarrollos que se pueden esperar, aumenta la predisposición y preparación de la empresa para el cambio, mejora la coordinación de actividades, minimiza las respuestas no relacionales a los eventos inesperados con anticipación, también reduce los conflictos sobre el destino y los objetivos de la empresa, mejora la comunicación, ayuda a que los recursos disponibles se puedan ajustar mejor a las oportunidades, el plan estratégico proporciona un marco general útil para la revisión continuada de las actividades y por último tiene un enfoque sistemático de la información de estrategias conduce a niveles más altos de rentabilidad sobre la inversión.

Por otra parte, como lo dice (González Millán & Rodríguez Díaz, 2019) El concepto de planeación estratégica tuvo su vínculo oficial en la teoría neoclásica de la administración, presentada por sus máximos exponentes (Drucker, Dale, Loontz, O'Donnell, Terry entre otros) la cual se centró principalmente en el diseño de las estrategias y su directa relación con el planteamiento de los objetivos corporativos. Es claro enfatizar que, dentro de los modelos utilizados por la gerencia, se destaca el gran uso y aceptación que tiene el diseño estratégico para las empresas modernas, pues sin importar el área al que pertenezcan, estas deben competir tanto en el mercado regional como en el mercado internacional, de tal manera que, por medio de este proceso, dichas organizaciones deben propender a que las organizaciones mejoren su productividad y rentabilidad. De acuerdo con esto, conocedores del tema como Fuentes y Luna (2011, p.4), la conciben como

“un proceso para la previsión del futuro, analizando factores internos y externos estableciendo estrategias como medios de acción, enmarcadas en la visión y la misión, de manera que permitan el logro de los objetivos a largo plazo”.

En este orden de ideas, para Scott (2008, p. 5), la planeación estratégica es “un proceso que permite a una organización ser creativa en vez de reactiva en la formulación de su futuro, su

propósito es el de ayudar a la organización a operar de una manera efectiva, dentro de un ambiente complejo y dinámico afectado permanentemente por restricciones y amenazas”. De acuerdo con lo anterior es claro que la gestión estratégica se orienta no solo a establecer estrategias, sino a preparar a la empresa para que pueda afrontar de manera efectiva los retos que ofrece un incierto futuro, principalmente cuando la organización se encuentra inmersa en un mundo globalizado y cambiante.

Por consiguiente (González Millán & Rodríguez Díaz, 2019) dice que, aparece un grupo importante de exponentes que centra su atención en el sujeto del proceso estratégico, allí se encuentra a Serna (2008, p. 55), quien se refiere al tema expresándolo como “ el proceso mediante el cual, quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro”. Por tanto, el proceso da respuesta a las preguntas tales como: ¿Cuál es el negocio?, ¿cuáles son las características del entorno y la competencia?, ¿Dónde están las competencias organizacionales?, ¿a dónde quieren llegar?, ¿Cómo llegar?, por último ¿Cómo medir que se estén logrando metas y objetivos? Con lo anterior Ballesteros (2002, p. 24) plantea que la planeación estratégica ayuda a los administradores a estar orientados hacia el futuro, por ende, se ven obligados a mirar más allá de sus problemas cotidianos, proyectándose a lo que podría suceder.

La planeación estratégica posee un grupo de características que la hacen muy propia a las demás herramientas administrativas. Estas variables extractadas de acuerdo a diversos autores Serna (2008), Mintzberg (2000), (Terry 2002), se pueden resumir en los siguientes puntos de confluencia:

- Está centrada en aspectos propios del negocio, ya que responde a interrogantes tales

como: ¿En cuál negocio estamos y en cual deberíamos estar? ¿Cuáles son nuestros clientes y cuáles deberían ser? ¿cómo está organizada nuestra empresa y como debería estar?

- Genera una perspectiva más amplia a un gerente a la hora de elegir la opción más adecuada, según la estrategia. Porque esta ofrece un marco de referencia para una planeación mucho más detallada.
- Se presenta como una propuesta a un marco temporal de largo plazo, lo que concede un periodo mayor de maniobrabilidad.
- Canaliza todo tipo de recursos en pro del alcance de las estrategias, empezando con las consideradas de mayor prioridad.
- Conlleva la concurrencia de la alta gerencia para su planeación y desarrollo pues surge de la parte más alta de la pirámide, puesto que desde este nivel jerárquico se posee la visión amplia para tener en cuenta el meso, macro y microambiente organizacional.

Según Caldera 2010, como se cita en (González Millán & Rodríguez Díaz, 2019) algunos beneficios de la planeación estratégica son: claridad de la visión estratégica de la organización, la debida comprensión de un entorno sumamente cambiante y competitivo, el enfoque dirigido, mediante objetivos a largo plazo, a lo que tendrá importancia estratégica para la organización en un futuro. Un comportamiento proactivo frente a los elementos del entorno externo, de modo independiente al de los del entorno interno. Tendrá un comportamiento sistemático y holístico que involucre a toda organización. La interdependencia con el entorno externo.

Además de esto la planeación estratégica tiene unas partes que son fundamentales al momento, cuando se va a poner en práctica, en primera instancia se tienen los fines en los

cuales se tiene que especificar los objetivos y las metas claras, también los medios que son donde se eligen programas, políticas, procedimientos y las practicas que van a ser utilizadas para alcanzar los objetivos propuestos, además, se encuentran los recursos estos establecen los tipos y las cantidades de recursos que se requieren, se define cómo se habrá de generar y adicionalmente como se establecen las actividades, otra parte importante es la realización, en esta parte se diseñan los procedimientos para que se pueda llegar a la toma de decisiones y así mismo, la forma de ordenarlos para que el plan se pueda ejecutar, por último, se tiene el control para este caso se bosqueja un medio que permita detectar con anticipación las fallas que tenga el plan tanto como para corregirlos como para prevenirlos. (González Millán & Rodriguez Diaz, 2019)

Es importante resaltar que la planeación estratégica cuenta con unos principios que son fundamentales para darles un enfoque a la credibilidad y confiabilidad a la aplicación del método, dentro de los principios establecidos para la planeación estratégica se encuentran los presentados por Duque 2013, como se citó en (González Millán & Rodriguez Diaz, 2019), los cuales son:

“priorización del que ser sobre el que hacer donde se identifican y definen la razón de ser de la organización, su actividad económica y lo que se espera lograr, priorización del que hacer sobre el cómo hacerlo básicamente se trata de identificar las acciones que conducen efectivamente a la obtención del objetivo. Se trata entonces de anteponer la eficacia sobre la eficiencia, visión sistémica en este la empresa es un conjunto de elementos que tienen una función definida y se ubican dentro de unos límites establecidos que actúan en búsqueda de un objetivo en común, visión del proceso aquí los sistemas son entes dinámicos y cambiantes y deben ser vistos y estudiados con perspectiva temporal además de conocer su historia para identificar

causas y efectos de su presente y para proyectar su futuro, visión de futuro aquí el pensamiento estratégico es proactivo; es decir se adelanta para incidir en los acontecimientos, compromiso con la acción y con los resultados este quiere decir que el sujeto estrategia no es solamente planificador, es un ejecutor, conocedor y experto que analiza, actúa y evalúa, la flexibilidad la cual se acomoda a las circunstancias cambiantes para no perder el rumbo y por último el principio de la estabilidad la cual busca un equilibrio dinámico que permita el crecimiento seguro, minimizando el riesgo, además busca la sostenibilidad del sistema y de los procesos”.

Por otra parte, la planificación estratégica es el proceso por el cual el Gerente del negocio ordena sus objetivos y acciones en el tiempo. Los conceptos de estrategia y planificación están ligados invariablemente, ya que tanto el uno como el otro designan una secuencia de acciones ordenadas en el tiempo, en forma tal que sea posible alcanzar uno o varios objetivos. (Guerrera y Aguilar, 2002, como se citó en (Pescador, 2018)).

Por último, (Ramírez Pescador, 2018) dice que la planeación estratégica surge en los años setenta cuando Igor Ansoff planeó que las empresas de Estados Unidos estaban sufriendo un descenso en sus ventas, debido especialmente a un desajuste técnico económico de sus productos con la demanda del mercado. A este desajuste Ansoff lo definió como un problema estratégico y surgió la planeación estratégica para resolverlo. El concepto de estrategia fue tomado del arte militar y ha logrado una amplia aplicación en la gestión de empresas. Como toda técnica moderna, dentro del ámbito de la administración la planeación estratégica está sujeta a una serie de conceptos, que de acuerdo con la filosofía e interpretación de varios autores estos intentan desarrollar la mejor definición en sus textos, artículos o ensayos. Por ello esta sección presenta una selección de definiciones de algunos conceptos que se utilizan para planeación estratégica: Peter Drucker señala que el proceso

continuo que consiste en adoptar en el presente decisiones (asumir riesgos) empresariales sistemáticamente, con el mayor conocimiento posible de los resultados futuros; en organizar sistemáticamente los esfuerzos necesarios para ejecutar estas decisiones, comparándolas con las expectativas mediante la retroacción sistemáticamente organizada. Ansoff, determina que un análisis racional de las oportunidades y de los peligros provenientes del medio, de los puntos débiles y fuertes de la empresa y la selección de un compromiso estratégico que satisfaga los objetivos de la empresa. Los principios de la planificación estratégica se explican en:

- Racionalidad: Es la capacidad intelectual para seleccionar alternativas de acción que permitan aprovechar al máximo los recursos.
- Previsión: Predecir el futuro, prever, anticiparse a lo que pueda ocurrir. Esto implica fijar plazos para la ejecución de los planes. Esto debe hacerse teniendo en cuenta la índole de las actividades, el riesgo y los posibles mecanismos de control
- Universalidad: En la toma de decisiones se deben considerar los aspectos tecnológicos, políticos, económicos, legales, sociales y culturales en los que se desenvuelve.
- Unidad: Estrechamente ligado al principio de coordinación, con el fin de impedir el mal inadecuado uso de los recursos.
- Continuidad: La no continuidad de las acciones productivas promueve retraso en la empresa, con sus consecuentes implicaciones.

Observatorio

Tomando como referencia a (Observatorios, 2022), el cual define que los observatorios se crean con base en una curiosidad colectiva, con el ánimo de acumular información para que, a través de un método y de la acumulación sistemática de observaciones, se pueda asumir la explicación de un fenómeno de manera clara y actualizada. Para el cabal cumplimiento de sus funciones es recomendable que los procesos de análisis de los datos

recabados en los observatorios, sean realizados por especialistas en el fenómeno de estudio que den sustento científico a las aportaciones que realice el observatorio para la solución de los problemas que dan origen a la observación. Actualmente se tiene un flujo abundante de información que día a día se actualiza o modifica, esta situación brinda a los observatorios material ilimitado para trabajar. El trabajo de un observatorio se alimenta de la información que surge diariamente, y es por ello que los observatorios académicos son cada vez más pertinentes y la información que generan más prevalente en las discusiones hodiernas tanto científicas como sociales.

Según lo expuesto en (Observatorio socioeconómico de Santander, 2022) el observatorio socioeconómico es un sistema creado para monitorear y recopilar información que proporcione conocimiento a la comunidad, entidades oficiales y empresas acerca de la situación económica y social de un determinado país, región o ciudad, con el fin de aportar a la academia, a la industria y a la sociedad una herramienta para actuar conforme a sus necesidades. Como base y apoyo se tiene que la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga cuenta con un Observatorio Socioeconómico, es una plataforma con la cual, la Facultad de Economía de la Universidad presenta información periódica vía web sobre diferentes fenómenos sociales y económicos del departamento, siguiendo las líneas de investigación: competitividad y productividad, mercado laboral, pobreza y exclusión, teoría y política económica que permitan el diseño y evaluación del estado actual de estas.

Valores

Los valores corporativos según (Mejía C, s.f.) son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios. Con esto lo que se quiere dar a entender es que van encaminados a conceptos, actuaciones, actitudes o

comportamientos que las organizaciones tienen en cuenta como principios que miden la conducta o que a su vez se propone lograr como un distintivo en su ámbito competitivo; todas las empresas tienen diferentes principios que las hacen diferentes a las demás entre las que encontramos: el tamaño, ubicación, estructura etc. En este caso cuando se hace referencia a valores corporativos se habla de las diferentes cualidades que se exponen como ventajas competitivas.

Existen empresas que se fundamentan en la tecnología como opción de valor corporativo para que de esta manera su competitividad entre en un rango mayor, otras se van más a prestar un servicio de calidez y calidad que tener en cuenta las características de lo que ofrecen, también encontramos empresas con alto nivel de innovación entre otras, en este sentido todas las empresas deben definir donde están las mejores opciones que los representan para ser competitivos teniendo en cuenta sus valores corporativos.

Los valores corporativos se pueden encontrar de varios tipos, como primer instante de la empresa en este caso se tienen la transparencia, el liderazgo ante la sociedad etc.; por otra parte, los valores de los colaboradores donde ellos tienen que tener diferentes normas de conducta que van encaminadas a la confidencialidad, la lealtad, el trabajo en equipo, honestidad, responsabilidad etc. Y también encontramos los valores del producto o servicio que preste la empresa en este caso tiene que ver con las cualidades del producto y cómo se lleva a cabo su proceso aquí se ve lo que tiene que ver con la marca, la calidad, el precio, la forma de distribución y entre muchos otros, no se puede dejar pasar que todos estos valores son los que ayudan a que la empresa tenga un buen reconocimiento y posicionamiento dentro del mercado.

(Ramírez Pescador, 2018) Define el entorno en una organización como el conjunto de fuerzas y condiciones que están por fuera de los límites de la organización pero que tienen la

influencia suficiente para afectar las operaciones de la misma, estas fuerzas permanecen en un cambio continuo, presentando a la organización oportunidades y amenazas.

Como actualmente se encuentra en la sociedad la implementación de las nuevas tecnologías de la información y así mismo los nuevos mercados a nivel global que se han incrementado, todo esto se pueden determinar como un cambio significativo en el entorno para los cuales se van encontrando oportunidades que generan recursos y donde se puede entrar a nuevos mercados para las organizaciones.

Como lo expuso Michael Porter en el año 1982 la particularidad de la implementación de una estrategia competitiva radica en relacionar a una empresa con su medio ambiente, aunque el entorno distinguido es muy amplio el aspecto clave es el sector dentro de los cuales se compiten. Porter definió las cinco fuerzas que intervienen en el sector industrial así:

- Amenaza de entrada de los competidores potenciales: depende del tipo y nivel de barreras para su entrada, entendiendo esto como cualquier mecanismo por el cual la rentabilidad que espera un nuevo competidor es inferior a la que obtienen los competidores existentes.
- Competidores existentes: es este el elemento más determinante en el modelo de Porter y se convierte en la fuerza con la que las empresas emprenden acciones para hacer más fuerte su posicionamiento en el mercado para protegerse de los rivales en el sector.
- Productos sustitutos como amenaza: se entiende por bienes sustitutos a aquellos productos que realizan las mismas funciones del producto en cuestión y representan una amenaza si a un precio menor cubren las mismas necesidades, con calidad superior y rendimiento.
- Poder de negociación de los clientes: en un sector industrial, la competencia está

determinada en parte por el poder de negociación que tienen los clientes o compradores con las empresas que producen el bien o servicio. El análisis de esta fuerza se debe hacer en dos dimensiones, la sensibilidad al precio y el poder de negociación.

- Poder de negociación de los proveedores: los proveedores, en parte definen el posicionamiento en el mercado de una empresa de acuerdo con su poder de negociación con quienes les suministran los insumos necesarios para la producción de sus bienes. La intensidad de esta fuerza la dan las condiciones del mercado en el sector de los proveedores y la importancia que ellos tengan en el producto y el poder negociador de los proveedores dependerá de las condiciones del mercado, del resto de los proveedores y de la importancia del producto que suministran. (Pescador, 2018)

En los últimos tiempos han existido muchos cambios significativos en lo que tiene que ver con el análisis del entorno en una organización esto ha venido tomando mucha importancia lo cual ha hecho que los gerentes de las empresas consideren aspectos relevantes sobre la calidad de vida de los grupos que se incluyan con ella, esto tiene que ver con los colaboradores los consumidores las personas que proveen etc. Y así en general con todos los factores afectados por la empresa dentro de su ambiente donde de esto se desglosa el término responsabilidad social empresarial que se basa en si en encontrar soluciones para el bienestar de la sociedad en general.

Teniendo en cuenta a (Sáez , García , Palao, & Rojo, 2006) el micro entorno está conformado por todas aquellas variables sobre las que la empresa puede influir o actuar de algún modo. Por su parte el macro entorno está compuesto por todas aquellas variables que influyen en la organización y que esta no puede controlar, aunque suelen ser muy poderosas y tienen un efecto decisivo sobre la organización.

El micro entorno entonces hace parte de las fuerzas directas que generan influencia directamente a la empresa en estas se desglosan cuatro las cuales son: proveedores, clientes, competidores y recursos humanos, estas se caracterizan por tener estar incluidos en la estrategia empresarial.

- Proveedores: aquí se tienen en cuenta los suministradores de todos los recursos que las empresas necesitan para que de esta manera puedan ejercer su actividad donde se ve enlazada la influencia en la calidad y la eficiencia de la empresa.
- Clientes: Las empresas actualmente ofrecen los productos o servicios no solo a los clientes con los que normalmente cuento sino también a los clientes potenciales que pueden ser personas naturales o diferentes empresas, así mismo no hay que dejar pasar por alto que cada cliente tendrá un gusto diferente para lo cual hay que adaptar la diferencia con la estandarización es decir lograr que los productos o servicios se asemejen a un tipo o modelo en común que requieran los clientes.
- Competidores: estos hacen parte de los pilares con los que las empresas se enfrentan a la hora de retener clientes, dentro de ellos se encuentra una amenaza que hace que el rendimiento empresarial disminuya, así mismo las empresas deben tener en cuenta las diferentes estrategias que sus competidores utilicen para de esta manera poder encontrar ventajas a largo plazo, no hay que dejar de tener en cuenta que en el mercado se pueden aparecer nuevos competidores a medida que pase el tiempo los cuales a su vez reducen los beneficios que las empresas obtienen dentro del sector.
- Recursos humanos: esto hace parte de los colaboradores de las organizaciones los cuales aportan su conocimiento sus habilidades y las experiencias para que la empresa tenga un buen reconocimiento dentro del mercado y que cada vez obtenga mucho éxito empresarial teniendo en cuenta que las empresas deben generar confianza en sus empleados y que estos hagan aportes de gran nivel para poder lograrlo.

Por otra parte, el macro entorno son las fuerzas indirectas a las cuales las empresas no pueden tener control directamente, dentro de estas se encuentran: factores económicos, políticos y legales, socioculturales, tecnológicos, medioambientales.

- Factores económicos: PIB, inflación, intereses etc.,
- Factores políticos y legales: tienen que ver con aspectos gubernamentales que influyen en las organizaciones.
- Factores tecnológicos: procesos de innovación tecnológica a los que las empresas se enfrentan.
- Factores socioculturales: Aquí hacen parte lo que tiene que ver con las cualidades de la sociedad en la que se encuentran las empresas (nivel educativo, valores culturales, ética etc.). Donde esto abarca una gran consecuencia en los modos que las personas adquieren los productos.
- Factores medioambientales: todo lo relacionado con la forma en la que las empresas desempeñan y desarrollan sus productos y servicios encaminados al cuidado del ambiente y siempre teniendo como prioridad la parte ecológica para crear valor dentro de la sociedad.

Estructura organizacional

(Brume González, 2019) Define la estructura organizacional como un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización. Identifica cada puesto, su función y donde se reporta dentro de la organización. Esta estructura se desarrolla para establecer cómo opera una organización y ayudar a lograr las metas para permitir un crecimiento futuro. La estructura se ilustra utilizando una tabla organizacional. Existen tres tipos de organizaciones: organizaciones según sus fines, organizaciones según su formalidad y organizaciones según su grado de centralización; Según Idalberto Chiavenato, la organización formal comprende estructura organizacional, directrices, normal y reglamentos de la organización, rutinas y

procedimientos, en fin, todos los aspectos que expresan como la organización pretende que sean las relaciones entre los órganos, cargos y ocupantes, con la finalidad de que sus objetivos sean alcanzados y su equilibrio interno sea mantenido, como lo dice (Brume González, 2019) este tipo de organizaciones pueden a su vez tener uno o más de los siguientes tipos de organización:

- Organización lineal: constituye la forma estructural más simple y antigua, pues tiene su origen en la organización de los antiguos ejércitos y en la organización eclesiástica de los tiempos medievales. El término organización lineal significa que existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad entre superior y subordinados.
- Organización Funcional: es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones, muchas organizaciones de la antigüedad utilizaban el principio funcional para la diferenciación de actividades o funciones. El principio funcional separa, distingue, y especializa.
- Organización línea- Staff: Es el resultado de la combinación de los tipos de organización lineal y funcional, buscando incrementar las ventajas de esos dos tipos de organización y reducir sus desventajas, existen características de ambos tipos para proporcionar un tipo de organizacional más complejo y completo. En la organización línea- staff coexisten órganos de línea y de asesoría manteniendo relaciones entre sí.

Mintzberg: (1984) define la estructura organizacional como el conjunto de todas las formas en las que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas.

Strategor: (1988) define la estructura organizacional como el conjunto de funciones y de

las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad debe cumplir el modo de comunicación entre cada unidad.

6. METODOLOGÍA

6.1. Tipo de estudio

Con el fin de realizar el Plan Estratégico del Observatorio Socioeconómico y Financiero en la Corporación Universitaria Comfacauca – Unicomfacauca el tipo de estudio que se maneja es cualitativo ya que está orientado a lograr el conocimiento y la identificación de las variables más relevantes y necesarias para que se logre la realización de un buen plan estratégico, por medio de esta se logra generar ideas e interactuar de manera flexible con los directamente interesados, cabe resaltar que se centró en un acercamiento con las personas interesadas en el tema: consejo académico de la facultad de ciencias empresariales y los interesados, lo cual permitió conocer de manera concreta una información confiable de lo que se quiere lograr con el observatorio socioeconómico y financiero.

6.2. Método de investigación

Para cumplir con los objetivos del plan estratégico, se implementará el método descriptivo, es de esta manera como empezando desde los antecedentes y teorías en general citadas anteriormente en lo relacionado con el diseño e implementación de observatorios, se tendrá como fin llegar a unos resultados sobre el problema, lo cual ayudará a tener una mayor seguridad y una mayor profundización en la implementación el plan estratégico.

6.3. Técnicas de Recolección de información

Actualmente se encuentran tres tipos de fuentes de investigación los cuales son fuentes primarias, fuentes secundarias, fuentes terciarias, como primera medida las primarias son aquellas que contienen información nueva y única, que no ha sido sometida a ningún

procedimiento posterior, las secundarias son el resultados de operaciones que componen el análisis documental, es decir alguien ha trabajado sobre el contenido de las mismas y las fuentes terciarias son listados que hacen a referencia a documentos secundarios, como lo son la bibliografía.

En este caso la información para el plan estratégico será recolectada por fuentes de información primaria y secundaria, para las fuentes primarias se diseñara y aplicara una entrevista que será realizada a los administrativos y docentes de la facultad de ciencias empresariales los cuales son los que llevan a cabo el macro proyecto del observatorio socioeconómico y financiero de la corporación y para las fuentes secundarias se utilizará la técnica documental, a través de material organizado como investigaciones y escritos sobre la temática tratada en este caso su fuente principal será el internet.

6.4. Población y Muestra

La población objeto de estudio de este plan estratégico está conformado por un grupo el cual es el consejo académico de la facultad de ciencias empresariales de la corporación universitaria Comfacauca, este grupo está compuesto por un número total de 5 personas los cuales son el decano de la facultad, los directores de programa de administración de empresas y contaduría pública, el representante de los docentes de la facultad y la representante de los estudiantes de la misma.

Se toma esta población ya que son los directamente interesados para que se lleve a cabo la realización de este plan estratégico.

La muestra a emplear es para poblaciones finitas ya que en este caso se tiene conocimiento de la población.

6.5. Sistematización de la información

En la sistematización de la información se hace referencia a las entrevistas que se le realizaron a los Administrativos de la Facultad de Ciencias Empresariales, por lo cual se tabula la información dada por las personas anteriormente mencionadas y se realiza su respectivo análisis lo cual nos servirá para argumentar el trabajo.

6.6 Ficha de caracterización de la Investigación

FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título de la investigación	Planeación estratégica del observatorio socio económico y financiero en Unicomfauca.
Objetivo de la investigación	Crear el perfilamiento estratégico encaminado a la operativización del observatorio socioeconómico y financiero de Unicomfauca en el departamento del Cauca.
Responsable de la elaboración	Lina Fernanda Bambagué López María Alejandra Musicue Sandoval
Cobertura	Facultad de ciencias empresariales de la Corporación Universitaria Comfauca - Unicomfauca
Muestra	5 entrevistas
Universo	Consejo de facultad de ciencias empresariales.
Forma de contacto	Entrevista personal
Cantidad de preguntas	8
Trabajo de campo	Marzo – abril – Mayo del 2022

Tabla 1. Ficha de caracterización de la Investigación. Elaboración propia.

7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

a. Descripción y análisis de resultados obtenidos de las técnicas de recolección de información

PREGUNTAS	RESPUESTAS DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS
<p>1. ¿Cuáles son los beneficios que usted proyecta para la facultad de ciencias empresariales y para la corporación con el funcionamiento del observatorio socioeconómico y financiero?</p>	<p>Decano Denis Lara Unos beneficios que traerá el observatorio Socioeconómico y financiero es la visibilidad que le da a la facultad de ciencias empresariales en el caso de Administración de Empresas y Contaduría Pública, articulada con temas de investigación de forma más aplicada donde empíricamente los estudiantes puedan abordar todos los escenarios y las problemáticas que viven nuestro Departamento, de igual manera se busca un centro de información empresarial el cual promueve el estímulo , la orientación y el fortalecimiento de las ideas de las diferentes organizaciones y sectores que vinculen también empresarios, estudiantes y egresados de la corporación. De igual forma se pretende formar grupos de opinión que a partir de la recopilación de información y datos se pueda trazar para generar estrategias, planes o metas que permitan el desarrollo de la región y el fortalecimiento de todas las organizaciones.</p> <p>Director de Administración de Empresas Diego Edison Velasco Hurtado Visualización y fortalecimiento de los programas de la facultad. Relacionamiento con el sector empresarial de la región, la alcaldía y gobernación para articularnos y trabajar por la comunidad generando oportunidades y experiencias para nuestros estudiantes.</p> <p>Director Del Programa de Contaduría Pública William Macías * Es un escenario académico de formación donde los estudiantes van a tener un espacio para formarse, donde van a poder trabajar distintas asignaturas a través de planes de proyectos de aulas como estadística, investigación, conocimientos de la realidad socioeconómica del departamento. * Es un espacio de investigación donde los estudiantes van a tener una información formativa, también los docentes van a poder hacer investigación formal producir artículos de formación e investigación, ponencias, entre otros, además se pueden hacer consultorías con el sector empresarial y sectores sociales. *Es un escenario de proyección social donde la universidad realiza su tercer componente misional que es conectarse con la realidad social y responder a las necesidades sociales y regionales y unas de esas necesidades es la formación de políticas públicas, la toma de decisiones e información</p>

	<p>procesada la cual es una carencia que tiene el sector público y privado.</p> <p>Representantes de los docentes Manuel Alejandro Aza Goyes En cuanto a la primera pregunta sobre los beneficios lo importante es visibilizar la Universidad porque el objetivo del observatorio es hacer una caracterización de organismos sociales sean empresariales sean simplemente sector productivo o no productivo entonces este tipo de caracterización se puede hacer a través de vínculos con otras entidades y esos vínculos permiten visibilizar el programa y esto a la vez permite entonces generar de alguna manera generar proyectos de capacitación donde sea la universidad la encargada de dictar esos cursos de capacitación entonces el beneficio sería doble un beneficio de visibilizar la universidad y otro económico.</p>
<p>2. ¿Cuál es su prospectiva frente al observatorio socioeconómico y financiero en Unicomfacauca?</p>	<p>Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales Denis Lara Se ha detectado que la falta de información de los sistemas de información lo que es el eje fundamental de la justificación de nuestro observatorio nos permite de una u otra forma buscar la información que sea óptima y confiables para la toma de decisiones mediante el estudio de variables macroeconómicas , lo que hace las decisiones empresariales un poco más fáciles y se trata de buscar que se puedan interpretar los planes que se permiten más efectivamente y no asumir un alto riesgo en el sector empresarial que es fundamental entender desde la parte social, económica, política, religiosa y cultural para nuestro departamento.</p> <p>Director del Programa de Administración de Empresas Diego Edison Velasco Hurtado Ser el observatorio empresarial y financiero que recopile y administre datos importantes de la región para el beneficio de la comunidad, donde genere confianza y alianza por los actores involucrados en este proceso para tomar decisiones y generar proyectos de desarrollo social y empresarial.</p> <p>Director del Programa de Contaduría Pública William Macías La perspectiva del observatorio socio económico y financiero es consolidarlo como un espacio formativo de investigación y proyección social que le brinde al departamento información estadística y datos para la toma de decisiones en distintas esferas. La perspectiva fundamental es que a corto plazo consolidar un instrumento que permita recoger información a través de aplicativos y que permita tener unas salidas que son indicadores, datos variables sobre la realidad socioeconómica del departamento y que sea información que se obtenga con</p>

	<p>fuentes secundarias sino a través de fuentes primarias de los productores, organizaciones, etc.</p> <p>Representantes de los Docentes Manuel Alejandro Aza Goyes Bueno en cuanto a la prospectiva que se tiene sobre el observatorio es lograr realizar un número considerable de caracterizaciones que permitan entonces consolidar una base de datos que con esa base de datos se pueda estructurar de acuerdo a la información que estos datos dan en diferentes programas o proyectos o políticas de acuerdo al enfoque que se le quiera dar.</p>
<p>3. ¿Cuál es la razón de ser del observatorio?</p>	<p>Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales Denis Lara La razón de ser como primera medida es obtener información confiable, articular información óptima mediante los dinamizadores que en nuestro caso son los estudiantes, profesores y el sector productivo mediante el punto NAF que es uno de los articuladores, el consultorio empresarial y el laboratorio de innovación y creatividad de la facultad de ciencias empresariales, en busca de ello se pretende buscar información confiable de los procesos organizativos de los diversos estamos y demás segmentos de la economía de nuestra región, así mismo articular unos planes, problemas, estrategias y acciones que van dirigidas a las diferentes poblaciones del ámbito productivo.</p> <p>Director del Programa de Administración de Empresas Diego Edison Velasco Hurtado Ser un espacio para la investigación, reflexión y difusión de la actualidad económica, empresarial y financiera. Articulada estratégicamente con el sector público y privado.</p> <p>Director del Programa Contaduría Pública William Macías Tiene que ver con la consolidación de un espacio formativo, investigativo y de proyección social orientado a analizar la realidad socioeconómica del Departamento de Cauca, y que se convierta en un referente para la toma de decisiones.</p> <p>Representante de los Docentes Manuel Alejandro Aza Goyes La razón de ser del observatorio es poder vincular todos estos procesos visionales de la corporación ósea la parte docencia la parte de proyección social y la parte de investigación ya que las tres se pueden unir para poder hacer procesos de caracterización entonces no solo es en el aula no solo es a través de los procesos de investigación sino también es ir a las comunidades hacer caracterizaciones en las comunidades.</p>

<p>4. ¿Para usted cuáles serían los servicios que el observatorio socioeconómico y financiero debería ofertar y por qué?</p>	<p>Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales Denis Lara Los servicios del observatorio son el relacionamiento con otras Universidades, alcaldía entre otros también información y la visibilidad de la facultad.</p> <p>Director del Programa de Administración de Empresas Diego Edison Velasco Hurtado Capacitaciones a la comunidad y sector empresarial, Práctica de estudiantes Unicomfacaucanos, Proyectos ABP desde los docentes en sus asignaturas, Recolección y administración de datos estadísticos para toma de decisiones, Fortalecimiento y desarrollo en el ámbito social y económico de la región.</p> <p>Director del Programa de Contaduría Pública William Macías Que alimenten el aplicativo, entonces es tener un observatorio que permita darse cuenta cual es la realidad socioeconómica del Departamento la cual se quiere que de información, boletines de la realidad socioeconómica actualizados y tenga una visión global de distintas variables y que además una carencia del departamento que no hay es que no hay este tipo de organizaciones estadísticas que se encarguen de procesar datos estadísticos y que se encargue de entregar información organizada, clasificada y conciertos niveles de análisis lo cual es una carencia que tiene el departamento y lo que quiere la universidad es responder a esas necesidades</p> <p>Representantes de los Docentes Manuel Alejandro Aza Goyes En cuanto a la cuarta pregunta de acuerdo a lo que he contestado yo creo que los servicios que puede brindar el observatorio es realizar caracterización de grupos sociales y con base a la caracterización poder brindar ofertas de capacitación.</p>
<p>5. ¿Desde su punto de vista el observatorio socioeconómico y financiero tiene competencia en el departamento del cauca y el municipio de Popayán?</p>	<p>Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales Denis Lara No sabría afirmar si existe una competencia directa, pero lo que se ha estado realizando es articulando nuestro observatorio para poder de una u otra forma buscar alianzas estratégicas que permitan dinamizar el ejercicio de lo que se pretende que es caracterizar los procesos organizativos desde el ámbito socioeconómico, en este orden de ideas poder generar unos indicadores tanto sociales, económicos y financieros que permitan impulsar planes de fortalecimiento en los procesos organizativos del ámbito empresarial y el sector productivo como tal. Entonces no se podría identificar una competencia marcada en los observatorios que se encuentran dentro de la región.</p>

	<p>Director del Programa de Administración de Empresas Diego Edison Velasco Hurtado De pronto varias instituciones están trabajando en el tema, pero de forma individual y con poca efectividad, lo importante aquí son las alianzas del sector público y privado para dinamizarlo y mostrar resultados colectivos.</p> <p>Director del Programa de Contaduría Pública William Macías Si, tiene competencia más en el departamento que en el municipio, inicialmente en el municipio pero el observatorio que se pretende realizar en Unicomfacauca tiene unas características que tiene que ver con el manejo de datos primarios, lo social económico y empresarial y de una u otra manera la forma como se ha ido organizando el observatorio con capacitación aplicativos usos de tic hay observatorios que han desarrollado propuestas de observatorios pero no se han consolidado ya que todos están en procesos de formación y en términos de competencia desconoce si los otros observatorios van a ofrecer servicios al sector empresarial, pero el observatorio en Unicomfacauca si va a prestar los servicios, ya que nosotros tendríamos la posibilidad de generar consultoría, asesorías y capacitaciones con el sector empresarial y eso sería la diferencia con los otros observatorios.</p> <p>Representantes de los Docentes Manuel Alejandro Aza Goyes Teniendo en cuenta el objetivo del observatorio puede tener competencia por el ejercicio es un ejercicio que se puede hacer desde el aula, desde la investigación y proyección social, entonces puede tener competencia puesto que las otras universidades o instituciones educativas hacen investigación, proyección social y docencia, inclusive instituciones públicas también tienen sus departamentos con el fin de identificar datos y hacer sus caracterizaciones, entonces desde ese punto de vista se puede considerar competencia, pero si lo vemos desde el punto de vista de Popayán se ha caracterizado por no tener como tal una base de datos consolidada con información de las organizaciones en Popayán podríamos decir que no entonces si se logra consolidar un tema de un ejercicio donde se logre obtener toda esta información no tendría competencia, pero entonces debo reiterar lo mismo eso es un ejercicio académico que si se hace aquí pues lo puede hacer otra persona también.</p>
<p>6. ¿Cuáles sectores serían aliados estratégicos para el observatorio socio económico y financiero y por qué?</p>	<p>Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales Denis Lara en cuanto a los aliados estratégicos se tiene la caja de compensación la cual provee toda la información con respecto al sector productivo, se ha venido articulando actualmente con la alcaldía con el observatorio que manejan ellos de tipo social y se articulan algunos escenarios ya que para nosotros es muy</p>

	<p>importante que los estudiantes y todos los convenios que podemos tener con la alcaldía para la práctica empresarial y fortalecer de una u otra forma toda esa sinergia que existe, de otro lado si hay una alimentación al alcance es de poder tener una plataforma para poder manejar la información porque en la medida que se empieza a recopilar información vamos a necesitar personas y de una u otra forma alguna plataforma para poder dinamizar ese ejercicio que tenemos que buscar aliados estratégicos que ya manejen el tema y poder articular el proceso.</p> <p>Director del Programa de Administración de Empresas Diego Edison Velasco Hurtado las instituciones educativas, la alcaldía, la gobernación, empresarios, microempresarios, vendedores informales, la comunidad en general, porque todos necesitamos avanzar hacia el desarrollo económico y social para tener una mejor calidad de vida.</p> <p>Director del Programa de Contaduría Pública William Macías los aliados en este proyecto formativo e industrial de proyección social serían las organizaciones de productores, los empresarios, la alcaldía es un aliado en este momento por los contactos que han realizado, instituciones públicas, e incluso instituciones universitarias fuera del departamento que tiene ya experiencia en procesamiento de datos estadísticos, en entregar documentación estadística, en manejar archivos de orden nacional e incluso con el dane, entonces eso hay que buscarlo porque de una u otra manera es una falencia que hay del porque no hay datos estadísticos porque tampoco está el capital humano formado y esa información la tiene el banco de república, el dane, instituciones por ejemplo la alcaldía, la universidad del rosario que el que tiene el observatorio fiscal y este es el que tiene tradición en el país y se buscaría contactos con instituciones que ya tienen procesos avanzados y es allí donde se miraría los aliados a nivel local y nacional.</p> <p>Representantes de los Docentes Manuel Alejandro Aza Goyes Los sectores aliados principalmente serían otras instituciones educativas y entidades públicas como la alcaldía la gobernación y toda vez que estas otras instituciones sean académicas o en el ámbito público permite primero generar un mayor acercamiento con la comunidad y entonces así poder levantar toda la información que se necesita.</p>
7. ¿Las empresas de Popayán cauca en que se benefician con el	<p>Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales Denis Lara ellos se benefician mediante la identificación de los procesos organizativos y comunicativos que impulsan el desarrollo socio</p>

<p>observatorio y qué estrategias utilizarían para la articulación con las mismas?</p>	<p>empresarial a partir de dinámicas endógenas y sistemáticas para buscar su fortalecimiento es así como ellos generaría información susceptible de la cual se puede emplear en proyectos y en la formación de políticas públicas las cuales fortalecen el proceso organizativo de todas las organizaciones en este caso socio empresariales y las formulaciones de planes estratégicos y la misma visibilidad de estos mismos procesos, como valores agregados se da una articulación entre el ámbito socioeconómico y financiero con la academia que es muy importante la articulación de estos dos ejes fundamentales mediante la alianza universidad – empresa - estado y la sustentación al aporte de estas organizaciones en la parte socio empresarial de igual forma existe un empoderamiento en donde se puede utilizar la información desde la academia se puedan tomar cursos, diplomados y seminarios de fortalecimiento en áreas empresariales, finanzas, contable, tributaria y de otros programas que ofrece la corporación.</p> <p>Director del Programa de Administración de Empresas Diego Edison Velasco Hurtado Se benefician en capacitaciones, asesorías, consultorías, red de empresarios afiliados para obtener beneficios como participación de ruedas de negocio para que muestren y oferten sus productos y servicios, publicidad en medios digitales para su crecimiento y desarrollo, que los conozca toda la región y así ganemos todos.</p> <p>Director del Programa de Contaduría Pública William Macías</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las empresas de Popayán pueden vincularse siendo proveedores de datos para la plataforma del observatorio y a cambio van a recibir capacitaciones, participación en seminarios, diplomados, por otro lado van a recibir servicios de consultorías en aspectos que tienen la facultad. • Las mismas empresas pueden convertirse en demandantes de estudios más avanzados de acuerdo a lo que aparezca, pero no solo las empresas los beneficiarios también pueden ser el sector público, organizaciones sociales, otros que necesiten información, estudios entre otros. <p>Representantes de los Docentes Manuel Alejandro Aza Goyes Las empresas se benefician porque toda organización debe estar constantemente analizando sus procesos internos e identificando sus características y cómo funcionan internamente y estos procesos de caracterización pueden brindar información oportuna para que ellos tomen mejores decisiones en el ámbito estratégico, administrativo y financiero de la empresa.</p>
<p>8. ¿Cree usted que dentro de la</p>	<p>Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales Denis Lara</p>

<p>estructura organizacional del observatorio se debe contar con estudiantes de últimos semestres de la corporación?</p>	<p>el observatorio fue diseñado para articular a todos los estudiantes de diferentes semestres mediante los proyectos de aula ya que este maneja la articulación de la teoría con la práctica desde la academia ya que no se espera que el estudiante termine la carrera para que este pueda entender cómo funcionan las organización o cómo funciona el sector empresarial y que se le genere un valor agregado en ese sentido, entonces es un ganar - ganar por así decirlo en ese tema de empoderamiento, en este tema de entender de cómo funciona el mercado, entender las dinámicas empresariales y cuáles son las oportunidades de mejora o necesidades que tienen las organizaciones porque en últimas lo que se quiere es suplir y dar cumplimiento a diferentes problemáticas que tiene el sector productivo y se tomaría como insumo necesario para la recolección de base de información además de que el estudiante sea dinamizador de estos espacios.</p> <p>Director del programa de Administración de Empresas Diego Edison Velasco Hurtado Si claro, estudiantes desde todos los semestres según la asignatura donde pueda aportar al crecimiento y desarrollo del observatorio empresarial y financiero.</p> <p>Director del Programa de Contaduría Pública William Macías Si claro, ya que los estudiantes de todos los semestres tienen que estar articulados a proyectos de aulas en diferentes asignaturas ya que los proyectos de aula tienen que transversalizar al observatorio, así como a otros proyectos de la facultad como los semilleros de investigación, además de eso los estudiantes de último semestre va a tener que la calidad de monitores, practicantes y opciones de grado dentro del observatorio.</p> <p>Representantes de los docentes Manuel Alejandro Aza Goyes Efectivamente considero que sí deben estar vinculados es más el observatorio una de las intenciones es poder vincular a los estudiantes de último semestre en estos procesos para que así puedan antes de terminar su carrera conocer el trabajo de campo y así pues agregarle ese plus que se necesita de todo profesional del conocer el trabajo de campo y que no solo sea la parte teórica que se enseñan en las aulas.</p>
--	--

Tabla 2. Entrevista a Directivos de la Facultad de Ciencias Empresariales. Elaboración propia

RESPUESTA DE LA PERSONA ENCUESTADA	
N o	<p>PREGUNTAS</p> <p>Representante de los Estudiante Ante la Facultad de Ciencias Empresariales Dayana Muñoz</p>

1	¿Qué tan importante cree usted que es el funcionamiento del observatorio socioeconómico y financiero en Unicomfauca?	Yo creo que brindaría gran importancia a los estudiantes porque podrían tratar de mirar como es el mundo real en base a lo que se va a trabajar acá además puede generar oportunidades tanto para la universidad como para los estudiantes para que fomenten su educación.
2	¿Desde su perspectiva cree usted que Unicomfauca cuenta con el personal idóneo para la creación de un observatorio socioeconómico y financiero?	Si, con la ayuda de los profesores creo que son sesenta los que se tienen ahora son el personal idóneo para crear el observatorio y además contaduría y administración creo que es una de las facultades más grandes de la corporación
3	¿Cree usted que la creación de un observatorio socioeconómico y financiero en Unicomfauca contribuye al crecimiento y reconocimiento de la Universidad?	Claro, porque así varias personas van a tener conocimiento sobre lo que se hace e igualmente con el punto NAF son muchas las personas que han conocido de la universidad y como tal de la Facultad.
4	¿Cuáles serían los beneficios que tendría la Universidad al implementar un Observatorio Socioeconómico y Financiero?	Pues traería reconocimiento como tal que sus estudiantes salgan siendo más competitivos

Tabla 3. Entrevista a la Representante de los Estudiantes. Elaboración propia.

Frente a las encuestas realizadas a los Directivos de la Facultad de Ciencias Empresariales se puede decir que el Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria Comfauca – Unicomfauca será una oportunidad para que la universidad obtenga más visualización en el entorno y así mismo el observatorio podrá fortalecer y relacionarse con otras entidades ya sean educativas o empresariales, para los cuales los programas de la facultad que son Administración de Empresas y Contaduría Pública tendrán un acercamiento con el sector empresarial dándose así oportunidades de articulación con estas y así mismo, generando experiencias del mundo real fuera del aula de clase, de igual manera, las organizaciones que se encuentre articuladas con el observatorio también se verán beneficiadas pues recibirán capacitaciones, talleres y diplomados los cuales se dictaran para que obtenga conocimiento sobre procesos que no estén claros y así poderles ayudar a satisfacer las necesidades empresariales que vayan encontrando.

Además, el Observatorio Socioeconómico y Financiero se realiza con el fin de recopilar y procesar información de los cuales se pueden obtener datos estadísticos, informes, revistas entre otros, donde la información obtenida sea óptima y confiable para que pueda ser interpretada efectivamente y así de esta manera no asumir un alto riesgo en la toma de decisiones del sector empresarial.

8. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

8.1. Contexto Organizacional

8.1.1. Perfil de la Corporación Universitaria Comfacauca

Propendemos ofrecer un ambiente de formación integral para el desarrollo profesional de personas que impulsen la productividad en las organizaciones, apoyándose en la docencia, la investigación y la proyección social, en la búsqueda constante de la excelencia, la equidad social y el mejoramiento de las condiciones de vida de los colombianos. (COMFACAUCA, 2022)

8.1.2. Perfil del programa Administración de empresas

Nuestro programa Administración de Empresas, siendo coherente con los propósitos de la Corporación Universitaria Comfacauca, busca formar Administradores que sean líderes éticos con una visión integral del entorno, capaces de gerenciar las organizaciones con responsabilidad social empresarial, mediante el aprendizaje autónomo, trabajo en equipo y motivación, íntegros en todas sus dimensiones humanas, profesionales, ciudadanas que les permitan integrarse exitosamente a su contexto local, regional, nacional y global.

(COMFACAUCA, UNICOMFACAUCA, 2022)

Título: Administrador de Empresas

Duración: 9 semestres

Admisión: Semestral

Lugar donde se oferta: Popayán, Santander de Quilichao

Requisitos: Pruebas Saber, Entrevista

Resolución: 12921 del 21/08/2015

Código SNIES: 104851

Modalidad: Presencial (Diurna), Presencial (Nocturna)

81.3. Perfil del programa de Contaduría Pública

En UnicomfacaUCA formamos Contadores Públicos profesionales capaces de actuar localmente con visión global, observadores de las tendencias y políticas nacionales e internacionales, encontrándose a la vanguardia en procesos tecnológicos y técnicos propios de su formación, con alta capacidad de adaptación e innovación en diferentes escenarios económicos, sociales, culturales, políticos y ambientales, generador de soluciones pertinentes que aporten al desarrollo y crecimiento de su región y país. (COMFACAUCA, UNICOMFACAUCA, 2022)

Título: Contador Público

Duración: 10 semestres

Admisión: Semestral

Lugar donde se oferta: Popayán, Santander de Quilichao

Requisitos: Pruebas Saber, Entrevista

Resolución: 1301 del 28/01/2016

Código SNIES: 54428

Modalidad: Presencial (Diurna), Presencial (Nocturna)

8.1.4. Portafolio de Servicios

La Corporación Universitaria ComfacaUCA - UNICOMFACAUCA dentro de su portafolio de servicios tiene como oferta el nivel de pregrado donde nos encontramos las carreras profesionales organizadas en distintas facultades como lo son:

Facultad de ciencias empresariales: Programas de Administración de empresas y contaduría pública.

Facultad de ingenierías: Programas de ingeniería industrial, ingeniería de sistemas, ingeniería mecatrónica, ingeniería agroambiental y tecnología agroambiental.

Facultad de humanidades, artes, ciencias sociales y de la educación: Programa de comunicación social y periodismo, derecho, tecnología en gestión gastronómica, trabajo social.

Además de esto, se encuentra el nivel de posgrado donde ofertan especializaciones las cuales son: Especialización en comunicación organizacional, especialización en gerencia del talento humano, especialización en sistemas de información en gestión y control de costos organizacionales, especialización tecnológica en manejo de productos y diseño de cocina de vanguardia, especialización en gestión de la cadena de suministros y logística, especialización en sistemas inteligentes aplicados a internet de las cosas, especialización en tecnologías de la información y la comunicación en educación y maestrías en tributación, desarrollo humano organizacional, maestría en gerencia de empresas sociales para la innovación social y desarrollo local, maestría en educación desde la diversidad.

Por último, la oferta de educación continuada donde encuentran los siguientes diplomados: Diplomado en Coaching Gerencial, Diplomado en Creación y Gestión de Proyectos Audiovisuales, Diplomado en Docencia Universitaria, Diplomado en E-Commerce, Diplomado en Formación Pedagógica a la primera infancia, Diplomado en Formulación y Evaluación de Proyectos, Diplomado en Gestión Estratégica del Talento Humano, Diplomado en Gestión Pública, Diplomado en Marketing Digital, Diplomado en Pensamiento Creativo, Diplomado en Pensamiento estratégico prospectivo y Marketing Digital, Diplomado en SAP Business One, Diplomado en Sistema Integrado de Gestión

HSEQ, incluye Formación Auditor Interno, Diplomado en Sistemas de Seguridad y Salud en el Trabajo con énfasis en Covid-19, Diplomado en Social Media Manager, Diplomado en Social Selling, Diplomado en Transformación Digital, y Diplomado Lean Six Sigma Green Belt (LSSGB).

Por otro lado, se encuentran los cursos en Creación de Piezas Publicitarias, Curso en Finanzas para pequeños productores agropecuarios, Curso en Matemáticas para la universidad, Curso en Metodologías ágiles de Coach Ontológico, y Curso en PreIcfes.

Y, por último, brindan el taller de ortografía y redacción para el entorno laboral.

9. ANÁLISIS DOFA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE UNICOMFACAUCA

En este punto se llevará a cabo el análisis de la situación actual o el diagnóstico del Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria Comfacaucá – Unicomfacaucá, por lo cual se utilizará la matriz DOFA que hace referencia a los factores internos y externos es decir que se analizará los aspectos positivos y negativos que afectan o crean oportunidades para el observatorio, del cual se podrá realizar el cruce respectivo de las variables.

9.1 Análisis Externo

En el análisis externo se realizará a través de la matriz EFE donde se identificarán los factores que ocurren al exterior del Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria Comfacaucá – Unicomfacaucá como lo son las oportunidades y las amenazas que están presentes en el entorno, es así como con este estudio de campo de forma ponderada, se evalúan los diferentes factores facilitando la planificación de estrategias para darle un buen uso a las oportunidades que están en el mercado y así disminuir las amenazas

existentes.

Matriz Evaluación Factor Externo EFE				
No.	FACTOR EXTERNO CLAVE	OPORTUNIDAD	AMENAZA	PONDERACIÓN
1	La vinculación con otros sectores como la alcaldía, la gobernación, Universidades, entre otros.	X		0,07%
2	Hay un lento reconocimiento e interpretación de datos estadísticos.		X	0,09%
3	Altos costos en mano de obra.		X	0,07%
4	Se podría encontrar una respuesta lenta frente a los sectores económicos, políticos, sociales y empresariales los cuales se descubriría las necesidades verdaderas de cada Sector.		X	0,07%
5	Acercamiento con el sector empresarial.	X		0,08%
6	Falta de información.		X	0,07%
7	Delitos informáticos.		X	0,09%
8	Falta de conocimiento de este espacio por parte de las MIPYMES y personas naturales		X	0,10%
9	Ayuda al desarrollo empresarial y social de las MIPYMES	X		0,10%
10	Desconfianza en el sistema financiero.		X	0,04%
11	Inseguridad Social por parte de los delitos informáticos.		X	0,07%
12	Reconocimiento a nivel Departamental	X		0,09%
13	Convenios Interinstitucionales.	X		0,06%
			TOTAL	1,00%

Tabla 4. Matriz Evaluación Factor Externo EFE. Elaboración propia.

CUADRO DE CLASIFICACIÓN Y PUNTUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS				
No.	FACTOR EXTERNO CLAVE	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
OPORTUNIDADES				
1	La vinculación con otros sectores como la alcaldía, la gobernación, Universidades, entre otros.	0,07%	4	0,28%
2	Acercamiento con el sector empresarial.	0,08%	4	0,32%
3	Reconocimiento a Nivel Departamental	0,09%	4	0,36%
4	Ayuda al desarrollo empresarial y social de las MIPYMES	0,10%	4	0,40%
5	Convenios Interinstitucionales.	0,06%	3	0,18%
Subtotal		0,40%		1,54%

AMENAZAS				
1	Hay un lento reconocimiento e interpretación de datos estadísticos.	0,09%	2	0,18%
2	Altos costos en mano de obra.	0,07%	2	0,14%
3	Se podría encontrar una respuesta lenta frente a los sectores económicos, políticos, sociales y empresariales los cuales se descubriría las necesidades verdaderas de cada Sector.	0,07%	2	0,14%
4	Falta de información.	0,07%	2	0,14%
5	Delitos informáticos.	0,09%	2	0,18%
6	Falta de conocimiento de este espacio por parte de las MIPYMES y personas naturales	0,10%	2	0,20%
7	Desconfianza en el sistema financiero.	0,04%	1	0,04%
8	Inseguridad Social.	0,07%	1	0,07%
	Subtotal	0,60%		1,09%
	valor total	1,00%		2,63%

Tabla 5. Cuadro de clasificación y puntuación de factores externos. Elaboración Propia.

4: Oportunidad mayor

3: Oportunidad menor

2: Amenaza mayor

1: Amenaza menor

Basados en lo anterior se busca examinar cada factor con el objetivo de implementar lo positivo y lo negativo que ofrece el factor externo. Con respecto a la vinculación con otros sectores como la Alcaldía, la Gobernación, Universidades, entre otros se le da un porcentaje del 0,07% lo cual se considera un factor mayormente importante ya que esto contribuiría a que el Observatorio tenga muchas fuentes confiables para que las personas acudan a él. En cuanto al factor, acercamiento con el sector empresarial se le da un porcentaje del 0,07% por lo que se considera una oportunidad mayormente importante ya que el sector empresarial se puede acercar al observatorio, además, con la información que se tiene analizada y tabulada se puede tener acceso a esta y así realizar el estudio de mercado más eficiente para que las empresas obtengan mayor rentabilidad. El reconocimiento a nivel departamental se le da un

porcentaje del 0,07%, puesto que genera a la Corporación desde este espacio llegue a muchas personas para brindar sus servicios y así adquirir posicionamiento. En cuanto a la ayuda al desarrollo empresarial y social de la MIPYMES, se le da un porcentaje del 0,10% por lo cual genera que por medio de las líneas estratégicas con las que va a contar el observatorio cada empresa busque la mejor alternativa para la solución de sus problemas y generar desarrollo que contribuya al crecimiento de estas. Y por último una oportunidad medianamente importante se encuentra con los convenios interinstitucionales se le da un porcentaje del 0,05% lo cual se quiere establecer alianzas estratégicas a través de intercambio de información estadística o información que sea necesaria para su respectiva sistematización.

Por otro lado se encuentran las siguientes amenazas: hay un lento reconocimiento e interpretación de datos estadísticos se le da un porcentaje del 0,09%, lo que se considera una amenaza mayor ya que carece de un proceso muy consistente puesto que se necesitan inspeccionar, limpiar y transformar la información y con esto obtener conclusiones claras y concretas que permitan establecer la toma de decisiones. En cuanto a los altos costos en mano de obra se le da un porcentaje del 0,07%, se considera una amenaza mayormente importante porque al contratar personal que esté encargado del observatorio se generará unos gastos como lo es el pago de nómina lo cual es generada por el servicio prestado. Se podría encontrar una respuesta lenta frente a los sectores económicos, políticos, sociales y empresariales se le da un porcentaje del 0,07% lo cual se considera una amenaza mayor puesto que se descubriría las necesidades verdaderas de cada Sector, esto se relaciona a que al hacer el análisis de la información muchos de los sectores van a descubrir las falencias que tienen y esto es de gran importancia puesto que se podrían ir corrigiendo las falencias y es así como todos los sectores económicos, políticos, sociales y empresariales podrían solventar sus necesidades. En la falta de información se le da un porcentaje del 0,07% y se considera una amenaza mayor se puede decir que muchas organizaciones prefieren guardar los datos para

ellos mismos y no brindan la información necesaria para que las organizaciones puedan obtener una información confiable y así poder darle el uso necesario. Por otro lado los delitos informáticos que se le da una ponderación del 0,09% y se clasifica como una amenaza mayor, lo cual es uno de los riesgos que puede tener todo observatorio puesto que la mayoría de la información que se va a manejar en una base de datos y esta va a estar en computadores o en las nubes y eso hace que muchas personas quieran robar información de manera ilegal. Falta de conocimiento de este espacio por parte de las MIPYMES y personas naturales se le da un porcentaje del 0,10% se considera una amenaza mayor puesto que muchas organizaciones no tienen conocimiento de la existencia de un Observatorio Socioeconómico y Financiero donde puedan ir aclarar dudas respecto a la iniciación de una idea de negocio. Desconfianza en el sistema financiero, se le da un porcentaje del 0,04% y se le da una clasificación de una amenaza menor, puesto que a raíz de estafas, lavados de activos, manipulación de dinero, entre otras cosas que se han producido tiempo atrás y eso hace que muchas personas no crean en veracidad de los datos que son compartidos por las fuentes de información primarias como lo son el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), la alcaldía entre otros sectores que manejan esta información de primera mano. Inseguridad Social con un porcentaje de 0,07% debido a que puede ocurrir por parte de las personas que acudan al observatorio con el fin de obtener información que se utilice para daños ajenos.

9.2 Análisis Interno

En el análisis interno se puede identificar los factores que ocurren al interior del Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria Comfacauca – Unicomfacauca como son las fortalezas y las debilidades, de esta manera se hace un estudio real del Observatorio, esto es fundamental puesto que permite tener una visión general del entorno interno, evaluando los factores y facilitando la formulación de estrategias necesarias para darle un inicio al observatorio y así poder estar en el mercado.

Matriz de evaluación del factor interno EFI				
No.	FACTOR INTERNO CLAVE	FORTALEZA	DEBILIDADES	PONDERACIÓN
1	No hay investigaciones enfocadas a las necesidades de la sociedad y de los empresarios.		X	0,02%
2	Acercamiento con el sector empresarial.	X		0,05%
3	Estar interesados en los desarrollos de información sectorial.	X		0,05%
4	Muchas empresas no tienen un plan estratégico para poder alcanzar sus metas previstas.		X	0,04%
5	Tener personal disponible para el monitoreo de actividades		X	0,05%
6	Los estudiantes no se encuentran bien capacitados para el análisis de información.		X	0,06%
7	Posicionamiento institucional	X		0,06%
8	El consejo académico está comprometido a innovar una parte de la Facultad de Ciencias Empresariales.	X		0,07%
9	Acercamiento de los estudiantes al mundo laboral.	X		0,07%
10	Falta de procesamiento de datos.		X	0,03%
11	Falta de información.		X	0,03%
12	Falta de Software idóneo para el tratamiento de datos.		X	0,06%
13	Existen docentes con experiencia en gestión financiera.	X		0,06%
14	Crecimiento de la facultad a nivel Institucional.	X		0,07%
15	Interés Local.	X		0,07%
16	Canales de atención.		X	0,05%
17	Poca capacitación del personal institucional.		X	0,03%
18	Falta de publicidad.		X	0,05%
19	Infraestructura física.		X	0,04%
20	Debilidades en la atención al cliente		X	0,04%

TOTAL	1,00%
--------------	-------

Tabla 6. Tabla de clasificación y puntuación de factores internos. Elaboración propia.

CUADRO DE CLASIFICACIÓN Y PUNTUACIÓN DE FACTORES INTERNOS				
No .	FACTOR INTERNO CLAVE	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
FORTALEZAS				
1	Acercamiento con el sector empresarial.	0,05%	3	0,15%
2	Interés institucional en el desarrollo de información sectorial.	0,05%	3	0,15%
3	Posicionamiento institucional	0,06%	4	0,24%
4	El consejo académico está comprometido a innovar una parte de la Facultad de Ciencias Empresariales.	0,07%	4	0,28%
5	Existen docentes con experiencia en gestión financiera.	0,06%	4	0,24%
6	Crecimiento de la facultad a nivel Institucional.	0,07%	4	0,28%
7	Beneficio Local.	0,07%	4	0,28%
SUBTOTAL		0,43%		1,62%
DEBILIDADES				
1	No se encuentran espacios donde se realicen investigaciones enfocadas a las necesidades empresariales con las que cuenten las personas.	0,02%	1	0,02%
2	Muchas empresas no tienen un plan estratégico para poder alcanzar sus metas previstas.	0,04%	2	0,08%
3	Tener personal disponible para el monitoreo de actividades.	0,05%	2	0,10%
4	Necesidad de tiempo y dedicación para lograr un reconocimiento en el mercado.	0,07%	2	0,14%
5	Falta de procesamiento de datos.	0,03%	2	0,06%
6	Falta de información estadística y empresarial.	0,03%	1	0,03%
7	Falta de Software idóneo para el tratamiento de datos.	0,06%	2	0,12%

8	Canales de atención (líneas telefónicas, páginas web etc.)	0,05%	2	0,10%
9	Poca capacitación de los estudiantes.	0,03%	1	0,03%
10	Falta de publicidad del observatorio	0,05%	2	0,10%
11	Falta de Infraestructura física para la operativización del observatorio dentro de la Corporación.	0,04%	2	0,08%
12	Debilidades en la atención al cliente.	0,04%	1	0,04%
	Subtotal	0,51%		0,90%
	valor total	0,94%		2,52%

Tabla 7. Cuadro de clasificación y puntuación de factores internos. Elaboración propia.

4: fortaleza mayor

3: fortaleza menor

2: debilidad mayor

1: debilidad menor

Con lo anterior, se realiza el análisis de cada factor con el fin de comprender el por qué se escogieron los factores y el porcentaje dado: El acercamiento con el sector empresarial se le da un porcentaje del 0,05% se clasifica como una fortaleza menor debido a que al acercarnos al sector empresarial las organizaciones obtendrán información que podrán usar como apoyo en sus empresas para que tengan un buen funcionamiento. Interés institucional en el desarrollo de información sectorial, se le da un porcentaje del 0,05% y se le da una clasificación de una fortaleza menor ya que al estar actualizados con todos los datos concretos de los entornos económicos se puede ayudar al sector empresarial para que así tengan claridad de la competencia que tienen y qué provecho pueden sacar para su empresa. Posicionamiento institucional se le da un porcentaje del 0,06% y se clasifica como una fortaleza mayor puesto que por medio del observatorio que se va a implementar, la corporación obtendrá mucho más reconocimiento, esto contribuirá a que las personas del

sector estén interesadas tanto en obtener los servicios de la corporación como del observatorio mismo y todo esto va vinculado con la participación de los posibles aliados estratégicos con los que podrá contar. El consejo académico está comprometido a innovar una parte de la Facultad de Ciencias Empresariales se le da un porcentaje del 0,07% por lo cual se clasifica como una fortaleza mayor ya que la facultad de ciencias empresariales quiere que sea reconocida por su trabajo innovador, creativo y beneficioso para el sector empresarial, egresados y personas naturales que estén interesadas en estudiar las carreras que pertenecen a esta facultad. La Corporación cuenta con docentes que tienen experiencia en gestión financiera con un porcentaje del 0,06%, se clasifica como una fortaleza mayor porque gracias a su alto nivel de conocimientos, los docentes servirán como una guía para que las personas que se acerquen a buscar nuevas ideas de inversión logren obtener los beneficios que desean. Crecimiento de la facultad a nivel Institucional con un porcentaje del 0.07% por lo cual se clasifica como una fortaleza mayormente importante, ya que de esta manera se demostrara la superación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación y esto llevara a que las otras facultades se motiven a promover la creación de estos espacios que ayuden a que los estudiantes desarrollen sus habilidades y se preparen para la vida laboral, así mismo, lograr que todo el equipo de trabajo perteneciente aporte el conocimiento ya obtenido, es de esta manera como la facultad se posiciona fuertemente en la corporación y obtenga reconocimientos como su acreditación y renovación de los programas perteneciente a esta. Por último, se tiene como fortaleza el Beneficio Local por lo cual se clasifica como una fortaleza mayor, se le da un porcentaje del 0,07% ya que al dar a conocer la existencia del Observatorio Socio económico y Financiero en Unicomfauca se atraerán a aliados estratégicos como lo son universidades, empresas que no están en las bases de datos, entre otras y aquí donde se podrá obtener información de primera mano.

Con respecto a las debilidades son las siguientes: No se encuentran espacios donde se realicen investigaciones enfocadas a las necesidades empresariales con las que cuentan las personas, se le da un porcentaje del 0,02%, de lo cual se clasifica como una debilidad menor, ya que no se tiene el conocimiento, ni hay un espacio en donde se puedan hablar sobre las necesidades que tienen las personas y las organizaciones. Muchas empresas no tienen un plan estratégico para poder alcanzar sus metas previstas por lo cual se le da un porcentaje del 0,04% se clasifica como una debilidad mayor debido a que muchas de las organizaciones que están creadas no realizan su plan estratégico al momento de iniciar su idea empresarial es de esta manera que muchas empresas han llegado a la desaparecer por no tener claro los planes operativos de la organización y así poder alcanzar los objetivos en el sector tan competitivo. Tener personal disponible para el monitoreo de actividades se le da un porcentaje del 0,05% lo que quiere decir que dentro de este campo se tiene que tener en cuenta y centrarse en organizar el personal necesario para que se hagan cargo completamente de las actividades a realizar. Reconocimiento en el mercado con una ponderación de 0.07% se considera una debilidad mayormente importante y a tener en cuenta pues se tendría que tener un recorrido amplio en el mercado y un impacto positivo en el tiempo para que este llegue a ser reconocido. Falta de procesamiento de datos se le da un porcentaje del 0,03% y se considera como una debilidad mayor puesto que mucha de la información que se maneja no está debidamente clasificada y procesada y no es de gran utilidad para las personas. Falta de información se le da un porcentaje del 0,03% y se clasifica como debilidad menor puesto que al no tener toda la información adecuada no pueden apoyar a los sectores públicos y privados a mejorar la administración de todos los programas sociales y así asesorar a las empresas que hay en la sociedad para resolver sus problemas financieros o sociales. La Falta de un Software idóneo para el tratamiento de datos se le da un porcentaje del 0,06% y se le da una clasificación como debilidad mayor puesto que las principales consecuencias se destacan el

bajo rendimiento en las actividades a realizar en el observatorio, además se necesita tener seguridad en los datos que se manejan puesto que puede dejar de tener confidencialidad. Canales de atención con una ponderación del 0.05% se da este porcentaje ya que no se ha implementado una forma para que las personas se comuniquen para resolver sus inquietudes sin necesidad de acercarse personalmente. Poca capacitación de los estudiantes. con una ponderación del 0.03% se le dio este porcentaje porque a pesar de que la gran mayoría del personal está en condiciones de responder a las necesidades de los clientes, la debilidad en menor porcentaje sería por representación de los estudiantes. Falta de publicidad del observatorio, con una ponderación del 0,05%, se le da este porcentaje debido a que desde la facultad no se ha dado a conocer aún la idea de implementar este observatorio en la corporación. Falta de Infraestructura física para la operativización del observatorio dentro de la Corporación. con una ponderación del 0.04% se le asigna este porcentaje debido a que no se ha establecido un lugar donde se puedan llevar a cabo las funciones del observatorio y donde se pueda atender a las personas cómodamente. Debilidades en la atención al cliente con una ponderación del 0.04% se le da este porcentaje pues no se han realizado capacitaciones para que los estudiantes sepan cómo relacionarse con las personas o como ayudarles a solucionar sus inquietudes de una manera idónea.

9.3 ANALISIS DOFA

En el análisis DOFA, permite evaluar de manera puntual la situación actual del observatorio socioeconómico y financiero, es por eso que se realiza el diagnóstico organizacional donde se realizan las actividades que permiten identificar las áreas que tengan falencias y también se puede identificar las oportunidades que se pueden presentar en el observatorio. Este análisis se realiza con el fin de diseñar y plantear estrategias que permitan corregir problemas y aprovechar las oportunidades que hay en el entorno y mirar las fortalezas que hay dentro del observatorio.

Elaboración de la matriz DOFA y descripción de resultados

ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DOFA Y DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relacionamiento con el sector empresarial. 2. Interés institucional en el desarrollo de información sectorial. 3. Posicionamiento institucional 4. El consejo académico está comprometido a innovar una parte de la Facultad de Ciencias Empresariales. 5. Existen docentes con experiencia en gestión financiera. 6. Crecimiento de la facultad a nivel Institucional. 7. Beneficio Local. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No se encuentran espacios donde se realicen investigaciones enfocadas a las necesidades empresariales con las que cuenten las personas. 2. Muchas empresas no tienen un plan estratégico para poder alcanzar sus metas previstas. 3. Tener personal disponible para el monitoreo de actividades. 4. Necesidad de tiempo y dedicación para lograr un reconocimiento en el mercado. 5. Falta de procesamiento de datos. 6. Falta de información estadística y empresarial. 7. Falta de Software idóneo para el tratamiento de datos. 8. Canales de atención (líneas telefónicas, páginas web etc.) 9. Poca capacitación de los estudiantes. 10. Falta de publicidad del observatorio. 11. Falta de Infraestructura física para la operativización del observatorio dentro de la Corporación. 12. Debilidades en la atención al cliente.

<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La vinculación con otros sectores como la alcaldía, la gobernación, Universidades, entre otros. 2. Acercamiento con el sector empresarial. 3. Reconocimiento de la Corporación a Nivel Departamental. 4. Ayuda al desarrollo empresarial y social de las MIPYMES 5. Convenios Interinstitucionales. 	<p>F1, O2: buscar empresas y empresarios que tengan necesidad de mejorar sus ideas de negocio y brindarles confianza para que acudan al observatorio. F2, O5: crear convenios con instituciones que brinden información social, económica y financiera de la cual se pueda sacar provecho. F3, O1, F4: formar alianzas con sectores importantes para que estos hagan reconocer la corporación como la mejor opción de educación superior.</p>	<p>D2, O2: Proponer modelos de planes estratégicos que llamen la atención del sector empresarial para que se interesen y acudan a los servicios del observatorio. D6, O5: Encontrar y recopilar la información específica que brindan las instituciones para su buen manejo. D10, O3: Crear campañas de publicidad por medio de las redes sociales que ayuden al reconocimiento a nivel departamental.</p>
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hay un lento reconocimiento e interpretación de datos estadísticos. 2. Altos costos en mano de obra. 3. Se podría encontrar una respuesta lenta frente a los sectores económicos, políticos, sociales y empresariales los cuales se descubriría las necesidades verdaderas de cada Sector. 4. Falta de información estadística, empresarial. 5. Delitos informáticos. 6. Falta de conocimiento de este espacio por parte de las MIPYMES y personas naturales. 7. Desconfianza en el sistema financiero. 8. Inseguridad Social por parte de las personas que acudan al observatorio con el fin de obtener 	<p>F5, A7: Por medio del personal capacitado en finanzas, recopilar y analizar a profundidad cada información que se tenga para que esta sea verídica y confiable. F1, A6: Coordinar con todo el equipo de trabajo salidas de campo, para lograr que las personas tengan conocimiento de este espacio y así lograr el posicionamiento institucional.</p>	<p>D1, A3: avanzar periódicamente en artículos, investigaciones de todos los temas de interés que le competen al observatorio con la ayuda de los estudiantes para estar al día con los temas en relación. D6, A4: buscar alianzas que generen información confiable con la que se pueda llevar a cabo el funcionamiento del observatorio. D8, A8, A5: Proporcionar acceso a la conectividad y herramientas tecnológicas, para posibilitar la comunicación con áreas remotas y que a su vez se maneje la seguridad con la información que se dé y que se reciba.</p>

información que se utilice para daños ajenos.		
---	--	--

Tabla 8. Elaboración de la matriz DOFA y descripción de resultados. Elaboración propia.

9.4. ANÁLISIS MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER

9.4.1. FUERZA 1: AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES.

En este sector la amenaza de entrada de nuevos competidores a la operativización de un observatorio socioeconómico y financiero es alta, diferentes universidades de la ciudad pueden incentivarse a crear estos espacios que generen alto reconocimiento para ellos, donde puedan suplir necesidades que tenga el sector empresarial, así mismo, las demás entidades como la alcaldía Municipal de Popayán, Cámara de Comercio DEL Cauca etc., pueden llegar a formar un alto nivel competitivo para el Observatorio Socio Económico y financiero de Unicomfacauca , ya que pueden invertir a mayor escala para crear un observatorio grande y completo y para las empresas del sector sea confiable, estos nuevos competidores pueden buscar tener un personal muy bien capacitado que sea capaz de asesorar y ayudar, el interés de contar con un espacio donde las personas puedan llevar sus ideas de negocio para que cuenten con sistemas de información confiables que fortalezcan la toma de decisiones para el desarrollo de propuestas y proyectos de inversión es cada vez mayor debido a que hoy en día se busca implementar empresas eficientes que ayuden a reducir el nivel de pobreza del departamento y así mismo el índice de desempleo.

9.4.2. FUERZA 2: EL PODER DE LOS PROVEEDORES.

El poder de los proveedores se puede situar en contexto con las MIPYMES ya que estas son las encargadas de brindarnos la información necesaria, además se tendría como proveedor la tecnología ya que permite facilitar los procesos y mejorar la experiencia del usuario.

9.4.3 FUERZA 3: PODER DE NEGOCIACIÓN COMPRADORES.

En este caso el poder de negociación para los compradores o las personas que van hacer uso de los servicios del observatorios los tienen las MIPYMES que son las que llegan a solicitar asesoría para de esta manera poder analizar los diferentes datos de su sector y llevar su idea de negocio a flote, estos compradores se pueden convertir en una oportunidad debido a que en la ciudad de Popayán no se cuenta aún con un observatorio socioeconómico y financiero por esta razón el observatorio de Unicomfacauca sería una buena opción que ellos tendrían para sus ideas de negocio y así mismo pueden incentivar a que cada vez lleguen más personas y conozcan la gran oportunidad que brinda la universidad por medio de este.

9.4.4 FUERZA 4: PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.

Esta fuerza en este contexto sería por medio de que las personas busquen otras alternativas que les facilite llevar a cabo su idea de negocio como por ejemplo, actuar empíricamente, con lo que ellos crean, buscar ayuda de empresarios que hayan tenido éxito sin estudio alguno, analizar información basados en las tecnologías de la información, buscar profesionales en las carreras acordes a la necesidad que requieran y así solucionar sus inquietudes y poder llevar a cabo sus proyectos de inversión; en este sentido una ventaja que se tendría sería que en este espacio se va tener personal capacitado y de apoyo necesario en todas las áreas que se requieran para la solución de problemas e inquietudes, por esta razón no sería tan fácil de sustituir un servicio de calidad que está brindando la universidad por medio del observatorio.

9.4.5 FUERZA 5: ALIADOS ESTRATÉGICOS.

Por último, se tiene los aliados estratégicos donde se tendrían las organizaciones de productores, los empresarios sean del sector público o privado, la alcaldía la cual es un aliado muy importante para el observatorio ya que este cuenta con el observatorio social con

enfoque en seguridad y convivencia ciudadana – OSEC, también se contaría con instituciones públicas, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Cámara de Comercio del Cauca, la caja de compensación de Comfacauca la cual podría brindar información de los sectores productivos e incluso Instituciones Universitarias fuera del Departamento que tienen experiencia en el procesamiento de datos, entregar documentación estadística, manejo de archivos de orden nacional, además se buscaría contactarse con otras instituciones que ya tienen procesos avanzados en cuestión de información.

10. PROPUESTA DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

10.1. Misión

¿Quiénes somos?

Somos un espacio formativo para la investigación, reflexión, análisis y difusión de la actualidad económica, empresarial, financiera del Departamento de Cauca articulada estratégicamente con el sector público y privado con proyección social orientado y que se convierta en un referente para la toma de decisiones.

¿A qué nos dedicamos?

El Observatorio Socioeconómico y Financiero de Unicomfacauca se dedica a analizar y/o organizar información de interés económico, social y empresarial, además de lo anterior se dedica a capacitar a la comunidad y al sector empresarial, por otro lado ayuda a los estudiantes de últimos semestres a realizar las prácticas, Proyectos ABP desde los docentes en sus asignaturas, Recolección y administración de datos estadísticos para toma de decisiones, Fortalecimiento y desarrollo en el ámbito social y económico de la región.

¿Para quién lo hacemos?

Lo hacemos para las pequeñas, medianas y grandes empresas de la ciudad de Popayán y sus alrededores, también se realiza con el fin de que los estudiantes de los últimos semestres de administración de empresas y contaduría pública puedan realizar la práctica empresarial.

Basados en lo anterior se propone como misión para el observatorio socio económico y financiero de Unicomfauca:

“El observatorio socioeconómico y financiero contribuye al análisis de información social, económica y financiera en el departamento del Cauca, convirtiéndose en un insumo para que las organizaciones y/o empresas del sector público, privado o mixto cuenten con sistemas de información confiable que fortalezcan la toma de decisiones para que potencien sus procesos organizativos y logren el desarrollo de sus proyectos de inversión”

10.2. Visión

¿Qué queremos ser?

Seremos el principal proveedor de información estratégica y de valor agregado para las organizaciones del Departamento del Cauca, como referente de innovación e investigación, producto de la observación y el análisis de los fenómenos sociales, económicos y financieros del entorno interno y externo que afecten el desarrollo sostenible y la calidad de vida de los caucanos y que esto lleve a la generación de proyectos de desarrollo social y empresarial.

¿Cómo lo haremos?

Por medio de aliados estratégicos como lo son principalmente: instituciones educativas de educación superior y entidades públicas como la alcaldía, la gobernación etc. lo cual permitiría primero generar un mayor acercamiento con la comunidad y de esta manera poder recopilar toda la información que se necesita para nutrir el observatorio.

En cuanto a la visión se plantea:

“Seremos el principal proveedor de información estratégica y de valor agregado para las organizaciones del Departamento del Cauca, como referente de innovación e investigación, producto de la observación y el análisis de los fenómenos sociales, económicos y financieros del entorno interno y externo que afecten el desarrollo sostenible y la calidad de vida de los caucanos”

10.3 Valores

Los valores son importantes para el Observatorio Socioeconómico y Financiero ya que estos influyen los comportamientos, actitudes, percepciones y motivaciones del personal que ingrese a la empresa, ya que estos son los que influyen en una persona ya sea de una manera directa o indirectamente y es allí donde se puede determinar la ética, la honestidad, el respeto, el liderazgo la inclusión, la competitividad y el trabajo en equipo en una organización.

A continuación se describe los valores que son de gran importancia para el Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria ComfacaUCA UnicomfacaUCA:

Respeto:

Reconocer los derechos de cada persona como estructura primordial para la sana convivencia de los órganos del observatorio y de estos con el resto de la comunidad.

Liderazgo:

Buscar la motivación para lograr la eficiencia, eficacia y efectividad en las acciones individuales y colectivas siempre en pro del bien común.

Inclusión:

Integrar a las personas con sus ideas y opiniones, con el objetivo que contribuyan con sus talentos y a la vez se ven correspondidas con los beneficios que la sociedad pueda ofrecer

Competitividad: Buscar siempre la excelencia donde todos los integrantes del observatorio se posicionen por delante de sus competidores consiguiendo una mejor posición frente a ellos y de igual forma cuenten con motivación para lograr tener crecimiento organizacional.

Trabajo en equipo:

Implementar el trabajo colectivo para la mejora de las actividades, buscando la creatividad y el desarrollo de habilidades sociales para facilitar el cumplimiento de los objetivos y que se genere altos niveles de sinergia.

9.4. Políticas

Política de calidad

Centralizar la efectividad de la prestación de servicios por medio del mejoramiento de los procesos establecidos en cada una de las áreas de dependencia del observatorio y que éstos lleven a la satisfacción de la sociedad.

Política de recursos humanos

Brindar un entorno agradable, solidario y positivo para los colaboradores del observatorio, el cual ayude a que su desempeño en la labor prestada sea efectiva y eficaz, para que de esta manera puedan responder a las necesidades del entorno.

Política de responsabilidad social

Proporcionar la realización de cursos de capacitación para la comunidad de tal manera que esto aporte de manera positiva para su crecimiento profesional y así mismo contribuya a un buen desarrollo en el entorno social empresarial.

10.5. Objetivos

Objetivo general

Ofrecer a la comunidad empresarial del departamento del Cauca una herramienta confiable y efectiva para la toma de decisiones y a su vez como instrumento de formación a la comunidad académica de la corporación, a través de la observación, análisis, estudio y difusión de información social, económica y financiera en el Cauca.

Objetivos específicos

- Establecer bases de datos verídicas sobre las diferentes variables socioeconómicas.
- Identificar y monitorear las fuentes de información socioeconómicas del departamento del Cauca.
- Consolidar un espacio formativo, investigativo y de proyección social orientado al análisis de la realidad socioeconómica y financiera del Departamento de Cauca.

10.6. Estructura organizacional

El Observatorio Socioeconómico y Financiero de la Corporación Universitaria Comfacauca- Unicomfacauca se constituye como un órgano adscrito a la facultad de Ciencias Empresariales, su estructura orgánica funcional estará constituida por las siguientes instancias: director, coordinador, asesores de área, líneas estratégicas las cuales son: consultorio empresarial, laboratorio financiero, emprendimiento, grupos de investigación, laboratorio de innovación y creatividad.



Fuente: Elaboración propia.

IDENTIFICACION DEL CARGO DE DIRECTOR			
Nombre del cargo:	Director	cargo del jefe inmediato	Decano
Elaborado por:		aprobado por:	
Horario:	8 am – 12pm 2 pm – 5 pm	Tipo de contrato	Fijo
Profesión	Profesional en carreras de las	Especialización u otros estudios	Master en administración de

	ciencias económicas		empresas o contaduría pública
Experiencia Laboral	Si 1 año		
MISION			
Proponer y establecer planes para desarrollar en el observatorio socioeconómico y financiero, además debe realizar y aprobar los diferentes trabajos y proyectos que se establezcan dentro del mismo.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Supervisar las operaciones, desarrollar e implementar estrategias de crecimiento, evaluar rendimiento y productividad, ser un líder que inspire y guie a los demás.			
INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (confidencial, privado, publico)
Informes de avances	mensual	Decano facultad de ciencias empresariales	Privado
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
-Cumplir con sus funciones totalmente de acuerdo a la descripción del cargo		- suministrar información personal	

Tabla 9. IDENTIFICACION DEL CARGO DE DIRECTOR. Elaboración propia.

IDENTIFICACION DEL CARGO DE COORDINADOR DEL OBSERVATORIO			
Nombre del cargo:	Coordinador del observatorio	cargo del jefe inmediato	Director del observatorio
Elaborado por:		aprobado por:	
Horario:	8:00am - 12:00pm 2:00pm - 6:00pm	Tipo de contrato	Termino fijo
Profesión	Profesional en carreras de las ciencias económicas	Especialización u otros estudios	Posgrados en conocimientos específicos de estadística, informática, interpretación de indicadores económicos, técnicas de investigación, análisis de problemas y

			búsqueda de soluciones
Experiencia Laboral	Si 1 año		
MISION			
Docente encargado de la facultad de ciencias empresariales, quien hará la labor de acercamiento con las entidades gubernamentales, estudiantes y empresas con las cuales se realizará un plan de trabajo en el aula y en los espacios establecidos del observatorio, así mismo se encargará de fomentar la participación y el espíritu del trabajo en equipo.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
<p>Crear lazos con las diversas organizaciones públicas y privadas, a nivel departamental generadoras de información de interés para el observatorio.</p> <p>Promover la participación del observatorio en eventos que se realicen en el Cauca que tengan temáticas socioeconómicas</p> <p>Planificar y organizar la ejecución de las distintas actividades desarrolladas en el observatorio.</p>			
INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (confidencial, privado, publico)
Informe de avance	Cada 15 días	Director del observatorio	privado
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con sus funciones totalmente de acuerdo a la descripción del cargo		Suministrar información privada	

Tabla 10. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO DE COORDINADOR DEL OBSERVATORIO. Elaboración propia.

IDENTIFICACION DEL CARGO DE ASESOR DE ÁREA			
Nombre del cargo:	Asesor de área	cargo del jefe inmediato	Coordinador del observatorio
Elaborado por:		aprobado por:	
Horario:	8:00am-12:00pm 2:00pm-6:00pm	Tipo de contrato	Término indefinido
Profesión	Estudiante o profesional en administración de empresas	Especialización u otros estudios	ninguno
Experiencia Laboral	6 meses		
MISION			

Persona encargada de asesorar y guiar a los que se acerquen al observatorio llevandolos a las diferentes líneas estratégicas dependiendo el caso de cada uno, dando así su retroalimentación para que las personas puedan encontrar la mejor solución y poder tomar las mejores decisiones.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Recomendar las mejores opciones posibles a los clientes del observatorio. Retención de clientes			
INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (confidencial, privado, publico)
Informes de asesoría	semanal	Coordinador del observatorio	privado
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con sus funciones totalmente de acuerdo a la descripción del cargo		Suministrar información privada	

Tabla 11. IDENTIFICACION DEL CARGO DE ASESOR DE ÁREA. Elaboración propia.

IDENTIFICACION DEL CARGO DE ANALISTA DEL CONSULTORIO EMPRESARIAL			
Nombre del cargo:	Analistas del Consultorio Empresarial	cargo del jefe inmediato	Asesor de área
Elaborado por:		aprobado por:	
Horario:	8:00pm-12:00pm 2:00pm-6:00pm	Tipo de contrato	Termino fijo
Profesión	Docentes de administración o estudiantes que estén realizando practica	Especialización u otros estudios	Ninguno
Experiencia Laboral	No		
MISION			

Persona que oriente a los estudiantes, egresados y al sector empresarial desde el programa de Administración de Empresas, como también a diferentes grupos de interés permitiendo la integración de los mismos como aliados estratégicos para la prestación de un servicio integral.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Detectar las falencias de las organizaciones, buscar soluciones y tomar decisiones eficientes, además debe tener capacidad de trabajo en equipo, capacidad de comunicación y organización.			
INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (confidencial, privado, publico)
Informe de asesoría	diaria	Asesor de área	privado
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con sus funciones totalmente de acuerdo a la descripción del cargo		Suministrar información confidencial	

Tabla 12. IDENTIFICACION DEL CARGO DE ANALISTA DEL CONSULTORIO EMPRESARIAL. Elaboración propia.

IDENTIFICACION DEL CARGO DE ANALISTA DE EMPRENDIMIENTO			
Nombre del cargo:	Analista de emprendimiento	cargo del jefe inmediato	
Elaborado por:		aprobado por:	
Horario:	8:00am- 12:pm 2:00pm- 6:00pm	Tipo de contrato	Termino fijo
Profesión	Profesor o estudiante de administración de empresas	Especialización u otros estudios	Conocimientos en Excel, gestión de proyectos o ideas de negocio.
Experiencia Laboral	No		
MISION			
Emprendimiento es entendido como una aptitud y actitud que tienen y que aprenden a desarrollar las personas de la comunidad universitaria, que les permite asumir nuevos retos, nuevos proyectos. No es solo la creación de empresas, es la capacidad de identificar oportunidades que se encuentren inmersas en las situaciones de la vida cotidiana, que den pie a la creación de soluciones innovadoras que, al llevarlas a cabo, generen valor para quien las crea y para la sociedad.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			

Prestar el servicio de asesoría y asistencia técnica a los emprendedores que lleguen al observatorio, mediante la utilización de técnicas y herramientas relacionadas con la gestión empresarial con el fin de que los emprendedores puedan poner en marcha sus ideas de negocio			
INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (confidencial, privado, publico)
Informe de asesoría	diario	Asesor de área	privado
Informe de avance	15 días	Asesor de área	Privado
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir con sus funciones a total cabalidad como lo indica el cargo		Suministrar información confidencial	

Tabla 13. IDENTIFICACION DEL CARGO DE ANALISTA DE EMPRENDIMIENTO. Elaboración propia.

IDENTIFICACION DEL CARGO DE ANALISTA DE INVESTIGACIÓN SIGOR			
Nombre del cargo:	Analistas de Investigación SIGOR	cargo del jefe inmediato	Asesor de área
Elaborado por:		aprobado por:	
Horario:	8:00am-12:00pm 2:00pm-6:00pm	Tipo de contrato	Termino fijo
Profesión	Profesor de administración de empresas o estudiante	Especialización u otros estudios	Perteneciente a semilleros de investigación
Experiencia Laboral	4 meses		
MISION			
El semillero de investigación SIGOR, vinculado al grupo de investigación Ciencias de la Gestión surge como respuesta a la necesidad de brindar a los estudiantes espacios académicos donde fortalezcan las dinámicas propias de la metodología de investigación formativa, a partir de los conocimientos adquiridos en el aula de clase, donde se construye conocimiento en conjunto, en este semillero su mayor objetivo es desarrollar estudiantes con habilidades para la identificación, formulación y resolución de problemas organizacionales.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Participar activamente en todas las fases del proceso de investigación Elaborar técnicas e instrumentos de recolección de datos. Diseñar metodologías de investigación que se adapten a las necesidades de las empresas que recurran al observatorio.			

INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (confidencial, privado, publico)
Informe de asesoría	diaria	Asesor de área	Privado
Informe de avance	15 días	Asesor de área	privado
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir a cabalidad con el 100% del cargo propuesto.		Suministrar información confidencial	

Tabla 14. IDENTIFICACION DEL CARGO DE ANALISTA DE INVESTIGACIÓN SIGOR. Elaboración propia.

IDENTIFICACION DEL CARGO ANALISTA DE INVESTIGACIÓN SIICIS Y SIEFI			
Nombre del cargo:	Analista de investigación SIICIS Y SIEFI	cargo del jefe inmediato	Asesor de área
Elaborado por:		aprobado por:	
Horario:	8:00am-12:00pm 2:00pm-6:00pm	Tipo de contrato	Termino fijo
Profesión	Profesor de contaduría pública o estudiante	Especialización u otros estudios	Perteneiente a semilleros de investigación de contaduría p.
Experiencia Laboral	4 meses		
MISION			
<p>SIICIS ofrece a sus miembros a través de conferencias, seminarios, investigaciones, un boletín informativo periódico y otras actividades el profundizar en temas de Humanidades, Ciencias Sociales de la Educación y de interés general.</p> <p>El semillero SIEFI es un grupo de investigación que pretende analizar y profundizar en los diferentes métodos para la valoración de empresas, en una segunda instancia se implementará mediante ejemplos la valoración de empresas a través de diferentes estrategias y metodologías. Finalmente se pretende que los estudiantes participantes del semillero elijan una empresa de tal manera que se pueda valorar dicha empresa y cuyos resultados se usen como propósito de que se</p>			

tomen decisiones para incrementar su valor.			
RESPONSABILIDADES CLAVES			
Organizar y analizar indicadores socioeconómicos que permitan el desarrollo de toma de decisiones para dar valor a las empresas. Crear boletines informativos para los empresarios del observatorio donde se de a conocer estrategias y metodologías para la valoración de empresas.			
INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (confidencial, privado, publico)
Informe de asesoría	diaria	Asesor de área	privado
Informe de avance	15 días	Asesor de área	privado
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir a cabalidad con todo lo propuesto en el cargo.		Suministrar información privada	

Tabla 15. IDENTIFICACION DEL CARGO ANALISTA DE INVESTIGACIÓN SIICIS Y SIEFI. Elaboración propia.

IDENTIFICACION DEL CARGO ANALISTA DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD			
Nombre del cargo:	Analista de innovación y creatividad	cargo del jefe inmediato	Asesor de área
Elaborado por:		aprobado por:	
Horario:	8:00am-12:pm 2:00pm-6:00pm	Tipo de contrato	Termino Fijo
Profesión	Administrador de empresas o estudiante	Especialización u otros estudios	Especialización en marketing digital
Experiencia Laboral	4 meses		
MISION			
Las funciones del laboratorio de innovación y creatividad son talleres prácticos de acompañamiento a lo aprendido teóricamente en temas de emprendimiento, mercadeo e innovación, además se brinda asesoría a estudiantes y a la comunidad Universitaria en temas de emprendimiento, modelo de negocio e innovación, por último, se ofrece diplomados a la comunidad en temas de innovación y emprendimiento.			

RESPONSABILIDADES CLAVES			
Tener originalidad, iniciativa y creatividad para ejercer nuevos proyectos o modificar los que ya estén en marcha. Hacer uso de la tecnología para avanzar en el reconocimiento de las empresas Tener razonamientos, solución de problemas e ideación.			
INFORMES PERIODICOS GENERADOS POR EL CARGO			
Nombre del informe	Frecuencia de emisión	Destino (Cargo de quien requiere el informe)	Nivel de seguridad (confidencial, privado, publico)
Informe de asesoría	diario	Asesor de área	privado
Informe de avance	15 días	Asesor de área	Privado
OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL CARGO			
OBLIGACIONES		PROHIBICIONES	
Cumplir a cabalidad con lo propuesto en el cargo.		Suministrar información confidencial	

Tabla 16. IDENTIFICACION DEL CARGO ANALISTA DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD. Elaboración propia.

10.7 Portafolio de servicios

El Observatorio socio económico y financiero perteneciente a la facultad de ciencias empresariales de Unicomfauca es un espacio formativo para la investigación, reflexión, análisis y difusión de la actualidad económica, empresarial, financiera del Departamento de Cauca articulada estratégicamente con el sector público y privado, teniendo presente que el Observatorio se crea desde la Facultad de Ciencias Empresariales es importante identificar su portafolios de servicios:

- **Laboratorio financiero:** es un sitio que se encuentra en la universidad que está adscrito a la facultad de ciencias empresariales de la Corporación Universitaria Comfauca – Unicomfauca, este espacio está abierto a la comunidad estudiantil y docentes de la universidad, así como a todo el público. En este lugar brindan información y dan acceso a información con las finanzas corporativas, finanzas

personales, indicadores económicos y el mercado bursátil, así como la aplicación en toma de decisiones de inversión y financiación. El laboratorio financiero contribuye con los procesos de formación e investigación del campo económico y financiero de la región y del país, a través de conferencias, cursos y capacitaciones de la mano de docentes de la corporación, expertos e invitados y hace el uso de las herramientas disponibles para docentes y estudiantes.

- **Consultorio empresarial:** el consultorio empresarial de la Corporación Universitaria Comfacauca – Unicomfacauca tiene como función desarrollar diferentes actividades enfocadas al desarrollo regional a través de la asesoría y consultoría desde las otras áreas del conocimiento, para el fortalecimiento de las MIPYMES, además contribuye al fortalecimiento de las competencias de los estudiantes de Unicomfacauca, a través de la asistencia práctica en el proceso de aprendizaje y vinculación con el entorno institucional, empresarial y social, mediante la prestación de servicios de asesoría y consultoría, de esta manera fortalece la responsabilidad social relacionada con los futuros profesionales de los diferentes programas de formación de la corporación.
- **Emprendimiento:** el Emprendimiento es entendido como una aptitud y actitud que tienen y que aprenden a desarrollar las personas de la comunidad universitaria, que les permite asumir nuevos retos, nuevos proyectos. No es solo la creación de empresas, es la capacidad de identificar oportunidades que se encuentren inmersas en las situaciones de la vida cotidiana, que den pie a la creación de soluciones innovadoras que, al llevarlas a cabo, generen valor para quien las crea y para la sociedad. De esta manera, entre los actores de la comunidad educativa y personas externas, existe un emprendedor, el cual tiene las habilidades para identificar y poner en marcha, un proyecto de impacto económico o social, una oportunidad que aporta a su calidad y proyecto de vida. Por consiguiente, el emprendimiento ha sido concebido por la Corporación Universitaria Comfacauca- Unicomfacauca desde su Proyecto Educativo Institucional, por ello sus

directivas han hecho una importante y acertada apuesta en este tema, permitiendo que a la fecha se hayan podido realizar ferias con excelentes resultados, convocatorias de emprendimiento, investigación y prototipado, al igual que actividades que fomentan la cultura del emprendimiento.

- **Grupo de investigación sigor adscrito al programa de administración de empresas:** el semillero de investigación SIGOR, vinculado al grupo de investigación Ciencias de la Gestión surge como respuesta a la necesidad de brindar a los estudiantes espacios académicos donde fortalezcan las dinámicas propias de la metodología de investigación formativa, a partir de los conocimientos adquiridos en el aula de clase, donde se construye conocimiento en conjunto; en este semillero su mayor objetivo es desarrollar estudiantes con habilidades para la identificación, formulación y resolución de problemas organizacionales.
- **Grupo de investigación siicis y siefi adscritos al programa de contaduría pública:** El semillero de investigación está vinculado al grupo de investigación Ciencias de la Gestión y tiene como objetivo principal desarrollar actividades académicas de tipo formativo e investigativo en economía y finanzas SIICIS ofrece a sus miembros a través de conferencias, seminarios, investigaciones, un boletín informativo periódico y otras actividades el profundizar en temas de Humanidades, Ciencias Sociales de la Educación y de interés general.
- El semillero SIEFI es un grupo de investigación que pretende analizar y profundizar en los diferentes métodos para la valoración de empresas, en una segunda instancia se implementará mediante ejemplos la valoración de empresas a través de diferentes estrategias y metodologías. Finalmente se pretende que los estudiantes participantes del semillero elijan una empresa de tal manera que se pueda valorar dicha empresa y cuyos resultados se usen como propósito de que se tomen decisiones para incrementar su valor.

- **Laboratorio de innovación y creatividad:** la razón de ser del laboratorio de innovación y creatividad es ofrecer nuevas alternativas y herramientas prácticas a la comunidad universitaria para aprender y practicar temas de innovación y creatividad empresarial.

11. PLAN DE ACCIÓN

PLAN DE ACCIÓN				
Objetivo mayor				
Ofrecer a la comunidad empresarial del departamento del Cauca una herramienta confiable para la toma de decisiones como instrumento de formación a la comunidad académica de la corporación, a través de la observación, análisis, estudio y difusión de información social, económica y financiera en el Cauca.				
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES A REALIZAR	TIEMPO DE INICIO Y FIN	RESPONSABLE	INDICADOR DE CONTROL
<ul style="list-style-type: none"> • Por medio del personal capacitado en finanzas, recopilar y analizar a profundidad cada información que se tenga para que esta sea verídica y confiable. • Buscar alianzas que generen información confiable con la que se pueda llevar a cabo el funcionamiento del observatorio. • Proporcionar acceso a la conectividad y herramientas tecnológicas, para posibilitar la comunicación con áreas remotas y que a su vez se maneje la seguridad con la información que se dé y que se reciba. • Crear convenios con instituciones que brinden información social, económica y financiera de la cual se pueda sacar provecho. • Formar alianzas con sectores importantes para que estos hagan reconocer la corporación como la mejor opción de educación superior. • Buscar empresas y empresarios que tengan 	Realizar salidas de campo a los lugares que brinden información acertada y concisa como lo es la alcaldía, DANE, Cámara de Comercio entre otras organizaciones para así recopilar la información necesaria.	Se debe realizar una vez por semana	Coordinador del Observatorio	Para tener un control se requiere un informe cada bimestral de lo realizado en las salidas de campo.

necesidad de mejorar sus ideas de negocio y brindarles confianza para que acudan al observatorio.				
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con todo el equipo de trabajo salidas de campo, para lograr que las personas tengan conocimiento de este espacio y así lograr el posicionamiento institucional. • Encontrar y recopilar la información específica que brindan las instituciones para su buen manejo. • Crear campañas de publicidad por medio de las redes sociales que ayuden al reconocimiento a nivel departamental. 	Realizar folletos para entregarlos en la Universidad, en la Calle, Amigos entre otros, esto se realiza con el fin de ofertar el Observatorio, además en cada evento que se realice en la corporación se puede ofrecer los servicios que brinda el Observatorio.	Cada tres meses	Coordinador del Observatorio	Se establecer la realización de encuestas cada tres meses, además preguntarles a las personas que ingresen al observatorio el medio por el cual se enteraron de la existencia del observatorio.
Avanzar periódicamente en artículos, investigaciones de todos los temas de interés que le competen al observatorio con la ayuda de los estudiantes para estar al día con los temas en relación.	Realizar ponencias con los artículos que se hayan realizado para dar a conocer a todo el entorno el trabajo que se ha venido realizando.	Cada seis meses	Coordinador del Observatorio	Realizar anualmente las ponencias de los artículos, investigaciones realizados en el Observatorio.
Proponer modelos de planes estratégicos que llamen la atención del sector empresarial para que se interesen y acudan a los servicios del observatorio.	Dependiendo de las líneas estratégicas a la cual se lleve una empresa se debe realizar el diagnóstico de la organización para así poderlos ayudar a solucionar problemas que	Se realizaría en el momento que ingrese al observatorio una empresa ya constituida.	Asesor de área.	Realizar un informe de acuerdo al diagnóstico que encuentre en la organización y realizar tres modelos del plan estratégico acorde a la organización dada.

	tengan, además se ayudaría a generar ideas de las cuales se podría colocar en práctica en la empresa y poder así resolver todas las falencias.			
--	--	--	--	--

Tabla 17. PLAN DE ACCIÓN. Elaboración propia.

12. PROPUESTA

APP MOVIL

Según Herazo, S.f. la tecnología móvil es una industria que se encuentra en crecimiento y atrayendo a empresas de diferentes rubros alrededor del mundo. Una aplicación móvil es un tipo de aplicación diseñada para ejecutarse en un dispositivo móvil que puede ser desde de un teléfono inteligente, una Tablet o un computador.

Es por eso que se propone crear una APP **MOVIL**, con el fin de que sirva como una herramienta fundamental en el observatorio, ya que con está, se manejará todos los datos de forma organizada , además seria de fácil acceso para las personas externas a la Universidad dado que muchos empresarios buscan información ya analizada, tabulada y confiable para poder crear su idea de negocio, además de esto si tienen un problema en su organización puede encontrar asesoría de personas especializadas las cuales le ayudarían a solucionar de una manera más rápida.

13.RECOMENDACIONES

Con base en los resultados en el presente trabajo de grado, se hacen las siguientes recomendaciones:

Tomar el direccionamiento estratégico generado en el presente trabajo como guía para la implementación de un observatorio socioeconómico y financiero la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca, ya que con la implementación de este espacio la corporación estaría consolidando su compromiso con el desarrollo social, económico, financiero y empresarial del sector, y a su vez estaría promoviendo a que los estudiantes investiguen y aporten sus conocimientos lo cual es fundamental en la educación superior por tal razón se puede decir que este espacio tendría un buen impacto en la sociedad.

Incentivar el desarrollo del conocimiento en lo que corresponde a la implementación de un plan estratégico para la operativización de observatorios socio económicos y financieros en el Departamento del Cauca, se recomendaría en torno a futuros investigadores con interés en este trabajo la profundización en aspectos como: mecanismos de financiamiento, entidades de apoyo, para que de esta manera se logre dar una mayor extensión a los estudios sobre la implementación de planes estratégicos para operativizar un observatorio en la ciudad de Popayán.

Adicional a esto se sabe que la parte tecnológica en la actualidad es algo fundamental en cualquier entorno pues ayuda a maximizar la efectividad en los procesos que se estén llevando a cabo por tal razón es recomendable a mediano plazo realizar la implementación de aplicaciones que ayuden a incrementar la productividad y competitividad del observatorio socioeconómico y financiero.

Se recomienda estudiar y analizar el segmento de mercado con el fin de establecer estrategias y trazarse objetivos que vayan encaminados a suplir las necesidades que estos

puedan requerir con base en los servicios que va prestar el observatorio dentro de la corporación que anteriormente se plantearon en el trabajo.

Por último, se debe tener en cuenta todos los recursos económicos necesarios para la implementación de la operativización del observatorio socioeconómico y financiero, el presupuesto va dado desde la infraestructura, materiales necesarios para la realización de las actividades diarias y el pago del personal que se necesite.

14. BIBLIOGRAFÍA

- OAMC. (8 de Noviembre de 2020). Obtenido de Observatorio:
<https://secmujer.cauca.gov.co/index.php/observatorio>
- Altair. (s.f.). *Elaboración del plan estrategico*. Eco3 colecciones. Obtenido de
https://issuu.com/dany_moguel_salazar/docs/como_elaborar_un_plan_estrategico
- Altair. (Sf). *Elaboracion del plan estrategico*. Eco3colecciones. Obtenido de
https://www.academia.edu/16846695/La_Elaboracion_del_Plan_Estrategico
- Angulo, M. (2009). *Que son los observatorios y cuales son sus funciones*.
- Bedoya Velásquez, L. N., & Zuluaga Gonzales, J. P. (2015). *PROPUESTA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA ALBERTO RENDÓN CASTRILLON*. Pereira. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/71398835.pdf>
- Brume González, M. J. (2019). *Estructura Organizacional*. Barranquilla: Institución Universitaria Itsa. Obtenido de <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>
- fusagasuga, O. s. (s.f.). *Observatorio socioeconomico de fusagasuga*. Obtenido de
<https://observatorio.alcaldiafusagasuga.gov.co/inicio/>
- Gonzáles Millán, J. J., & Rodriguez Diaz, M. T. (2019). *Manual practico de planeacion estrategica*. Obtenido de
<https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490522424.pdf>
- Herazo, L. (s.f.). *Teconologia*. Obtenido de <https://anincubator.com/que-es-una-aplicacion-movil/>
- Huamani, P. (2003). *IMPORTANCIA DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL*. Obtenido de
https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05_n10/importancia.htm
- Jaramillo Jasir, I. D., & Rodriguez lesmes, P. A. (S,f). *Observatorio Laboral*. Obtenido de
<https://pure.urosario.edu.co/es/projects/labour-observatory>
- Mancilla Herrera, L. Y., & Ortegón Quimbayo, N. J. (2021). *Aplicación Del Modelo De Planeación Estratégica En la Mype Miscelánea Sara la 12*. Ibague. Obtenido de
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/34319/7/2020_Tgrado_%20LMancilla_%20NOrtegon.pdf
- Martinez Vega, B. S., & Valero Diaz, N. C. (2019). *PLAN ESTRATÉGICO 2020-2025 DISEÑADO PARA LA EMPRESA AEMC*. Bogota DC. Obtenido de
https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/5448/Plan_estrat%C3%A9gico_empresas_contrucci%C3%B3n.pdf?sequence=1

- Mejía C, C. A. (s.f.). *Los Valores Corporativos*. Obtenido de <https://www.planning.com.co/bd/documentosPlanning/Abril2004.pdf>
- Méndez, E. R. (2020). *Planificación estratégica para la empresa A. J. & J. A. Redolfi S. R. L.* Obtenido de https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/20170/TFG_MENDEZ_Ezequiel%20Raul%20-%20Ezequiel%20Raul%20Mendez.pdf?sequence=1
- Natal, A., & Diaz, O. (2014). *OBSERVATORIOS CIUDADANOS Nuevas formas de participación de la sociedad*. México : Gernika. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/281525603_Que_son_y_como_funcionan_los_observatorios_ciudadanos
- Observatorio socioeconómico de Santander*. (2022). Obtenido de <https://rsu.ustabuca.edu.co/index.php/inicio-observatorio-socioeconomico#:~:text=El%20Observatorio%20Socioecon%C3%B3mico%20de%20Santander,1%C3%ADneas%20de%20investigaci%C3%B3n%3A%20competitividad%20y>
- Observatorios*. (2022). Obtenido de <https://www.uv.mx/cuo/observatorios/observatorios/>
- Ramírez Pescador, P. A. (2018). *PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA*. Pereira. Obtenido de <https://repositorio.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17396/PROPUESTA%20DE%20PLAN%20ESTRATEGICO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sáez , F., García , O., Palao, J., & Rojo, P. (2006). *Innovación Tecnológica en las empresas*. Madrid. Obtenido de <http://dit.upm.es/~fsaez/intl/capitulos/2%20Teor%EDa%20general%20del%20entorno.pdf>