

**ESTUDIO DE MERCADO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA PARA MEDIR  
LA OFERTA Y DEMANDA DE SOFTWARE PARA LA CAPACITACION DE  
FUNCIONARIOS DE LAS EMPRESA DE LA REGION**

**JOHANN MANUEL JAIMES RINCON**

**MARLON RENE CASTRO SALCEDO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
FACULTAD DE INGENIERÍAS - FISICOMECÁNICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES  
ESPECIALIZACION EN EVALUACION Y  
GERENCIA DE PROYECTOS  
BUCARAMANGA**

**2013**

**ESTUDIO DE MERCADO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA PARA MEDIR  
LA OFERTA Y DEMANDA DE SOFTWARE PARA LA CAPACITACION DE  
FUNCIONARIOS DE LAS EMPRESA DE LA REGION**

**JOHANN MANUEL JAIMES RINCON**

**MARLON RENE CASTRO SALCEDO**

**Monografía para optar al título de Especialista en Evaluación y Gerencia de  
Proyectos**

**DIRECTOR**

**MANUEL JOSÉ ÁLVAREZ ARANGO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
FACULTAD DE INGENIERÍAS - FISICOMECÁNICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES  
ESPECIALIZACION EN EVALUACION Y  
GERENCIA DE PROYECTOS  
BUCARAMANGA**

**2013**

## TABLA DE CONTENIDO

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b>                                     | <b>16</b>   |
| <b>1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>                      | <b>17</b>   |
| <b>1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>                 | <b>17</b>   |
| <b>1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....</b>                   | <b>20</b>   |
| <b>2. ALCANCE Y LIMITACIONES.....</b>                        | <b>21</b>   |
| <b>3. JUSTIFICACIÓN.....</b>                                 | <b>22</b>   |
| <b>4. ANTECEDENTES.....</b>                                  | <b>23</b>   |
| <b>5. OBJETIVOS.....</b>                                     | <b>24</b>   |
| <b>5.1. OBJETIVO GENERAL.....</b>                            | <b>24</b>   |
| <b>5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>                       | <b>24</b>   |
| <b>6. HIPÓTESIS.....</b>                                     | <b>25</b>   |
| <b>7. MARCO REFERENCIAL.....</b>                             | <b>26</b>   |
| <b>7.1. MARCO CONTEXTUAL.....</b>                            | <b>26</b>   |
| <b>7.1.1. Capacitación en recursos humanos.....</b>          | <b>26</b>   |
| <b>7.1.1.1. Antecedentes Históricos.....</b>                 | <b>26</b>   |
| <b>7.1.2. Capacitación del personal en las empresas.....</b> | <b>27</b>   |
| <b>7.1.3. Objetivos De La Capacitación.....</b>              | <b>27</b>   |
| <b>7.1.4. Definición de terminología.....</b>                | <b>29</b>   |
| <b>7.1.5. Propósitos de la capacitación.....</b>             | <b>31</b>   |
| <b>7.1.6. Sistemas de capacitación.....</b>                  | <b>34</b>   |

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 7.1.7.  | <b>Beneficios de la capacitación</b> .....   | 36 |
| 7.1.8.  | <b>Beneficios para los empleados</b> .....   | 37 |
| 7.1.9.  | <b>Principios y objetivos del desarrollo de la capacitación y desarrollo en las empresas.</b> .....      | 37 |
| 7.1.10. | <b>Factores que obstaculizan el desarrollo:</b> .....  | 39 |
| 7.1.11  | <b>Estrategias necesarias para alcanzar un mayor nivel en materia de educación en las empresas</b> ..... | 39 |
| 7.1.11. | <b>Importancia de la capacitación de recursos humanos</b> .....  | 40 |
| 7.2.    | <b>PLATAFORMAS VIRTUALES DE APRENDIZAJE</b> .....  | 43 |
| 7.2.1.  | <b>Historia</b> .....  | 44 |
| 7.2.2.  | <b>Educación basada en web</b> .....   | 46 |
| 7.2.3.  | <b>El aula virtual: usos y elementos que la componen</b> .....   | 47 |
| 7.2.4.  | <b>Criterios para evaluar plataformas virtuales</b> .....  | 50 |
| 7.3.    | <b>MARCO TEÓRICO</b> .....   | 51 |
| 7.3.1.  | <b>Investigación de Mercados</b> .....   | 51 |
| 7.3.2.  | <b>Perfil cultural del santandereano</b> .....   | 52 |
| 7.3.3.  | <b>Forma de capacitarse de los bumangueses</b> .....   | 52 |
| 7.3.4.  | <b>Entidades predilectas para capacitación de los bumangueses</b> .....                                  | 53 |
| 7.3.5.  | <b>El matiz del profesional</b> .....  | 54 |
| 7.3.6.  | <b>Economía de Bucaramanga</b> .....   | 54 |
| 7.3.7.  | <b>Actividad empresarial en Santander</b> .....  | 55 |
| 7.3.8.  | <b>Actividad empresarial en Santander según tamaño de empresa</b> .....                                  | 56 |
| 7.3.9.  | <b>Sociedades activas según tipo jurídico</b> .....  | 56 |
| 8.      | <b>METODOLOGÍA</b> .....   | 57 |

|               |   |           |
|---------------|---|-----------|
| <b>8.1</b>    | <b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> .....               | <b>57</b> |
| <b>8.2.</b>   | <b>INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA</b> .....                           | <b>57</b> |
| <b>8.3.</b>   | <b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> .....            | <b>58</b> |
| <b>8.4.</b>   | <b>MUESTRA</b> .....  | <b>59</b> |
| <b>8.5.</b>   | <b>DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN EL SECTOR ECONÓMICO</b> ..... | <b>60</b> |
| <b>8.6.</b>   | <b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b> .....                               | <b>61</b> |
| <b>8.7.</b>   | <b>MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</b> .....              | <b>61</b> |
| <b>8.7.1.</b> | <b>Técnica de recolección de la información</b> .....             | <b>61</b> |
| <b>8.7.2.</b> | <b>Instrumento de recolección de la información</b> .....         | <b>61</b> |
| <b>8.8.</b>   | <b>FICHA TÉCNICA</b> .....  | <b>63</b> |
| <b>9.</b>     | <b>RESULTADOS</b> .....   | <b>66</b> |
|               | <b>CONCLUSIONES</b> .....   | <b>87</b> |
|               | <b>RECOMENDACIONES</b> .....                                      | <b>90</b> |
|               | <b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....   | <b>91</b> |
|               | <b>ANEXOS</b> .....   | <b>93</b> |

## LISTA DE TABLAS

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| <b>Tabla 1.</b> Diferencias entre capacitación, desarrollo y adiestramiento   | 30          |
| <b>Tabla 2.</b> Criterios para evaluar plataformas virtuales  | 50          |
| <b>Tabla 3.</b> Forma de capacitarse de los bumangueses   | 52          |
| <b>Tabla 4.</b> Entidades predilectas para capacitación   | 53          |
| <b>Tabla 5.</b> Distribución de la muestra según el sector económico de la empresa  | 60          |
| <b>Tabla 6.</b> Relación entre el Objetivo de la Investigación de Mercados y las Preguntas del Instrumento de Investigación | 62          |
| <b>Tabla 7.</b> Ficha Técnica del Diseño de la Investigación  | 63          |
| <b>Tabla 8.</b> Actividad Económica   | 66          |
| <b>Tabla 9.</b> Importancia de las capacitaciones según las empresas  | 67          |
| <b>Tabla 10.</b> Áreas en las cuales es importante capacitar a los empleados de las empresas                                | 68          |
| <b>Tabla 11.</b> Capacitaciones de empresas a sus empleados   | 70          |
| <b>Tabla 12.</b> Por qué no ofrecen capacitaciones a los empleados de su empresa  | 70          |
| <b>Tabla 13.</b> Periodos de capacitación a empleados   | 72          |
| <b>Tabla 14.</b> Frecuencia de capacitación   | 72          |
| <b>Tabla 15.</b> Duración promedio de las capacitaciones  | 74          |
| <b>Tabla 16.</b> Métodos para capacitar a los empleados   | 75          |
| <b>Tabla 17.</b> Evaluación a los empleados   | 77          |
| <b>Tabla 18.</b> Satisfacción respecto a los resultados de las capacitaciones   | 78          |
| <b>Tabla 19.</b> Conocimiento sobre software para capacitar   | 79          |
| <b>Tabla 20.</b> Conocimiento sobre software para capacitar   | 79          |
| <b>Tabla 21.</b> Características importantes de un software para capacitación   | 81          |
| <b>Tabla 22.</b> Intención de compra de software para capacitar a funcionarios  | 83          |
| <b>Tabla 23.</b> ¿Qué empresas estarían dispuestas a adquirir un software que se adapte a sus necesidades?                  | 84          |
| <b>Tabla 24.</b> Presupuesto a invertir en un software de capacitación a funcionarios                                       | 85          |

## LISTA DE FIGURAS

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| <b>Figura 1.</b> Distribución de la muestra según la Actividad Económica a la que pertenecen | 66          |
| <b>Figura 2.</b> Importancia de las capacitaciones según las empresas                        | 67          |
| <b>Figura 3.</b> Áreas en las cuales es importante capacitar a los empleados de las empresas | 68          |
| <b>Figura 4.</b> Capacitaciones de empresas a sus empleados                                  | 70          |
| <b>Figura 5.</b> Periodos de capacitación a empleados  | 72          |
| <b>Figura 6.</b> Duración promedio de las capacitaciones                                     | 74          |
| <b>Figura 7.</b> Métodos para capacitar a los empleados                                      | 75          |
| <b>Figura 8.</b> Evaluación a los empleados  | 77          |
| <b>Figura 9.</b> Conocimiento sobre software para capacitar                                  | 79          |
| <b>Figura 10.</b> Características importantes de un software de capacitación                 | 81          |
| <b>Figura 11.</b> Intención de compra de software para capacitar a funcionarios              | 83          |
| <b>Figura 12.</b> Presupuesto a invertir en un software de capacitación a funcionarios       | 85          |

## LISTA DE IMÁGENES

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| <b>Imagen 1.</b> Actividad empresarial en Santander                         | 55          |
| <b>Imagen 2.</b> Actividad empresarial en Santander según tamaño de empresa | 56          |
| <b>Imagen 4.</b> Sociedades activas en Santander según tipo jurídico        | 56          |

## LISTA DE ANEXOS

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| <b>Anexo A.</b> Modelo de encuesta aplicada para la recolección de datos | 94          |

## **RESUMEN**

### **TITULO**

ESTUDIO DE MERCADO EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA PARA MEDIR LA OFERTA Y DEMANDA DE SOFTWARE PARA LA CAPACITACION DE FUNCIONARIOS DE LAS EMPRESA DE LA REGION\*

### **AUTORES\*\***

Marlon René Castro Salcedo  
Johan Manuel Jaimes Rincón

### **PALABRAS CLAVES**

Capacitación, investigación de mercados, wCreators, plataformas virtuales.

### **DESCRIPCION**

La presente monografía presenta una Investigación De Mercados de tipo exploratorio para identificar una nueva oportunidad de negocio en el desarrollo de una herramienta de software web que permita capacitar y evaluar a los funcionarios de las distintas organizaciones y empresas de Bucaramanga y su área metropolitana la cual se ajustará a las necesidades generales y específicas de cada empresa.

Este estudio de mercados se llevará a cabo en Bucaramanga y su área metropolitana, donde está domiciliada wCreators S.A.S., y pretende obtener resultados lo suficientemente atractivos como para llevar a cabo un estudio de mayor rigor o concluyente; aspectos como empresas o entidades interesadas, análisis de la competencia, características de la herramienta de software a desarrollar, presupuesto, entre otras, será la información que se espera obtener a partir de este Estudio de Mercados el cual, a su vez, respaldará la toma de decisiones futura sobre las necesidades insatisfechas descubiertas.

Queda en manos de las directivas de la empresa tener en cuenta las conclusiones y recomendaciones a las que se llegue al finalizar la presente Investigación De Mercados.

En los capítulos iniciales se da una pequeña presentación del árbol de problema, la hipótesis del problema y una explicación del proyecto que se llevo a cabo.

---

\* Trabajo de grado.

\*\* Facultad de Ingenierías Físico - Mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales Especialización en Evaluación y Gerencia de Proyectos. Director: Manuel José Álvarez Arango.

## **SUMMARY**

### **TITTLE**

MARKET STUDY BUCARAMANGA CITY FOR MEASURING SOFTWARE SUPPLY AND DEMAND FOR TRAINING OF OFFICERS OF THE COMPANY IN THE REGION\*

### **AUTHORS\*\***

Marlon René Castro Salcedo  
Johan Manuel Jaimes Rincón

### **KEYWORDS**

Training, market research, wCreators, virtual platforms.

### **DESCRIPTION**

This monograph presents a Marketing Research an exploratory to identify a new business opportunity in the development of a web software tool that allows train and evaluate staff of the various organizations and companies in Bucaramanga and its metropolitan area which comply with the general and specific needs of each company.

This market research will be held in Bucaramanga and its metropolitan area, which is domiciled wCreators SAS, and seeks results attractive enough to carry out a study of more rigorous or conclusive aspects such as companies or stakeholders, analysis competition, features of the software tool to develop, budget, among others, will be the information to be gained from this study of markets which, in turn, will support future decision making on the unmet needs discovered. It is up to the directors of the company take into account the conclusions and recommendations that will reach the end of the current Marketing Research.

In the initial chapters give a short presentation of the problem tree, the hypothesis of the problem and an explanation of the project took place.

---

\* Research Works.

\*\* Faculty of Physic - Mechanicals Engineering. School of Industrial and Business Studies  
Specialization in Evaluation and Project Management. Director: Manuel José Álvarez Arango.

## INTRODUCCIÓN

El entrenamiento en todos los niveles (Físico, intelectual, personal, profesional) se ha convertido en un aspecto fundamental no solo a nivel de productividad sino también de desarrollo de personal al interior de las organizaciones; el recurso humano es el aspecto de mayor valor al interior de las mismas, de nada sirve contar con diversos recursos como equipos, materiales e incluso dinero si no se cuenta con el personal lo suficientemente capacitado para hacer uso de ellos; Es en este aspecto donde las actuales organizaciones han detectado que el personal capacitado y desarrollado adecuadamente debe ser uno de los pilares sobre los cuales se construye y fortalecen.

A pesar de estas observaciones, son pocas las organizaciones que tienen como política proporcionar capacitaciones constantes a sus colaboradores y, aquellas organizaciones que las llevan a cabo, no cuentan con herramientas que les permitan medir de manera efectiva los resultados y la efectividad de las capacitaciones impartidas a sus colaboradores.

Una vez evidenciada esta situación, wCreators S.A.S.<sup>1</sup> ha decidido llevar a cabo una *Investigación de Mercados* con el objetivo de identificar nuevas oportunidades de negocio al desarrollar una herramienta de software sobre plataforma web<sup>2</sup> que permita capacitar a funcionarios y empleados de las distintas empresas y organizaciones del área metropolitana de Bucaramanga y que cumpla con los requerimientos de funcionalidad general y específica de cada empresa u organización.

---

<sup>1</sup>Empresa localizada en Bucaramanga. Dedicada a proveer soluciones web integrales que se adapten a las necesidades de cada empresa.

<sup>2</sup>De acceso a través de Internet mediante navegador tradicional como Internet Explorer o Google Chrome

## **1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

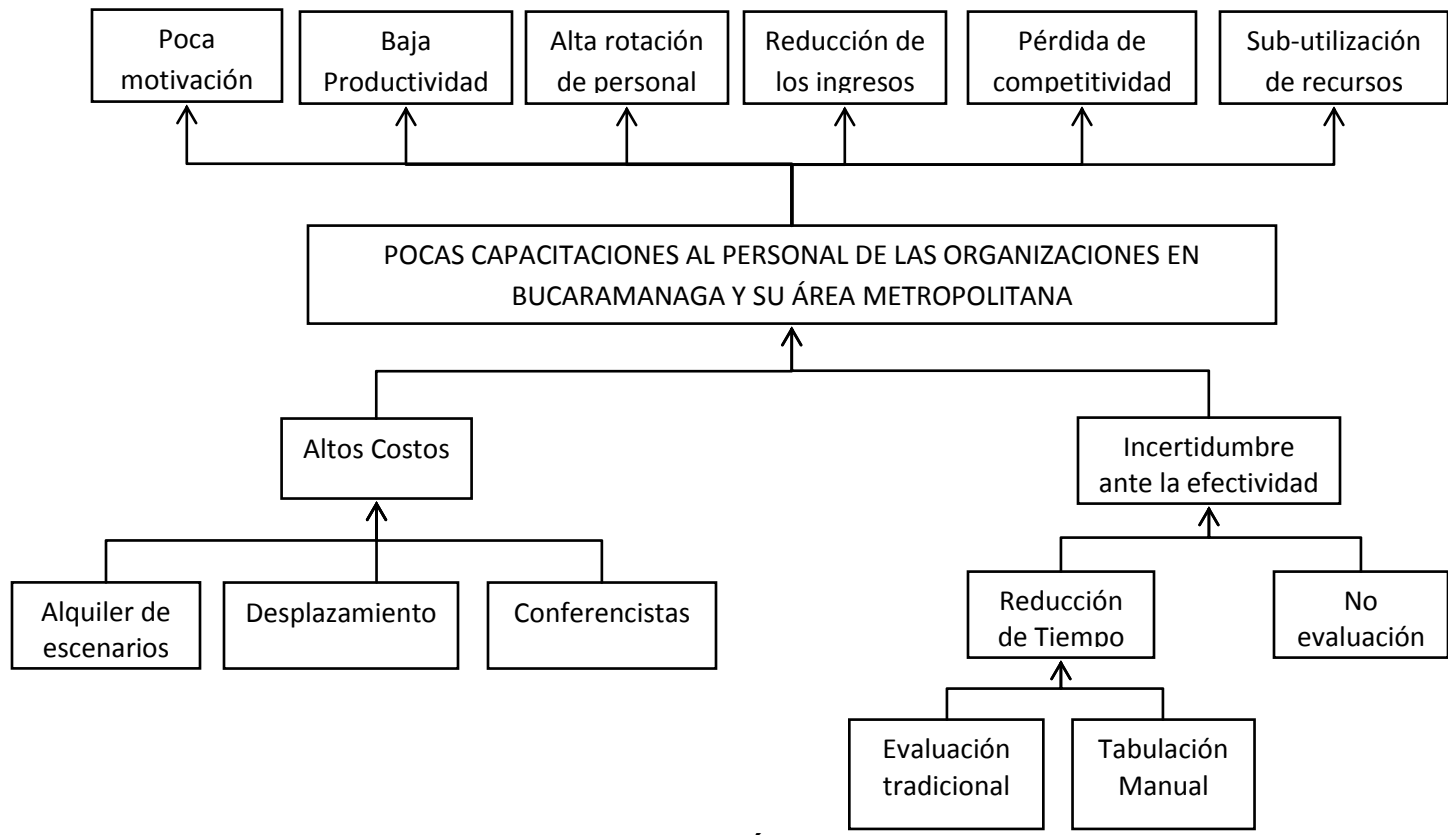
### **1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Día a día y a través de distintas situaciones y retos empresariales se hace evidente la importancia de contar con personal capacitado en las diferentes áreas para un correcto desarrollo de las funciones para las cuales han sido contratados. Así mismo, el crecimiento personal y profesional de los funcionarios de las empresas está estrechamente relacionado con la constante capacitación y preparación que es llevada a cabo no solo por cuenta del funcionario sino también por la que es proporcionada por parte de la empresa u organización.

A pesar de esto, aún son muy pocas las empresas que tienen como política brindar capacitaciones a sus funcionarios desde el interior de las mismas; dentro de las distintas razones por las cuales no se lleva a cabo estos procesos son los altos costos que estas traen consigo por lo cual los recursos invertidos en capacitaciones son considerados por las directivas como un gasto mas no una inversión; y, por otra parte, la incertidumbre sobre la efectividad de las capacitaciones ofrecidas es grande debido a la imposibilidad de medir los resultados de las capacitaciones ofrecidas a los funcionarios de la organización; Entre otras razones, es por esto que no existen programas de capacitación planificada y continua quedando relegadas a las esporádicas capacitaciones que se ofrecen con el ánimo de cumplir exigencias de certificaciones de calidad y similares.

Dada esta situación wCreators S.A.S. ha tomado la decisión de llevar a cabo una investigación de mercados la cual, mediante los resultados obtenidos, respalde la identificación de una nueva oportunidad de negocio en diseñar y desarrollar un software sobre plataforma web como herramienta para capacitar y evaluar a los

funcionarios de las distintas entidades y empresas del área metropolitana de Bucaramanga a un bajo costo y con la posibilidad de generar informes completos de los resultados obtenidos a partir de evaluaciones sencillas realizadas a los funcionarios que han recibido la capacitación.



**Figura 1. Árbol de Problema**

## **1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Qué *Organizaciones*, públicas y privadas, de Bucaramanga y su área metropolitana, están interesadas en adquirir un software web de capacitación a funcionarios?

## 2. ALCANCE Y LIMITACIONES

La presente monografía presenta una *Investigación De Mercados* de tipo exploratorio para identificar una nueva oportunidad de negocio en el desarrollo de una herramienta de software web que permita capacitar y evaluar a los funcionarios de las distintas organizaciones y empresas de Bucaramanga y su área metropolitana la cual se ajustará a las necesidades generales y específicas de cada empresa.

Este estudio de mercados se llevará a cabo en Bucaramanga y su área metropolitana, donde está domiciliada wCreators S.A.S., y pretende obtener resultados lo suficientemente atractivos como para llevar a cabo un estudio de mayor rigor o concluyente; Queda en manos de las directivas de la empresa tener en cuenta las conclusiones y recomendaciones a las que se llegue al finalizar la presente *Investigación De Mercados*.

### 3. JUSTIFICACIÓN

La *Investigación de Mercados Exploratoria* es la investigación adecuada para las primeras etapas de toma de decisiones, ideal para descubrir nuevos nichos de mercado y oportunidades de negocio a partir de necesidades no satisfechas que no se habían descubierto con anterioridad.

Esta *Investigación de Mercados* surge como instrumento de apoyo inicial para identificar aspectos críticos con relación al desarrollo de una herramienta de software web, por parte de wCreators S.A.S. con la cual se pueda capacitar a los empleados de las empresas de Santander, empresa que a través de la observación ha identificado una posible oportunidad de negocio con el desarrollo de dicha herramienta la cual permitirá fortalecer áreas como: la productividad y competitividad; el adecuado manejo de los equipos y recursos; mejorar la calidad de atención al cliente; y aumentar el sentido de pertenencia de los empleados y funcionarios las cuales son algunas de las ventajas que trae consigo los procesos de capacitación continuos y programados en todas las organizaciones que las implementan.

Aspectos como empresas o entidades interesadas, análisis de la competencia, características de la herramienta de software a desarrollar, presupuesto, entre otras, será la información que se espera obtener a partir de este *Estudio de Mercados* el cual, a su vez, respaldará la toma de decisiones futura sobre las necesidades insatisfechas descubiertas.

#### 4. ANTECEDENTES

wCreators S.A.S. es una empresa legalmente constituida desde Septiembre de 2009 y está dedicada a proveer soluciones integrales de software web, desde el servicio de hosting y dominio web hasta complejos sistemas de información. Dentro de su experiencia reciente se cuentan casos de éxito en el desarrollo de importantes y sofisticados portales y sistemas web para diferentes empresas en el sector público y privado.

A partir de la experiencia obtenida y de la observación realizada desde su constitución, se ha podido identificar la necesidad por parte de diferentes empresas y entidades de contar con un sistema web que les permita implementar sesiones de capacitaciones planificadas y continuas dirigidas a sus empleados y funcionarios en todos los niveles (Desde operarios hasta ejecutivos) con dos características principales: 1. Bajo costo por empleado o funcionario capacitado. 2. Posibilidad de medir los resultados obtenidos de acuerdo a cada capacitación otorgada mediante evaluación posterior a la capacitación.

Sin embargo, no es posible establecer un plan de acción basado exclusivamente en la experiencia y observación; Antes de dar inicio al desarrollo de un nuevo producto es necesario identificar el nicho de mercado que estaría interesado en dicha herramienta web, necesidades insatisfechas tanto por herramientas actuales como por métodos tradicionales de capacitación, recursos asignados a procesos similares a la capacitación de funcionarios y demás lo cual permita establecer un nuevo producto que genere valor tanto para la empresa o entidad contratante como para wCreators S.A.S. a través de la diversificación de su catálogo de productos y la identificación de nuevos mercados.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

Identificar la oferta y demanda de software como herramienta para capacitar a funcionarios y empleados de las empresas del área metropolitana de Bucaramanga.

### **5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Detectar las necesidades no satisfechas por los actuales métodos y sistemas de capacitación a empleados y funcionarios de las empresas y entidades de Bucaramanga y su área metropolitana.
- Identificar las empresas y entidades que estarían dispuestas a implementar un sistema de capacitación a empleados y funcionarios.
- Analizar la oferta de los actuales sistemas de información orientados a la capacitación de empleados y funcionarios de Bucaramanga y su área metropolitana.
- Definir los requerimientos generales y específicos de cada empresa o entidad para el desarrollo de una herramienta de software web que cumpla con los mismos.
- Identificar el presupuesto que las empresas y entidades estarían dispuestas a invertir en un software que satisfaga las necesidades actuales frente a la capacitación de empleados y funcionarios.

## **6. HIPÓTESIS**

Las empresas o entidades que se encuentran en Bucaramanga y su área metropolitana con un número de empleados o funcionarios superior a 100 estarían interesadas en adquirir un software web que les permita establecer estrategias de capacitación planificadas y continuadas dirigidas a empleados y funcionarios con el objetivo de aumentar su productividad y competitividad.

## **7. MARCO REFERENCIAL**

### **7.1. MARCO CONTEXTUAL**

#### **7.1.1. Capacitación en recursos humanos**

##### **7.1.1.1. Antecedentes Históricos**

Con el objeto de ubicarnos en el tiempo vamos a mencionar algunas notas históricas que, directamente e indirectamente sirven como antecedentes de lo que hoy llamamos capacitación.

Se debe de mencionar que el fenómeno de la educación es tan antiguo como el hombre mismo. El proceso de aprendizaje, eje de toda acción educativa y de entrenamiento, era claro que en los primeros intentos por enseñar e intercambiar habilidades entre los pueblos primitivos.

Los apéndices que se conocen desde 2000 años A.C., y la estructura de los gremios y asociaciones constituyen un antecedente remoto de la actual educación. Con el surgimiento de lo que podemos llamar la era industrial, primera mitad del siglo XVIII aparecen innumerables escuelas industriales cuyas meta es lograr el mayor conocimiento de los métodos y procedimientos de trabajo, en el menor tiempo posible.

Ya en nuestro siglo, el entrenamiento y la capacitación han tenido un gran desarrollo. Por el año de 1915 aparece en los Estados Unidos de Norteamérica un método de enseñanza aplicado directamente al entrenamiento militar conocido como “Método de los cuatro pasos” que es:

- a) Mostrar
- b) Decir

- c) Hacer
- d) Comprobar

Debemos indicar que en las dos guerras sufridas en este siglo dieron lugar a las técnicas de entrenamiento y capacitación intensiva, cuyos métodos se han ajustados a otros campos de la acción humana, especialmente de la industria.

En 1940 fue cuando se empezó a entender la labor que la capacitación debería ser una función sistematizada y organizada, en la cual la figura del instructor adquiere especial importancia.

### **7.1.2. Capacitación del personal en las empresas**

La capacitación y el desarrollo son programas que ayudan a los empleados a que se preparen integralmente como personas; además, con la capacitación, se le proporcionan al empleado conocimientos sobre todos los aspectos técnicos del trabajo. El pequeño empresario debe evaluar cómo se están llevando a cabo las funciones (en caso de que ya este establecido) para determinar si necesita o no un programa de capacitación.

Se debe de entender como una inversión de la empresa, el empleado la debe de ver como la inversión que hace la organización para el desarrollo en el ámbito laboral de la empresa con la finalidad de que ocupen posibles nuevos puestos o para evitar malos hábitos en el trabajo. La capacitación favorece a la cultura organizacional de la empresa.

La capacitación se divide en: 1. Adiestramiento y 2. Desarrollo.

### **7.1.3. Objetivos De La Capacitación**

No todos los beneficios de los programas de capacitación de una organización se originan en las entidades corporativas. Los empleados ganan sobre una base

personal de su exposición a las experiencias educativas; especialmente los programas de desarrollo de administradores.

#### **7.1.3.1. Objetivo general de la capacitación**

Lograr la adaptación del personal para el ejercicio de determinada función o ejecución de una tarea específica, en determinada organización”.

#### **7.1.3.2. Objetivos particulares de la capacitación**

- Incrementar la productividad.
- Promover la eficiencia del trabajador, sea obrero, empleado o funcionario.
- Proporcionar al trabajador una preparación que le permita desempeñar puestos de mayor responsabilidad.
- Promover un ambiente de mayor seguridad en el empleo.
- Ayudar a desarrollar condiciones de trabajo más satisfactorias, mediante los intercambios personales surgidos con ocasión de la capacitación.
- Promover el mejoramiento de sistemas y procedimientos administrativos.
- Contribuir a reducir las quejas de personal y proporcionar una moral de trabajo más elevada.
- Facilitar la supervisión del personal.
- Promover ascensos sobre la base del mérito personal.
- Contribuir a la reducción del movimiento del personal, como renunciaciones, distinciones y otros.
- Contribuir a la reducción de accidentes de trabajo.
- Contribuir a la reducción de los costos de operación.

- Promover el mejoramiento de las relaciones humanas en la organización y de la comunidad interna.

Ya definidos los objetivos de un programa de capacitación, se debe establecer las áreas de la organización que deben impartir los programas de capacitación a sus empleados.

#### **7.1.4. Definición de terminología**

##### **7.1.4.1. Capacitación**

Adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo,

Consiste en una actividad planeada y basada en las necesidades reales de una empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos del colaborador.

Es la preparación teórica que se les da al personal (nivel administrativo) con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficiencia.

##### **7.1.4.2. Adiestramiento**

Es proporcionar destreza en una habilidad adquirida, casi siempre mediante una práctica más o menos prolongada de trabajos de carácter muscular o motriz.

Es la preparación, ya no de los conocimientos teóricos, si no de la practica que es indispensable, para que los conocimientos adquiridos durante la capacitación sean útiles.

#### 7.1.4.3. Desarrollo

Comprende íntegramente al hombre en toda la formación de la personalidad (carácter, hábitos, educación de la voluntad, cultivo de la inteligencia, sensibilidad hacia los problemas humanos, capacidad para dirigir). Se puede entender como la maduración del ser humano.

#### 7.1.4.4. Entrenamiento:

Preparación para un esfuerzo físico o mental, para poder desempeñar una labor.

#### 7.1.4.5. Diferencias y semejanzas entre capacitación, desarrollo y adiestramiento

**Tabla 1.** Diferencias y semejanzas entre capacitación, desarrollo y adiestramiento

| EN TODOS LOS CASOS   | ADIESTRAMIENTO   | CAPACITACIÓN   | DESARROLLO  |
|--|--|--|---|
| <b>Actividad planeada.</b>   | Se da a nivel operativo.                                   | Es a nivel administrativo.   | Se da por igual.  |
| <b>Satisfacer las necesidades de la empresa, legales y de los empleados.</b> | Conocimientos técnicos y habilidades (psicomotores).       | Conocimiento técnico, científicos y administrativos e intelectuales. | Conocimiento técnico, científico y administrativos e intelectuales. |
| <b>Cambio de habilidades y aptitudes.</b>                                    | Fácil control de las herramientas de trabajo y maquinaria. | Para hacer más aptos sus funciones de mandos, intermedios y          | Para hacer más aptos sus funciones ejecutivas.                      |

|   |   |   |                                     |
|---|---|---|-------------------------------------|
|   |   | gerenciales.                            |                                     |
| <b>Transmisión de conocimientos.</b>            | Es un marco de seguridad.               | Marco de líder experto.                 | En un marco de desarrollo integral. |
| <b>Mejorar el desempeño de las actividades.</b> | En las áreas requeridas para su manejo. | Para un mejor funcionamiento gerencial. |                                     |

**Fuente.** Los autores

### **7.1.5. Propósitos de la capacitación**

Con base en la experiencia práctica profesional se concluye que son 8 los propósitos fundamentales los cuales sigue la capacitación.

#### **7.1.5.1. Crear, difundir, reforzar, mantener y actualizar la cultura y valores de la organización.**

El éxito en la realización de estas cinco tareas, dependerá del grado sensibilización, concientización y comprensión.

#### **7.1.5.2. Clarificar, apoyar y consolidar los cambios organizacionales**

Las técnicas educativas modernas y la psicología humanísticas aplicadas a la vida de las organizaciones, han dejado claro que el cambio de conducta del capacitado, es indicador indiscutible de la efectividad del aprendizaje. Los verdaderos cambios de actitud en sentido evolutivo logrados invariablemente mediante procesos educativos son requisito indispensable y plataforma básica para asegurar cambios en las organizaciones. Ante la permanencia del cambio en

nuestro entorno, este segundo propósito constituye una aplicación de gran demanda y actualidad.

#### **7.1.5.3. Elaborar la calidad del desempeño**

Identificar los casos de insuficiencia en los estándares del desempeño individual por falta de conocimientos o habilidades, significa haber detectado una de las más importantes prioridades de capacitación técnica, humana o administrativa, sin embargo, habrá de tenerse presente que no todos los problemas de ineficiencia encontrarán su solución vía capacitación y que en algunos casos, los problemas de desempeño deficiente requerirán que la capacitación se dirija a los niveles superiores del empleado en quien se manifiesta la dificultad, pues la inhabilidad directiva es indiscutible generadora de problemas de desempeño.

#### **7.1.5.4. Resolver problemas**

La alta dirección enfrenta más cada día la necesidad de lograr metas trascendentales con altos niveles de excelencia en medio de diversas dificultades, financieras, tecnológicas, administrativas y humanas.

#### **7.1.5.5. Habilitar para su promoción**

El concepto de desarrollo y planeación de carrera dentro una empresa es práctica directiva que atrae y motiva al personal a permanecer dentro de ella.

Cuando esta práctica sistemáticamente se apoya en programas de capacitación que permiten que la política de promociones sea una realidad al habilitar íntegramente al individuo para recorrer exitosamente el camino desde el puesto actual hacia otros de mayor categoría y que implican mayor responsabilidad.

#### **7.1.5.6. Inducción y orientación del nuevo personal en la empresa**

Las primeras impresiones que un trabajador o empleado obtenga de su empresa; abran de tener un fuerte impacto en su productividad y actitud hacia el trabajo y hacia la propia organización. La alta dirección y las relaciones industriales se asegurarán que exista un programa sistemático que permita al nuevo colaborador conocer y entender cuestiones como:

- Historia de la empresa
- Su misión, valores y filosofía de la empresa
- Sus instalaciones
- Ubicación geográfica
- Los miembros del grupo ejecutivo
- Las expectativas de la empresa respecto al personal
- Las políticas generales y específicas de las relaciones industriales y recursos humanos
- Los procesos productivos y los productos mismos
- Los mercados y los sistemas de comercialización de la empresa
- Los medios y oportunidades de crecimiento dentro de la empresa, así como los sistemas de reconocimiento.

#### **7.1.5.7. Actualizar conocimientos y habilidades**

Un constante reto directivo consiste en estar alerta de nuevas tecnologías y métodos para hacer que el trabajo mejore y la organización sea más efectiva. Los cambios tecnológicos realizados en las empresas producen a su vez modificaciones en la forma de llevar a cabo las labores. Es importante entonces, que desde el momento de planear este tipo de cambios, se consideren

prácticamente las implicaciones que tendrán en materia de conocimientos y habilidades.

#### **7.1.5.8. Preparación integral para la jubilación**

He aquí otra forma de entender la capacitación como responsabilidad social de la empresa.

Resulta obvio que estamos refiriéndonos a una fase de vida diferente que puede y debe ser altamente productiva, por lo que es preciso que los planes de capacitación consideren con anticipación razonable la preparación de los individuos en periodos de prejubilación y se les apoye, oriente y eduque en la selección y realización de sus nuevas actividades, el manejo de su tiempo, en las nuevas características de la relación familiar y la administración de su ahorro y presupuesto:

En síntesis en poner en marcha esfuerzos institucionales en materia educativa representara estabilidad y desarrollo para la empresa y mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores en general.

#### **7.1.6. Sistemas de capacitación<sup>3</sup>**

Hay una diversidad de tipos de capacitación los más conocidos son:

- Pre-laboral: es la que se da a los aspirantes al puesto a través de la organización.

---

<sup>3</sup> Capacitación en Recursos Humanos - Fundamentos - Administración de Empresas y Negocios; El Prisma – Portal para investigadores y profesionales; Disponible en web en <http://bit.ly/168cxpZ> Visitado el 26 de Abril de 2013

- Inductiva: se da a los trabajadores de nuevo ingreso para que se ambienten en su nuevo trabajo.
- En el puesto: sirve para mejorar el desempeño de un puesto, puede representar la posibilidad de recibir una promoción.
- Para el cambio de puesto: imparte nuevos conocimientos
- Para el desarrollo: para la superación personal del trabajador.
- Como canal de comunicación: sirve para establecer un canal de comunicación, entre todos los niveles de la organización, para adecuarse a las exigencias tanto internas como externas.
- Fuera del trabajo: es impartida en instalaciones ajenas a la empresa y se dan de la siguiente manera:
  - Equipos de trabajo: se da en grupos que reciben instrucción, simulando situaciones de trabajo
  - Conductual: se realiza en grupos cuyo método es la resolución de juegos de negocios, simulando asuntos, análisis y solución de problemas.
  - En aula: se imparte en un centro preestablecido a propósito, conocida también como capacitación residencial o colectiva, se lleva a cabo en grupos, se imparte mediante curso, conferencias, seminarios y laboratorios.
  - En el trabajo: entendida como aquellas actividades que directamente relacionadas con el trabajo cotidiano, pueden ser concebidas en forma sistemática y transformadas en un entrenamiento permanente.
- Individual: se da de manera particular a la persona que se requiere que mejore su eficiencia en conocimientos, experiencias y habilidades que son necesarios para el desempeño de su labor.
- Externa: es la que imparte unas personas ajenas a la institución que tienen los conocimientos necesarios y que pueden ser empresas dedicadas a ofrecer este servicio o una persona en particular.

### **7.1.7. Beneficios de la capacitación**

#### **Beneficios para la empresa:**

- Invertir en capital humano
- La adopción de criterio, conocimientos y habilidades que permitan un buen liderazgo y encauzamiento de la energía de los demás
- Identificación de los símbolos, valores y compromisos del personal respecto a su trabajo
- La capacidad y/o responsabilidad en el manejo de maquinas y equipos
- Cumplir con las obligaciones legales
- Mejorar las necesidades del personal
- Integración del personal de la empresa
- La formación de actitudes de calidad y productividad

La inspiración y creatividad, que derivadas de la capacitación, abren mejores puertas para el mejor desempeño de una organización en los renglones de:

- Ahorro
- Seguridad
- Calidad
- Productividad
- Rentabilidad
- Adaptación
- Innovación
- Crecimiento
- Expansión

### **7.1.8. Beneficios para los empleados**

- Preparación
- Mejora su creatividad
- Derecho de recibir capacitación
- Útil para su vida
- Mejora su capacidad
- Mejora la relación con el jefe
- Satisfacción
- Saber a qué atenerse a la empresa
- Lograr la motivación y realización
- Mejora la capacidad de la toma de decisiones
- Participar y ser integrante de un grupo

### **7.1.9. Principios y objetivos del desarrollo de la capacitación y desarrollo en las empresas.**

- a. A partir de las necesidades reales detectadas, establecer un sistema integral de capacitación y desarrollo que comprenda todos los esfuerzos y actividades educativas en un mismo plan rector de desarrollo humano y profesional en la empresa y un incremento en la productividad organizacional.
- b. La creación de un ambiente en el que la capacitación y el desarrollo signifiquen un reto, un interés y crecimiento de individual, grupal y organizacional.
- c. Convertir la capacitación en una filosofía y estilo de trabajo con clara dirección.

- d. Brindar al personal un nuevo concepto de la productividad, así como el de trabajo en equipo y de los valores laborales
- e. Definir y buscar el compromiso
- f. La formación de grupos que se conviertan en agentes de cambio
- g. La creación de un programa de integración humana a través del trabajo en equipo que fomente la creatividad y el diagnóstico de problemas para una mejor toma de decisiones.
- h. A través de la presencia directiva en los diversos eventos educativos, patentizar y enriquecer el liderazgo de la dirección general para motivar y reforzar las conductas de integración y productividad de todo el personal frente a la empresa.
- i. Establecimiento de un programa estratégico que contemple actividades inmediatas, mediano y a largo plazo que de manera sistemática y acumulativa, formen enriquezcan y mantengan una cultura organizacional basada en la productividad.
- j. Involucrar a directivos, jefes, técnicos y personal en general, en las tareas educativas de capacitación y desarrollo.

Sin duda alguna, lo planteado anteriormente pueden entenderse como confrontación respecto a lo que se ha dejado de hacer o como un punto de partida para ir resolviendo problemas socio-económicos y laborales añejos, cuya atención y solución no puede esperar más si se desea auténticamente participar en el proceso de modernización.

#### 7.1.10. Factores que obstaculizan el desarrollo:

- a. Niveles muy pobres de capacitación y adiestramiento
- b. Carencia relevante de estudios formales primarios y secundarios en los niveles del empleado, ayudante, auxiliar y puestos equivalentes. En estos mismos niveles gran deficiencia en la capacitación y entrenamiento.
- c. Un mercado de trabajo a niveles de supervisión y jefatura que ofrece posibilidades muy reducidas de encontrar personas capacitadas y desarrolladas para un buen desempeño de sus funciones.
- d. A niveles ejecutivo y directivos, una lucha a veces leal y otras desleal de búsqueda y selección de ejecutivos con la suficiente preparación como líderes y agentes de cambio. No sea considerado el compromiso y efectividad en la formación del personal directivo. **Estrategias necesarias para alcanzar un mayor nivel en materia de educación en las empresas**

#### Crear una cultura de capacitación

- a. Realizar un proceso de diagnóstico de necesidades de capacitación siguiendo un modelo científico, no se va a saber qué es lo que se va a enseñar si no se conocen las carencias.
- b. Los programas de deben de entender como una inversión más que como un gasto o un costo.
- c. Una faceta relevante de la estrategia de capacitación es concebir y aceptar que todos están involucrados.
- d. las organizaciones dependiendo de su giro y tamaño deben de entender el contenido de la capacitación con un carácter mixto, es decir, combinando

esfuerzos internos (instructores y programas internos) con acciones y participación externa

- e. lo que un diagnóstico de capacitación manifiesta deberá agruparse en tres dimensiones educativas:
- f. Técnica que responde a las necesidades del puesto y se enfoca a mejorar el desempeño del titular
- g. Administrativa que proporciona a la persona una concepción de lo que es el negocio, del funcionamiento de la empresa y de la necesidad de una infraestructura administrativa para el logro productivo de resultados. Que el personal sepa en qué lugar está dentro de la empresa y teniendo una visión de conjunto ubique su papel dentro de ese universo.
- h. Humana que le permita conocer, practicar y vivir los principios de las relaciones humanas y de los procesos de integración, comunicación, motivación y manejo de conflictos, todo ello dentro de una línea de crecimiento personal, familiar y profesional.

Se puede concluir que el saber implica desarrollo en el campo de las habilidades como en lo relativo a las actitudes y valores.

#### **7.1.11. Importancia de la capacitación de recursos humanos**

En la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo.

La obsolescencia, también es una de las razones por la cual, las instituciones se preocupan por capacitar a sus recursos humanos, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia.

Para las empresas u organizaciones, la capacitación de recursos humanos debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redundando en beneficios para la empresa.

La importancia de la capacitación tiene incidencia en varios aspectos como:

#### **7.1.11.1. Productividad**

Las actividades de capacitación no solo deberían aplicarse a los empleados nuevos sino también a los trabajadores con experiencia. Ya que capacitar a los empleados consiste en darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño óptimo. Las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias.

#### **7.1.11.2. Calidad**

Los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados, también contribuyen a elevar la calidad de la producción de la fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos, cuando tienen los conocimientos y habilidades laborales necesarios, son menos propensos a cometer errores costosos en el trabajo.

#### **7.1.11.3. Planeación de los Recursos Humanos**

Las necesidades futuras de personal dependerán en gran medida de la capacitación y desarrollo del empleado.

#### **7.1.11.4. Salud y seguridad**

Una adecuada capacitación ayuda a prevenir accidentes industriales, mientras que en un ambiente laboral seguro puede conducir actividades más estables por parte del empleado.

#### **7.1.11.5. Dimensión psicológica**

La capacitación genera un cambio de actitud, tanto para sus relaciones personales como laborales, además, mejora su grado de motivación, de seguridad en sí mismo, el nivel de autoestima, etc.

#### **7.1.11.6. Desarrollo personal**

No todos los beneficios de capacitación se reflejan en la misma empresa. En el ámbito personal los empleados también se benefician de los programas de desarrollo administrativo, les dan a los participantes una gama más amplia de conocimientos, mayor sensación de competencia y un sentido de conciencia; un repertorio más grande de habilidades y otras consideraciones son indicativos del mayor desarrollo personal.

#### **7.1.11.7. Prevención de la obsolescencia**

La capacitación continua es necesaria para mantener actualizados a los trabajadores de los avances en sus campos laborales respectivos, en este sentido la obsolescencia puede controlarse mediante una atención constante al pronóstico de las necesidades de recursos humanos, el control de cambios tecnológicos y la adaptación de los individuos a las oportunidades, así como los riesgos del cambio tecnológico. Las capacidades individuales están siendo transformadas en capacidades de la organización. Los gerentes y profesionales de Recursos Humanos deberán desarrollar constantemente las capacidades necesarias para el

éxito. Por lo tanto, es necesario redefinir las capacidades de la organización, que podríamos denominar "ADN de la competitividad", para dar sustento a integrar las capacidades individuales.

#### **7.1.11.8. Supervivencia**

La capacitación bien administrada, influye en la eficiencia de las organizaciones, porque se representa de manera directa en los subsistemas, (tecnología, administrativo, y el social-humano).

La preocupación fundamental de cualquier empresario es el crecimiento y la consolidación de su negocio o, por lo menos su supervivencia.

### **7.2. PLATAFORMAS VIRTUALES DE APRENDIZAJE**

Entendemos por ambiente virtual de aprendizaje al espacio físico donde las nuevas tecnologías tales como los sistemas Satelitales, el Internet, los multimedia, y la televisión interactiva entre otros, se han potencializado rebasando al entorno escolar tradicional que favorece al conocimiento y a la apropiación de contenidos, experiencias y procesos pedagógico-comunicacionales. Están conformados por el espacio, el estudiante, el asesor, los contenidos educativos, la evaluación y los medios de información y comunicación.

Los ambientes de aprendizaje no se circunscriben a la educación formal, ni tampoco a una modalidad educativa particular, se trata de aquellos espacios en donde se crean las condiciones para que el individuo se apropie de nuevos conocimientos, de nuevas experiencias, de nuevos elementos que le generen procesos de análisis, reflexión y apropiación. Llamémosle virtuales en el sentido que no se llevan a cabo en un lugar predeterminado y que el elemento distancia (no presencia física) está presente.

La UNESCO (1998) en su informe mundial de la educación, señala que los entornos de aprendizaje virtuales constituyen una forma totalmente nueva de Tecnología Educativa y ofrece una compleja serie de oportunidades y tareas a las instituciones de enseñanza de todo el mundo, el entorno de aprendizaje virtual lo define como un programa informático interactivo de carácter pedagógico que posee una capacidad de comunicación integrada, es decir, que está asociado a Nuevas Tecnologías.

Estos nuevos entornos de aprendizaje favorecidos con la incorporación de las tecnologías se potencian en la Educación a Distancia por ser un modelo donde la no presencia física entre quien enseña y quien aprende es su principal característica, y el uso de medios en su diseño de aplicación ha pasado por diferentes generaciones.

### **7.2.1. Historia**

No es claro cuándo inicia formalmente la Educación a Distancia, sin embargo se tiene conocimiento que surge en Europa a finales del siglo XIX y a nivel mundial se generaliza hacia los años sesenta, en donde el libro de texto era la base de su modelo y se hacía uso del correo postal, se desarrollaron las primeras unidades didácticas y aparece un nuevo personaje que deja de llamarse profesor al cual se le denomina tutor o asesor. En esta época los exámenes se realizaban por correspondencia y se crean Centros Regionales de Apoyo.

Con la incorporación del cine, la radio y la televisión a los espacios escolares, estos medios masivos de comunicación marcan a la segunda época, ya que se confiaba en el poder de los medios para influir en los estudiantes sin tomar en cuenta las formas de apropiación de los contenidos presentados, la atención se centraba en lo que se iba a transmitir y no en el tratamiento didáctico y el lenguaje de los medios ni teniendo en cuenta las características del público destinatario.

Posteriormente se trabaja con paquetes instrucciones donde existe un medio maestro el cual generalmente es el impreso y se industrializa la producción de medios donde los videos educativos tienen una gran demanda, conforme los avances tecnológicos, el CD-ROM le sigue muy de cerca, aquí tiene auge la primera generación de la Tecnología Educativa que después fue altamente criticada.

En esta tercera generación se incorporan las asesorías a distancia a través del teléfono y el uso del fax y se vuelve recurrente para el uso de trabajos y tareas, incorporándose otros medios - no solamente el escrito-, donde la videoconferencia y la audio conferencia cobran relevancia, dándose mayor énfasis a la enseñanza modular. Se promueve un modelo organizacional ampliando la cobertura de las instituciones a nivel local y regional.

En la cuarta generación desaparece el concepto de distancia como aspecto funcional aunque se mantiene físicamente; es importante resaltar esto ya que se da una nueva forma de relación entre los elementos que participan en la Educación a Distancia: los asesores, los estudiantes, los materiales de apoyo y otras instituciones educativas tanto nacionales como internacionales. Esta generación nace a mediados de los ochenta pero se desarrolla durante los noventa donde las tecnologías de las telecomunicaciones vinieron a fortalecer la incorporación de datos de audio e imagen.

Las tecnologías continúan su desarrollo, lo que ha creado nuevas formas de trabajo y de interacción entre los usuarios, su uso educativo se ve reflejado en proyectos vanguardistas que crean ambientes educativos innovadores y nuevas experiencias de aprendizaje ¿estaríamos hablando entonces de una quinta generación del uso de medios en la Educación a Distancia?, los soportes que brindan las Nuevas Tecnologías son poderosas herramientas para la diversificación de aplicaciones en cursos en línea, capacitación en sedes remotas,

asesoría especializada, actividades académicas diversas de investigación, docencia y de auto aprendizaje pero su incorporación requiere de planeación, seguimiento y evaluación.<sup>4</sup>

### **7.2.2. Educación basada en web<sup>5</sup>**

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la educación y la comunicación han hecho posible la utilización de Internet y más concretamente la www (World WideWeb) en la educación a distancia, dando lugar a la denominada Educación basada en Web o e-learning. En la actualidad existen por todo el mundo miles y miles de centros de enseñanza a distancia tanto públicos como privados, orientados a todos los niveles y tipos de educación: primaria, secundaria, superior, especial, adaptada, etc. Conforme a lo expresado por Romero (2005) "Cada vez son más los sistemas basados en Web, la tecnología más utilizada para la educación a distancia, debido a la facilidad de utilización y disponibilidad de las herramientas para navegar por el Web y la facilidad del desarrollo y mantenimiento de los recursos Web". Estos sistemas de enseñanza virtual utilizan una plataforma basada en web que puede ser: o bien un sistema propio desarrollado específicamente por cada institución, o bien uno de los múltiples sistemas comercial existentes como: WebCT, Virtual-U, Top Class, etc. o de libre distribución como: ATutor, ILIAS, Moodle etc. Estos proporcionan servicios útiles para la enseñanza a distancia como son herramientas para la comunicación sincrónica y asincrónica, herramientas para la gestión de materiales de aprendizaje y herramientas para la gestión, seguimiento y evaluación de los estudiantes. Junto con los Sistemas Hipermedia Adaptativos Basados en Web que

---

<sup>4</sup> AVILA, Patricia y BOSCO, Diana. Ambientes Virtuales de Aprendizaje una Nueva Experiencia. Trabajo presentado en el "20th. International Council for Open and Distance Education" 1-5 Abril 2001, Düsseldorf, Germany.

<sup>5</sup> SAAVEDRA, ALBA LUCIA. Diseño e implementación de ambientes virtuales de aprendizaje a través de la construcción de un curso virtual En la asignatura de química para estudiantes de grado 11 de la institución educativa José Asunción Silva municipio de Palmira, corregimiento La Torre. 2011. 116 p.

brindan un componente dinámico a este diseño, pues son un nuevo tipo de sistemas educativos con características tales como: aumento de la interacción con los usuarios y adaptación de los contenidos a las necesidades de estos. Para ello, construyen un modelo del alumno y lo utilizan durante la interacción con dicho usuario para adaptarse a sus necesidades. Algunos ejemplos de Sistemas Hipermedia Adaptativos basados en Web para educación son: Interbook, DCG, ELM-ART, CALAT, AHA!, etc. Por último cabe notar la existencia y el incremento en la utilización de múltiples estándares que además de permitir la interoperabilidad entre distintos sistemas, permiten la reutilización de contenidos educativos, y también facilitan la incorporación de diferentes técnicas adaptativas.

### **7.2.3. El aula virtual: usos y elementos que la componen**

El uso y las aplicaciones formativas de todos los medios que facilita Internet: Chat, páginas Web, foros, aplicaciones, etc., se deben dar en un aula virtual con un fin común: permitir que los materiales se distribuyan en línea y que al mismo tiempo puedan estar al alcance de los alumnos en formatos estándar que permitan su impresión, edición o grabación, para su posterior uso.

Este referente es el punto de partida para la búsqueda continua de innovación al diseñar un aula virtual, adecuando los contenidos de una clase a un medio donde se mezclan diferentes posibilidades de interacción a través de la multimedia y donde la lectura lineal no es la usual, pues en ésta el usuario escanea el texto, en busca de títulos, texto enfatizado en negrita o enlaces a otras páginas, imágenes o aplicaciones. Implicando que los alumnos en este tipo de ambientes deben estar preparados para adoptar nuevos roles y seguir las rutas trazadas por el docente con un objetivo específico en vez de navegar utilizando su propia ruta. Por ello es que uno de los principios fundamentales para la organización del contenido al diseñar un aula virtual, consiste en organizar la información en piezas o bloques

que permitan a los alumnos recibirla de forma más interactiva, chequear recursos, realizar actividades, auto evaluaciones, compartir experiencias, y comunicarse.

Una de las principales recomendaciones a la hora de diseñar este tipo de aulas virtuales es la necesidad de que los materiales para las clases, que suelen ser extensos, en la mayoría de los casos sean colocados en formatos al alcance del alumno que le permitan:

- Guardarlos en su disco o dispositivos USB evitando, largos periodos de conexión, sobre todo en casos donde el factor económico impera en la libertad de conexión por sus costos.
- Imprimirlo de manera organizada para leerlo, sin desperdicio de tinta o papel.
- Vincularse a diferentes referentes o enlaces de apoyo que acompañaran al curso en línea.

Programas como moodle y exe-learning brindan oportunidades diversas para el diseño e innovación a la hora de diseñar e implementar una plataforma operativa para el manejo de un aula virtual, con el valor añadido de su facilidad de manejo y las diversas herramientas que incorporan.

#### **7.2.3.1. Moodle**

Es un completo sistema de administración de cursos. Su nombre es el acrónimo de Modular Object – Oriented Dynamic Learning Environment (Entorno de Aprendizaje Dinámico Orientado a Objetos y Modular). Es un Ambiente Educativo Virtual, sistema de gestión de cursos, de distribución libre, que ayuda a los educadores a crear comunidades de aprendizaje en línea. Este tipo de plataformas tecnológicas también se conoce como LMS (Learning Management System). Este sistema fue creado por Martin Dougiamas, quien basó su diseño en las ideas del constructivismo en pedagogía que afirman que el conocimiento se

construye en la mente del estudiante en lugar de ser transmitido sin cambios a partir de libros o enseñanzas y en el aprendizaje colaborativo. Al trabajar desde esta óptica el docente crea un ambiente centrado en el estudiante que le ayuda a construir ese conocimiento con base en sus habilidades y conocimientos propios en lugar de simplemente publicar y transmitir la información que se considera que los estudiantes deben conocer, generando diversas competencias enfocadas hacia el aprendizaje significativo.

### **7.2.3.2. Exe-learning**

Es un programa de edición de sitios web educativos de código abierto único por sencillez de su manejo y por las herramientas que incorpora. El aula implementada en este trabajo incluye aplicaciones realizadas con eXe Learning convirtiéndose por lo tanto en una muestra de los resultados que se pueden obtener, sin necesidad de aprender a trabajar con código HTML. Entre otras aplicaciones, este programa permite:

Crear un sitio Web con un menú lateral dinámico que asegura una navegación sencilla e intuitiva al usuario.

Editar páginas con contenido multimedia (imágenes, vídeo, audio, animaciones, expresiones matemáticas, etc.) gracias al repertorio de herramientas de exe-learning.

Exportar el proyecto como sitio Web y en paquetes estándar (SCORM, IMS CP).

## 7.2.4. Criterios para evaluar plataformas virtuales

**Tabla 2.** Criterios para evaluar plataformas virtuales

| <b>Herramientas de Aprendizaje</b>   |  |   |
|--|--|---|
| <b>Comunicación</b>  | <b>Productividad</b>   | <b>Participación del Estudiante</b>   |
| Foros de Discusión.<br>Intercambio de Archivo.<br>Correo Interno.<br>Notas de Trabajo en Línea.<br>Servicios de Chat.<br>Servicios de Video.<br>Pizarra (Bookmarks). | Marcadores (Bookmarks).<br>Calendario de Progreso de Trabajo.<br>Orientación o Ayuda.<br>Búsqueda dentro del Curso.<br>Trabajo fuera de Línea.                     | Grupo de Trabajo.<br>Autoevaluaciones.<br>Edificio de la Comunidad del Estudiante.<br>Portafolio del estudiante.  |
| <b>Herramientas de Soporte</b>   |  |   |
| <b>Administración</b>  | <b>Distribución del Curso</b>  | <b>Diseño del plan de estudio</b>   |
| Autenticación.<br>Autorización del Curso.<br>Servicios Recibidos.<br>Integración del Registro.   | Evaluaciones y anotaciones automáticas.<br>Curso de administración.<br>Instructor Helpdesk.<br>Herramientas que califican en línea.<br>Seguimiento del estudiante. | Confort de accesibilidad.<br>Contenidos.<br>Plantillas del curso.<br>Administración del plan de estudio.<br>Modificación para particulares.<br>Herramientas de diseño educacionales.<br>Conformidad de estándares educativos. |
| <b>Especificaciones técnicas</b>   |  |   |
| <b>Software y hardware</b>   | <b>Princing / Licensing</b>  |   |
| Browse del cliente requerido.<br>Requisito de la base de datos.<br>Software del servidor.<br>Servidor Unix.<br>Servidor Windows.                                     | Perfil de proveedor<br>Costos<br>Open source<br>Opciones extras<br>Versión del programa  |   |

**Fuente.** Plataformas virtuales de aprendizaje: una estrategia innovadora en procesos educativos de recursos humanos. Lic. Benito Hamidian.

## 7.3. MARCO TEÓRICO

### 7.3.1. Investigación de Mercados

*“La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones.”<sup>6</sup>*

Michelle WirthFellman

*“La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing.”<sup>7</sup>*

Naresh K. Malhotra

---

<sup>6</sup> Michelle Wirth Fellman, “An Aging Profession”, *Marketing Research*, Chicago, 2000: p 33–35, Disponible en web

<http://www.marketingpower.com/ResourceLibrary/MarketingResearch/Pages/2000/12/1/3182778.aspx>

Visitado el 18 de Abril de 2013

<sup>7</sup> Malhotra, Naresh K., INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Quinta edición, PEARSON EDUCACIÓN, México, 2008; p7

### 7.3.2. Perfil cultural del santandereano

Hay en ellos un carácter solemne aunque sobrio, parco en las expresiones de la afectividad, tajante e irreversible en sus determinaciones.

El arquetipo del santandereano es un hombre constante frente a su trabajo, medido en su vida privada, luchador incansable por la garantía de una vejez tranquila, con un alto sentido de responsabilidad frente al hogar pero carente del espíritu aventurero para alimentar las grandes empresas.

Tajantes y recios, fijos en su lugar y sus obligaciones, pero provistos, paradójicamente, de un gran sentido del humor. Así se reconocen los habitantes santandereanos.

### 7.3.3. Forma de capacitarse de los bumangueses

**Tabla 3. Forma de capacitarse de los bumangueses**

| FORMA DE CAPACITARSE  | CANTIDAD   | FRECUENCIA |
|-----------------------|------------|------------|
| Seminario - Cursos    | 103        | 52%        |
| Internet              | 90         | 45%        |
| Diplomado             | 62         | 31%        |
| Postgrado             | 29         | 15%        |
| Otra                  | 28         | 14%        |
| Educación a distancia | 16         | 8%         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>328</b> | <b>*</b>   |

\* Porcentaje basado en la cantidad de la muestra (200)

**Fuente. Diego Fernando Puentes; Freddy Álvarez Sierra<sup>8</sup>**

El 45% de los encuestados manifestaron que Internet es una de sus formas de capacitarse. Esto indica que la implementación de sistemas de capacitación al interior de las empresas no tendrá una resistencia negativa de parte de los empleados teniendo en cuenta que ellos ya estarán familiarizados con sistemas de este tipo.

<sup>8</sup> Estudio de Mercados para la apertura de la Especialización en Gerencia de Negocios Internacionales; Especialización en alta Gerencia, Monografía, Universidad Industrial de Santander, 2008

### 7.3.4. Entidades predilectas para capacitación de los bumangueses

**Tabla 4.** Entidades predilectas para capacitación

| ENTIDAD DONDE SE CAPACITA                   | CANT.     | FRECUENCIA |
|---|-----------|------------|
| UIS   | 41        | 21%        |
| UNAB  | 38        | 19%        |
| EN LA EMPRESA                               | 22        | 11%        |
| SENA  | 16        | 8%         |
| <b>CÁMARA DE COMERCIO</b>                   | <b>11</b> | <b>6%</b>  |
| DIVERSAS UNIVERSIDADES                      | 4         | 2%         |
| OTRAS                                       | 24        | 12%        |
| USTA  | 9         | 5%         |
| UCC   | 10        | 5%         |
| INDIFERENTE                                 | 7         | 4%         |
| UDES  | 5         | 3%         |
| ANDES                                       | 2         | 1%         |
| UPB   | 1         | 1%         |
| COTELCO                                     | 1         | 1%         |
| ICONTEC                                     | 1         | 1%         |
| COMFENALCO                                  | 1         | 1%         |
| MANUELA BELTRÁN                             | 1         | 1%         |
| CENTRO INTERAMERICANO - JURÍDICO FINANCIERO | 4         | 2%         |
| COLEGIO DE CONTADORES                       | 1         | 1%         |
| FENALCO                                     | 1         | 1%         |
|   | 200       | *          |

**Fuente.** Diego Fernando Puentes; Freddy Álvarez Sierra<sup>9</sup>

El 11% de los encuestados manifiesta llevar a cabo sus capacitaciones al interior de la empresa donde trabaja, y el 8% lo hace a través del SENA. Teniendo en cuenta que los procesos de capacitación a través del SENA se complementan con el uso de sistemas y herramientas virtuales, se debe tener en cuenta las características funcionales de este al momento de implementar un sistema de capacitación.

<sup>9</sup> Estudio de Mercados para la apertura de la Especialización en Gerencia de Negocios Internacionales; Especialización en alta Gerencia, Monografía, Universidad Industrial de Santander, 2008

### **7.3.5. El matiz del profesional**

El aislamiento económico de Santander se reflejó en la inversión de sus procesos demográficos respecto del tiempo colonial: la región no ha cesado de exportar sus trabajadores hacia los polos industriales de Barranquilla, Medellín y Bogotá, y hacia el otro lado de la frontera venezolana.

El auge de la industria petrolera condujo a Barrancabermeja buena parte de esos servicios profesionales y hubo simultáneamente una fuerte inmigración de colonos. Así fue cristalizando la nueva manera de ser ribereña, al estilo barramejo.

El imaginario del profesional asalariado del Santander de hoy está aún por investigar. Puede intuirse, empero, en su espíritu receptor de tecnologías y hábitos de consumo, un esfuerzo de equilibrio respecto de las tendencias de aislamiento que tanto se le han criticado.

### **7.3.6. Economía de Bucaramanga**

El municipio de Bucaramanga es la capital del departamento de Santander y es la ciudad núcleo del Área Metropolitana de Bucaramanga, también compuesta por Floridablanca, Girón y Piedecuesta.

De acuerdo al último censo, Bucaramanga posee una población de 509.918 habitantes, distribuidos principalmente en los estratos tres y cuatro, lo que evidencia un mediano poder adquisitivo en la ciudad. Las principales actividades económicas desarrolladas en el municipio están relacionadas con el comercio y la prestación de servicios. Dentro de este sector, se encuentra la comercialización de los productos provenientes de la agricultura, la ganadería y la avicultura, actividades que se desarrollan en zonas fronterizas a este municipio y en el departamento del Cesar, pero su mercadeo y administración se hace en Bucaramanga.

La actividad industrial que cuenta con un mayor reconocimiento a nivel nacional es el calzado así mismo tiene un importante mercado a nivel internacional en países como Argentina, Brasil, Canadá, Ecuador, Italia, algunas islas del Caribe, Estados Unidos, Perú, Venezuela y México.

La confección, así como la prestación de servicios de salud, finanzas y, en un alto grado la educación, al punto que cabe decir que la Ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos como los de energía, gas, petróleo, corrosión, asfaltos, cuero y herramientas de desarrollo agroindustrial, entre otros. Un sector significativo de la economía bumanguesa es el agropecuario, cuyas principales actividades: agricultura, ganadería y avicultura se llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander y Cesar, pero su administración y comercialización se desarrollan en la Ciudad.

### 7.3.7. Actividad empresarial en Santander

**Imagen 1.** Actividad empresarial en Santander



**Fuente.** Compite 360<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Compite360 – Principal, Disponible en web <http://bit.ly/13ddQQA> Visitado el 25 de Febrero de 2013

### 7.3.8. Actividad empresarial en Santander según tamaño de empresa

Imagen 2. Actividad empresarial en Santander según tamaño de empresa



Fuente. Compite 360<sup>11</sup>

### 7.3.9. Sociedades activas según tipo jurídico

Imagen 3. Sociedades activas en Santander según tipo jurídico



Fuente. Compite 360<sup>12</sup>

<sup>11 13</sup> Compite360 – Principal, Disponible en web <http://bit.ly/13ddQQA> Visitado el 25 de Febrero de 2013

## **8. METODOLOGÍA**

### **8.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

El diseño de la investigación de mercados es un programa que se debe llevar a cabo para lograr una correcta *Investigación De Mercados*; Es importante desarrollar un buen Diseño de Investigación que esté estrechamente relacionado con el *Problema de Investigación* ya que este es la base para realizar todo el Estudio de Mercados lo cual asegurará el desarrollo eficaz y eficiente del mismo.

El diseño de Investigación de Mercados incluye los siguientes pasos:

1. Diseñar la fase exploratoria, descriptiva y/o causal de la investigación
2. Definir la información necesaria
3. Especificar los procedimientos de medición y escalamiento
4. Construir el cuestionario y la forma apropiada de recolección de datos
5. Especificar el proceso del muestreo y tamaño de la muestra
6. Desarrollar un plan para el análisis de los datos

### **8.2. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA**

El estudio propuesto es una *Investigación Exploratoria* ya que con este tipo de Investigación, además de enfrentar de forma adecuada el problema de investigación planteado al inicio, también permite descubrir necesidades nuevas y no satisfechas así como desarrollar la hipótesis planteada; Es pertinente que las conclusiones y recomendaciones que se hagan como resultado de este estudio sean corroboradas mediante una Investigación de tipo Concluyente, sin embargo, las conclusiones y recomendaciones generadas no deben ser descartadas pues la muestra de la población será seleccionada para generar el máximo de información.

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de la investigación exploratoria es proporcionar información y comprensión<sup>13</sup> esta se adapta a las necesidades del actual estudio de mercados.

### **8.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

- Indagar la frecuencia con que las empresas de Bucaramanga y su área metropolitana ofrecen capacitaciones a sus funcionarios y la razón por la cual lo hacen.
- Determinar los actuales métodos de capacitación a empleados que imparten las empresas de Bucaramanga y su área metropolitana.
- Diagnosticar cuáles son los inconvenientes derivados de los actuales métodos de capacitación a empleados que ofrecen las empresas de Bucaramanga y su área metropolitana.
- Descubrir en el mercado necesidades no satisfechas para a partir de ellas identificar nuevas oportunidades de negocio.
- Identificar el porcentaje de empresas de Bucaramanga y su área metropolitana que estarían dispuestas a implementar un sistema de capacitación a funcionarios.
- Definir los requerimientos funcionales, generales y específicos, del software a implementar según las necesidades de las empresas interesadas en el mismo.

---

<sup>13</sup> Malhotra, Naresh K., INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Quinta edición, PEARSON EDUCACIÓN, México, 2008; p80

#### 8.4. MUESTRA

En estadística, la muestra es una porción significativa de la población objetivo de estudio. Al aplicar el estudio a la *muestra* se obtiene información confiable, similar a la que se obtendría en caso de aplicar el estudio a toda la población pero con menor costo en tiempo y dinero.

La muestra seleccionada, objeto de este estudio, será una *muestra de tipo probabilístico* mediante la cual cada elemento de la muestra tendrá la misma probabilidad de ser seleccionada. Así mismo, la población objetivo serán las empresas registradas en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, con más de 100 empleados de todos los sectores económicos, inscritos y renovados a 15 de Abril de 2013.

Lo población total que contaba con estas características era de 337<sup>14</sup> y la muestra representativa de esta población es de 179 empresas, cifra que se obtuvo mediante la aplicación de la fórmula del muestreo para una población finita y conocida:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 e^2}$$

Dónde:        n = Tamaño de la muestra  
                  N = Tamaño de la población  
                   $\sigma$  = Desviación estándar de la población  
                  Z = Nivel de confianza  
                  e = Error aceptable

---

<sup>14</sup> Cámara de Comercio de Bucaramanga, Cristian Alberto Torres Hernández, Registro e Intermediación CCB.

**Aplicando:**

$$n = \frac{337^2 * 0,5^2 * 1,96^2}{0,5^2(337 - 1) + 1,96^2 * 0.05^2}$$

$$n = 179,77 \approx 180$$

## **8.5. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN EL SECTOR ECONÓMICO**

**Tabla 5.** Distribución de la muestra según el sector económico de la empresa

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Industria Manufacturera</b>  | <b>32</b> |
| <b>Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas</b> | <b>30</b> |
| <b>Actividades de servicios administrativos y de apoyo</b>                                      | <b>27</b> |
| <b>Transporte y Almacenamiento</b>  | <b>19</b> |
| <b>Construcción</b>   | <b>16</b> |
| <b>Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca</b>                                       | <b>13</b> |
| <b>Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social</b>                        | <b>9</b>  |
| <b>Otros</b>  | <b>34</b> |

Fuente. Cámara de Comercio de Bucaramanga

## **8.6. FUENTES DE INFORMACIÓN**

Teniendo en cuenta que no existe en Bucaramanga y su área metropolitana un estudio similar aplicado a empresas que cumplan con las características específicas de la población objeto del presente estudio, la información requerida para llegar a conclusiones debe ser obtenida durante el desarrollo del mismo a través de entrevistas a *Fuentes Primarias* como Jefes de Recursos humanos de cada empresa.

## **8.7. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

### **8.7.1. Técnica de recolección de la información**

Se realizará encuestas, mediante cuestionario, a las empresas objeto de estudio. Dicha encuesta se encuentra desarrollada para obtener la mayor cantidad de información de los encuestados quienes a través opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias harán el aporte necesario para llevar a cabo el presente *Estudio De Mercados*.

### **8.7.2. Instrumento de recolección de la información**

**(Ver Anexo A)**

#### **8.7.2.1. Descripción del instrumento de investigación**

El instrumento de investigación será una encuesta por medio de la cual se espera alcanzar el objetivo principal: *“Identificar la oferta y demanda de software como herramienta para capacitar a funcionarios y empleados de las empresas del área metropolitana de Bucaramanga.”*

La pregunta filtro es la No. 3: ¿Brindan ustedes capacitación a los empleados de su empresa?

Las demás preguntas se desarrollaron teniendo en cuenta los objetivos de la Monografía y los objetivos de la investigación de Mercados. Estas preguntas se especifican a continuación:

**Tabla 6.** Relación entre el Objetivo de la Investigación de Mercados y las Preguntas del Instrumento de Investigación

|  |  |
|--|--|
| Indagar la frecuencia con que las empresas de Bucaramanga y su área metropolitana ofrecen capacitaciones a sus funcionarios y la razón por la cual lo hacen. | ¿Cada cuánto tiempo realizan capacitaciones a sus empleados?<br>¿Con qué frecuencia?               |
| Determinar los actuales métodos de capacitación a empleados que imparten las empresas de Bucaramanga y su área metropolitana.                                | ¿Qué método(s) utiliza(n) para capacitar a sus colaboradores?                                      |
| Diagnosticar cuáles son los inconvenientes derivados de los actuales métodos de capacitación a empleados que ofrecen las empresas del AMB.                   | ¿Qué método(s) utiliza(n) para capacitar a sus colaboradores?                                      |
| Descubrir en el mercado necesidades no satisfechas para a partir de ellas identificar nuevas oportunidades de  | ¿Brindan ustedes capacitación a los colaboradores de su empresa?<br>¿Qué método(s) utiliza(n) para |

|   |   |
|---|---|
| negocio.  | capacitar a sus colaboradores?  |
| Identificar el porcentaje de empresas de Bucaramanga y su área metropolitana que estarían dispuestas a implementar un sistema de capacitación a funcionarios. | Si existiera un software de capacitación a funcionarios que cumpla con las principales necesidades de su empresa ¿Estaría interesado en adquirirlo?             |
| Definir los requerimientos funcionales, generales y específicos, del software a implementar según las necesidades de las empresas interesadas en el mismo.    | En general ¿qué características debería tener un software ideal para capacitar a sus empleados?<br>A nivel personal ¿qué le gustaría que incluyera el software? |

**Fuente.** Los autores

## 8.8. FICHA TÉCNICA

**Tabla 7.** Ficha Técnica del Diseño de la Investigación

| <b>Investigación Exploratoria</b>   |
|---|
| <p>Con este tipo de Investigación, además de enfrentar de forma adecuada el problema de investigación planteado al inicio, también permite descubrir necesidades nuevas y no satisfechas así como desarrollar la hipótesis planteada</p> <p>Las empresas registradas en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, con más de 100 empleados de todos los sectores económicos, inscritos y renovados a 15 de Abril</p> |

de 2013.

**Fuente: Cámara de Comercio**

Industria manufacturera: 60

Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas: 56

Actividades de servicios administrativos y de apoyo: 51

Transporte y almacenamiento: 36

Construcción: 30

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca: 24

Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social: 17

Otros: 62

**Total: 337**

**Probabilístico:** Todos los elementos del *Universo* tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para ser parte del estudio.

**Probabilística**

Industria manufacturera: 32

Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas: 30

Actividades de servicios administrativos y de apoyo: 27

Transporte y almacenamiento: 19

Construcción: 16

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca: 13

Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social: 9

**Otros: 33**

Total: 180

Directores o Jefes de Recursos Humanos

Bucaramanga y su área metropolitana (Floridablanca, Girón y Piedecuesta)

Encuestas, mediante cuestionario, a las empresas objeto de estudio

Del 22 al 30 de Abril de 2013

**Fuente.** Los Autores

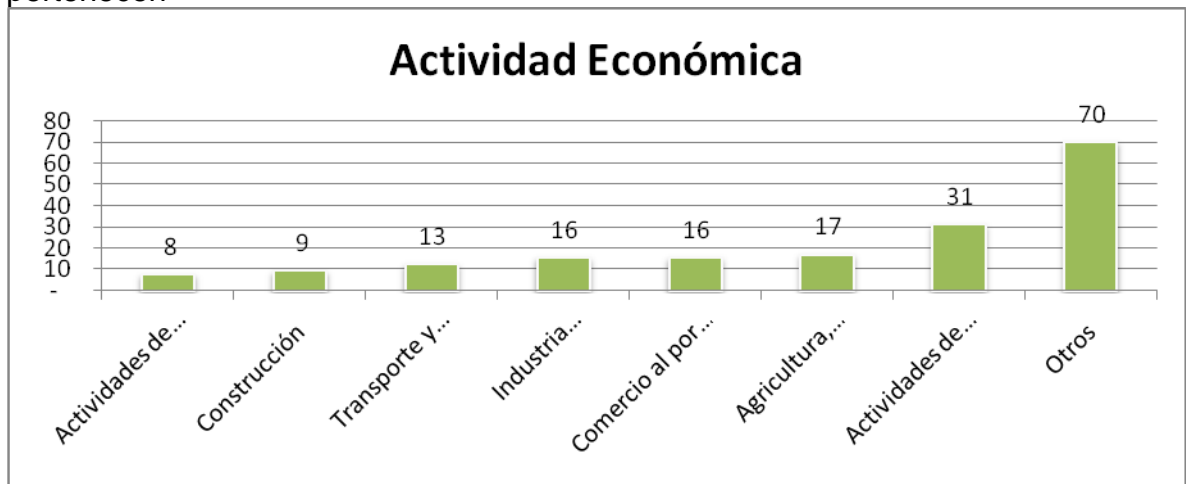
## 9. RESULTADOS

**Tabla 8.** Actividad Económica

| <b>Actividad Económica</b>  | <b>Cantidad</b> | <b>Frecuencia</b> |
|---|-----------------|-------------------|
| Actividades de atención de la salud humana y asistencia social                    | 8               | 4,35%             |
| Construcción  | 9               | 5,22%             |
| Transporte y almacenamiento   | 13              | 6,96%             |
| Industria Manufacturera   | 16              | 8,70%             |
| Comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas | 16              | 8,70%             |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca                                      | 17              | 9,57%             |
| Actividades de servicios administrativos y de apoyo                               | 31              | 17,39%            |
| Otros   | 70              | 39,13%            |
| <b>Total</b>  | <b>180</b>      | <b>100%</b>       |

Fuente. Los Autores

**Figura 1.** Distribución de la muestra según la Actividad Económica a la que pertenecen



De la muestra objeto de estudio durante la presente investigación de mercados, el 39,13% de las empresas que accedieron a participar pertenecen a nueve diversas Actividades Económicas: Alojamiento y servicios de Comida; Actividades profesionales, científicas y técnicas; Información y Comunicaciones; Suministro de

Electricidad; Actividades en los Hogares; Explotación de Minas y Canteras; Actividades Financieras y de Seguros; Actividades Artísticas y de Entretenimiento.

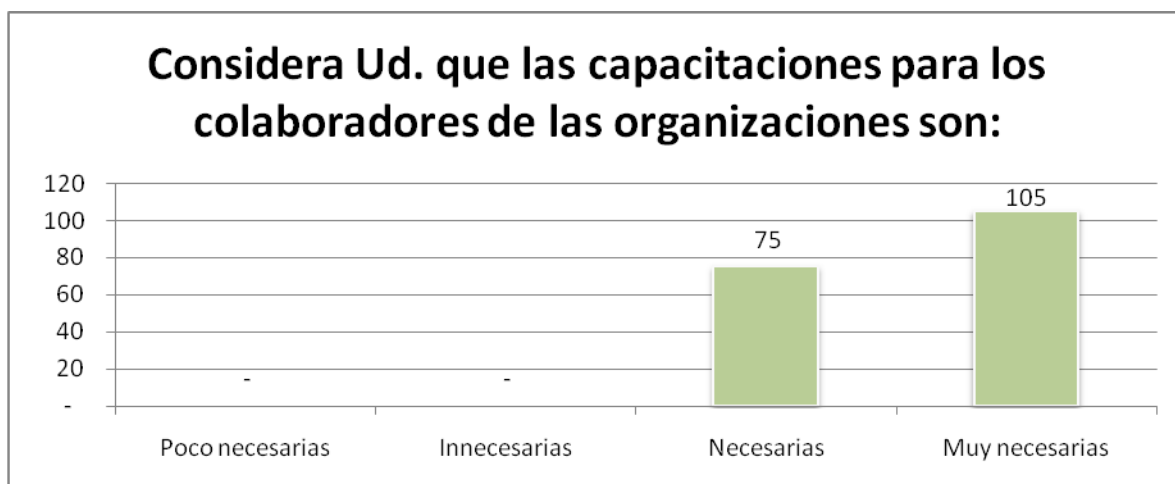
El mayor porcentaje de una misma Actividad Económica lo conforman las Actividades de servicios administrativos y de apoyo, seguido por Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, entre estas dos actividades económicas suman 26,96%; las dos actividades con menor participación fueron Construcción y Actividades de atención a la salud humana y asistencia social, entre las dos suman 9,57%.

**Tabla 9.** Importancia de las capacitaciones según las empresas

| <b>Considera Ud. que las capacitaciones para los empleados de las empresas son:</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Frecuencia</b> |
|---|-----------------|-------------------|
| <b>Muy necesarias</b>   | 105             | 58,26%            |
| <b>Necesarias</b>   | 75              | 41,74%            |
| <b>Poco necesarias</b>  | -               | 0,00%             |
| <b>Innecesarias</b>   | -               | 0,00%             |
| <b>Total</b>  | <b>180</b>      | <b>100%</b>       |

**Fuente.** Los autores

**Figura 2.** Importancia de las capacitaciones según las empresas



**Fuente.** Los autores

El 100% de las empresas que participaron en el estudio considera a las capacitaciones dirigidas a los empleados como necesarias, ninguna la consideró como poco necesaria o innecesaria. Se destaca que el 58.26% de las empresas las considera como Muy necesaria y el restante 41,74% como Necesarias.

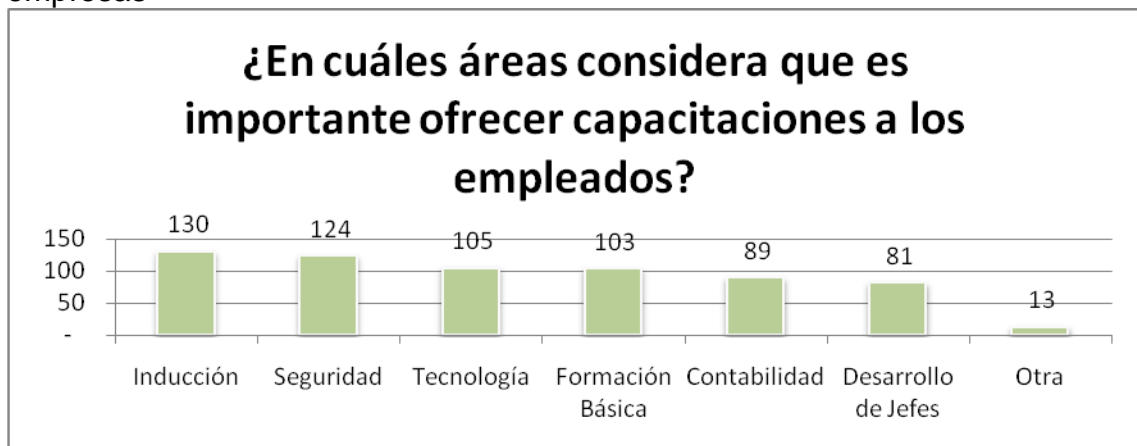
Se observa que existe una clara conciencia en las empresas del área metropolitana de Bucaramanga sobre las ventajas de capacitar a sus empleados, las desventajas de no capacitar a sus empleados y, por tanto, la necesidad de capacitar a los empleados de sus empresas.

**Tabla 10.** Áreas en las cuales es importante capacitar a los empleados de las empresas

| <b>¿En cuáles áreas considera que es importante ofrecer capacitaciones a los empleados?</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Frecuencia</b> |
|---|-----------------|-------------------|
| <b>Inducción</b>  | 130             | 72,17%            |
| <b>Seguridad</b>  | 124             | 68,70%            |
| <b>Tecnología</b>   | 105             | 58,26%            |
| <b>Formación Básica</b>   | 103             | 57,39%            |
| <b>Contabilidad</b>   | 89              | 49,57%            |
| <b>Desarrollo de Jefes</b>  | 81              | 45,22%            |
| <b>Otra</b>   | 13              | 6,96%             |
| <b>Total</b>  | <b>180</b>      | <b>100%</b>       |

**Fuente.** Los autores

**Figura 3.** Áreas en las cuales es importante capacitar a los empleados de las empresas



Contabilidad, Formación Básica, Tecnología, Seguridad, e Inducción son las áreas, según las empresas objeto de estudio, en las cuáles es más importante ofrecer capacitaciones a los empleados.

Es de especial importancia este resultado, ya que al momento de realizar una investigación concluyente se debe tener en cuenta las áreas predilectas para ofrecer capacitaciones pues en gran medida de ello va a depender aspectos técnicos del sistema como: Diseño, herramientas como carga de documentos, interactividad, banco de preguntas y respuestas, entre otras.

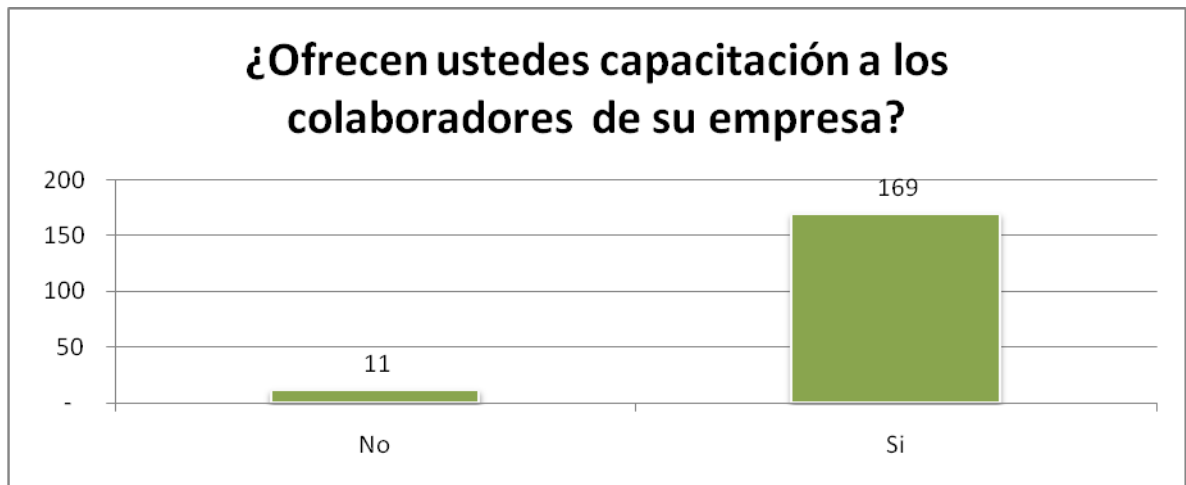
Así mismo, es de destacar el hecho de que en por lo menos el 45% de las empresas considera todas las áreas como importantes para capacitar a sus empleados.

**Tabla 11.** Capacitaciones de empresas a sus empleados

| ¿Ofrecen ustedes capacitación a los colaboradores de su empresa? | Cantidad   | Frecuencia  |
|--|------------|-------------|
| Si   | 169        | 93,91%      |
| No   | 11         | 6,09%       |
| <b>Total</b>   | <b>180</b> | <b>100%</b> |

**Fuente.** Los autores

**Figura 4.** Capacitaciones de empresas a sus empleados



**Fuente.** Los autores

**Tabla 12.** Por qué no ofrecen capacitaciones a los empleados de su empresa

| ¿Por qué no ofrecen capacitaciones al interior de su organización? | Cantidad  | Frecuencia  |
|--|-----------|-------------|
| Por tiempo   | 5         | 42,86%      |
| Por costo  | 3         | 28,57%      |
| No es necesario en su empresa                                      | 2         | 14,29%      |
| Otra   | 2         | 14,29%      |
| <b>Total</b>   | <b>11</b> | <b>100%</b> |

**Fuente.** Los autores

El 93,91% de las empresas ofrece capacitaciones a sus empleados y solo el 6,09% no ofrece capacitaciones a sus empleados. Del 6,09% de las empresas que dijeron no capacitar a sus funcionarios, el 42,86% dice no hacerlo por falta de

tiempo, el 28,57% no lo hace por el Costo que implica capacitar a sus empleados y el restante 28,58% no lo hace porque no lo considera necesario para su empresa o por otras razones.

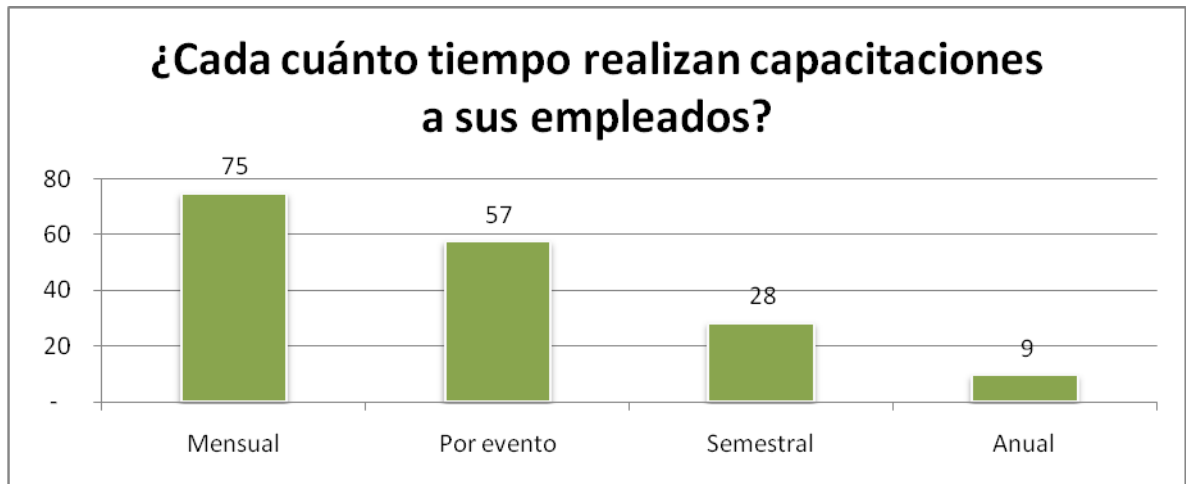
A través de esta información se detecta que, a pesar de que los departamentos de recursos humanos de las empresas consideran como *Necesaria* las capacitaciones, algunas no llevan a cabo procesos de capacitación debido a que actualmente no cuentan con sistemas y/o métodos de bajo costo y que se puedan impartir simultáneamente a un gran número de empleados, siendo estas dos las principales razones por las que, un porcentaje de empresas de Bucaramanga y su área metropolitana, llevar a cabo procesos de capacitación continuos son una necesidad no satisfecha.

**Tabla 13.** Periodos de capacitación a empleados

| ¿Cada cuánto tiempo realizan capacitaciones a sus empleados? | Cantidad   | Frecuencia  |
|--|------------|-------------|
| Mensual  | 75         | 44,00%      |
| Por evento   | 57         | 33,84%      |
| Semestral  | 28         | 16,62%      |
| Anual  | 9          | 5,54%       |
| <b>Total</b>   | <b>169</b> | <b>100%</b> |

Fuente. Los autores

**Figura 5.** Periodos de capacitación a empleados



Fuente. Los autores

**Tabla 14.** Frecuencia de capacitación

| ¿Con qué frecuencia capacitan a sus empleados? | Una vez   | Dos veces | Cuatro veces | Más de cuatro veces | Total      |
|--|-----------|-----------|--------------|---------------------|------------|
| Mensual  | 22        | 22        | 8            | 23                  | 75         |
| Por evento                                     | 6         | 19        | 8            | 24                  | 57         |
| Semestral                                      | 4         | 17        | 2            | 5                   | 28         |
| Anual  | 3         | 3         | 1            | 2                   | 9          |
| <b>Total</b>                                   | <b>35</b> | <b>61</b> | <b>19</b>    | <b>54</b>           | <b>169</b> |

Fuente. Los autores

El 44% de las empresas que capacitan a sus funcionarios lo hacen mensualmente, el 33,84% lo hacen Por Evento (Con la implementación de un nuevo sistema de información, la compra de una máquina para procesos de producción, una certificación en curso, entre otras) y semestral o anualmente el restante 22,16%.

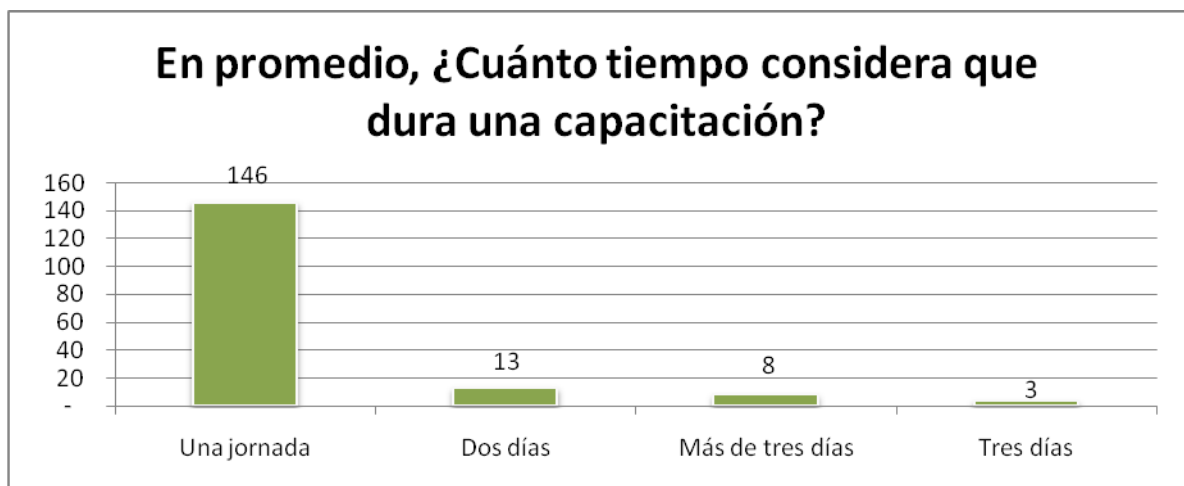
En la Tabla 7 se observa que las capacitaciones son impartidas con una alta frecuencia a los empleados de las empresas. Las capacitaciones no son ofrecidas siempre al mismo grupo de empleados, normalmente estas se organizan por áreas dentro de la empresa como se ve especialmente en la fila Mensual. Esto es acorde a los resultados tabulados en la Tabla 3 donde las empresas expresaban la importancia de capacitar a sus empleados en todas las áreas.

**Tabla 15.** Duración promedio de las capacitaciones

| <b>En promedio, ¿Cuánto tiempo considera que dura una capacitación?</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Frecuencia</b> |
|---|-----------------|-------------------|
| <b>Una jornada</b>  | 146             | 86,11%            |
| <b>Dos días</b>   | 13              | 7,41%             |
| <b>Más de tres días</b>   | 8               | 4,63%             |
| <b>Tres días</b>  | 3               | 1,85%             |
| <b>Total</b>  | <b>169</b>      | <b>100%</b>       |

**Fuente.** Los autores

**Figura 6.** Duración promedio de las capacitaciones



**Fuente.** Los autores

El 86,11% de las empresas imparte capacitaciones que duran una jornada (Hasta 4 horas) el 7,41% de las empresas imparte capacitaciones con una duración de dos días y el restante 6,48% ofrece capacitaciones que duran tres o más días.

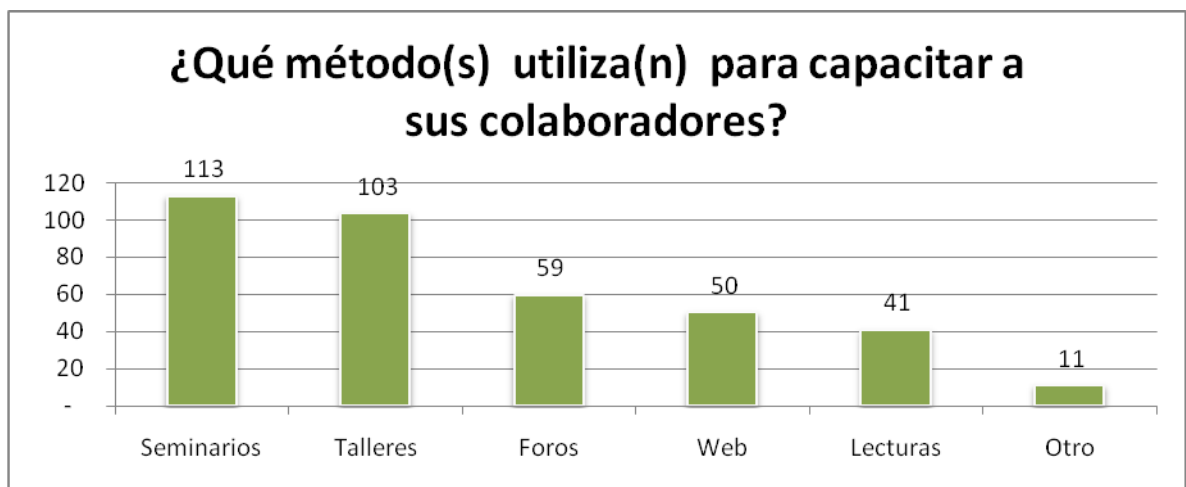
Al momento de obtener los requerimientos técnicos para el desarrollo de la herramienta, se debe tener en cuenta que en la mayoría de capacitaciones (86%) el tiempo que se asigna no son superiores a una jornada, por lo cual las actividades y características funcionales se deben adaptar a estos tiempos, con actividades que no superen estos tiempos.

**Tabla 16.** Métodos para capacitar a los empleados

| ¿Qué método(s) utiliza(n) para capacitar a sus colaboradores? | Cantidad | Frecuencia |
|---|----------|------------|
| Seminarios  | 113      | 66,67%     |
| Talleres  | 103      | 61,11%     |
| Foros   | 59       | 35,19%     |
| Web   | 50       | 29,63%     |
| Lecturas  | 41       | 24,07%     |
| Otro  | 11       | 6,48%      |

**Fuente.** Los autores

**Figura 7.** Métodos para capacitar a los empleados



**Fuente.** Los autores

Más del 60% de las empresas que capacitan a sus funcionarios lo hacen mediante procesos tradicionales como Talleres y Seminarios. Seguido de Foros con un 35,19%. El 29,63% de las empresas lo hacen por medio de la web (Intranet de la empresa, Correo electrónico, Sitio web de la empresa, Sistemas de información) Las lecturas son las elegidas como medio de capacitación por el 24,07% de las empresas y el 6,48% de las empresas usan otros medios de capacitación.

Los resultados obtenidos son acordes con los resultados tabulados en la Tabla 8 donde el 86,11% de las empresas dice que el tiempo promedio de las

capacitaciones a sus empleados les toma aproximadamente una jornada. Teniendo en cuenta aspectos como costos, disponibilidad del conferencista, espacios para llevar a cabo seminarios, talleres y foros hacen que las capacitaciones se reduzcan a una jornada.

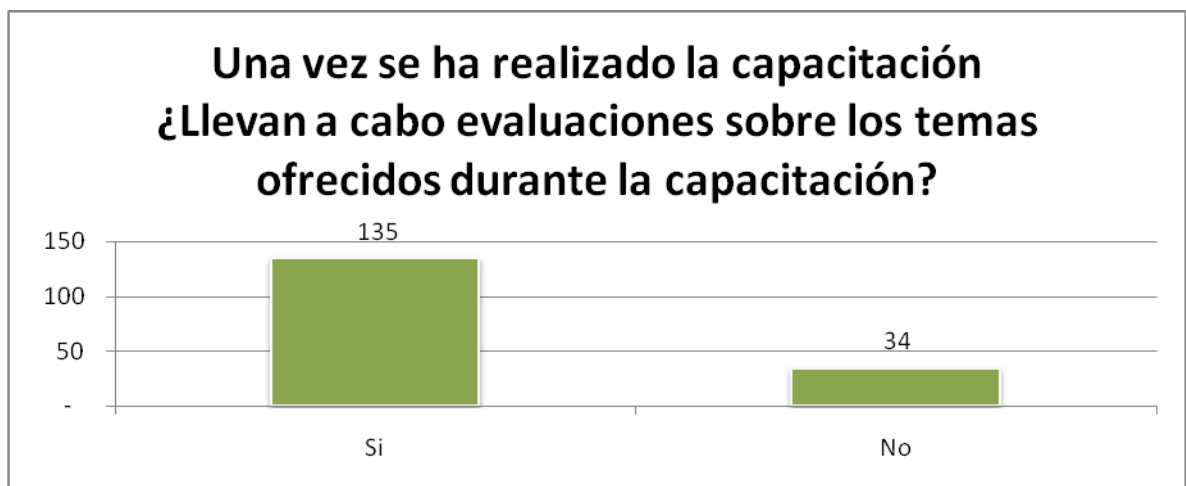
El uso de herramientas web como correo electrónico, lecturas por medios digitales, Intranet y demás sistemas de información empiezan a ganar terreno en el campo de la capacitación a empleados dentro de las empresas por lo cual se confirma que tanto las empresas como los empleados no son ajenos al uso de estas herramientas como medio de capacitación.

**Tabla 17.** Evaluación a los empleados

| Una vez se ha realizado la capacitación ¿Llevan a cabo evaluaciones sobre los temas ofrecidos durante la capacitación? | Cantidad   | Frecuencia     |
|--|------------|----------------|
| Si   | 135        | 79,63%         |
| No   | 34         | 20,37%         |
| <b>Total</b>   | <b>169</b> | <b>100,00%</b> |

**Fuente.** Los autores

**Figura 8.** Evaluación a los empleados



**Fuente.** Los autores

El 79,63% de las empresas lleva a cabo evaluaciones a sus empleados una vez han impartido capacitaciones a estos y el restante 20,37% no lo hace.

Este resultado demuestra que para las empresas es importante medir la efectividad y los resultados de las capacitaciones que las empresas ofrecen a sus empleados. Se debe tener especial cuidado con este resultado para una futura investigación al momento de plantear una herramienta de software ya que esta deberá contar con un módulo de evaluación sobre los resultados obtenidos una vez se ha capacitado al empleado.

**Tabla 18.** Satisfacción respecto a los resultados de las capacitaciones

| <b>Según las evaluaciones realizadas a los funcionarios capacitados ¿Qué tan satisfecho se siente con el proceso de capacitación ofrecido?</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Frecuencia</b> |
|--|-----------------|-------------------|
| <b>Satisfecho</b>  | 100             | 74,42%            |
| <b>Muy satisfecho</b>  | 30              | 22,09%            |
| <b>Poco satisfecho</b>   | 5               | 3,49%             |
| <b>Insatisfecho</b>  | -               | 0,00%             |
| <b>Total</b>   | <b>135</b>      | <b>100%</b>       |

Fuente. Los autores

El 74,42% de las empresas que evalúa a sus empleados manifiesta estar satisfecha con los resultados de las capacitaciones ofrecidas, el 22,09% dice estar Muy Satisfecha y el 3,49% está Poco Satisfecha con el proceso de capacitación ofrecido.

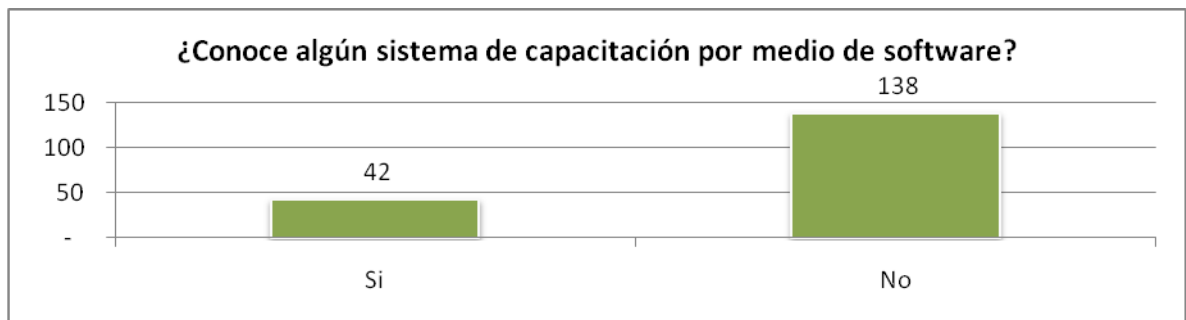
En este aspecto es importante tener en cuenta que la herramienta de software a desarrollar debe hacer que la gran mayoría (74,42% Satisfechos y 3,49% Poco satisfechos) pasen a un estado *Muy Satisfecho* sobre los resultados obtenidos de las evaluaciones hechas una vez han llevado a cabo procesos de capacitación a sus funcionarios.

**Tabla 11.** Conocimiento sobre software para capacitar

| ¿Conoce algún sistema de capacitación por medio de software? | Cantidad   | Frecuencia  |
|--|------------|-------------|
| No   | 138        | 76,52%      |
| Si   | 42         | 23,48%      |
| <b>Total</b>   | <b>180</b> | <b>100%</b> |

Fuente. Los autores

**Figura 9.** Conocimiento sobre software para capacitar



Fuente. Los autores

**Tabla 20.** Conocimiento sobre software para capacitar

| ¿Cuál software de capacitación conoce? | Cantidad  | Frecuencia  |
|--|-----------|-------------|
| SENA                                   | 11        | 26,46%      |
| ARP SURA                               | 8         | 19,25%      |
| NO SABE EL NOMBRE                      | 8         | 19,25%      |
| OTRAS RESPUESTAS                       | 7         | 16,84%      |
| NO LO CONOCE                           | 6         | 14,44%      |
| UNITIMES                               | 2         | 3,77%       |
| <b>Total</b>                           | <b>42</b> | <b>100%</b> |

Fuente. Los autores

El 76,52% de las empresas desconocen por lo menos un sistema de capacitación por medio de software. El 23,48% manifiesta conocerlo.

Es importante resaltar el desconocimiento generalizado de las empresas sobre los sistemas de capacitación por medio de software y por lo tanto sus ventajas frente a los procesos tradicionales de capacitación como Seminarios, Talleres y Foros.

De las empresas que conocen software para capacitar a empleados, el 26,46% está familiarizado con el sistema del SENA, el 19,25% con el sistema de ARP SURA, el 3,77% con UNITIMES y el 50,53% se agrupan en quienes no saben el nombre del sistema, no lo conocen, o nombran otros sistemas.

En cuanto a la oferta de los actuales sistemas de información, se evidencia un desconocimiento sobre sistemas de información que orienten su funcionalidad hacia la capacitación de personal. Se ha identificado a Blackboard (SENA) como la herramienta con la que los encuestados están más familiarizados. Hay un desconocimiento total de herramientas específicas como WebCT, Virtual-U, Top Class dentro de las herramientas comerciales, y ATutor, ILIAS, Moodle dentro de las herramientas de software libre. Frente a desarrollos a la medida por empresas locales de desarrollo de software no se ha identificado penetración significativa.

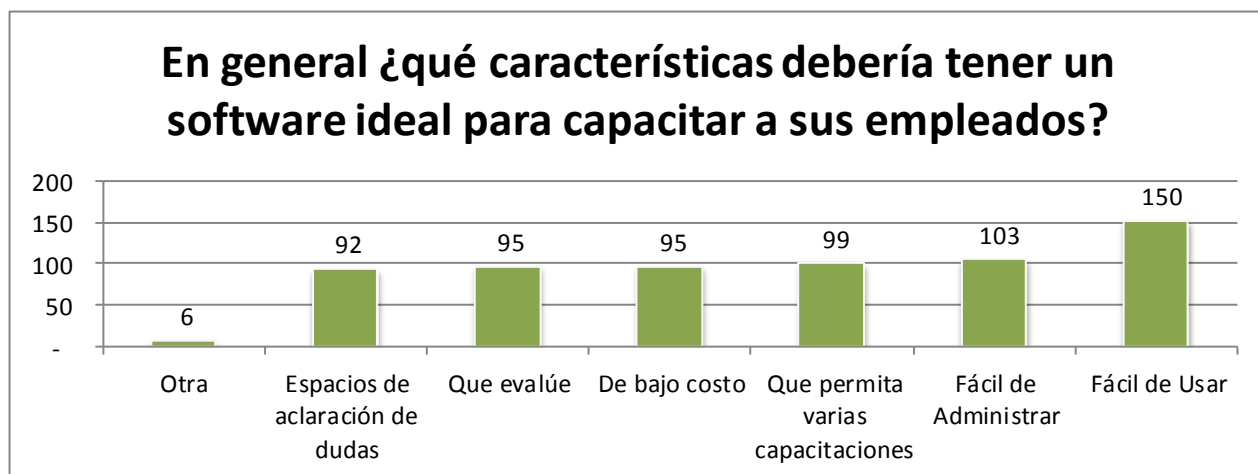
Teniendo en cuenta que el mayor porcentaje de las empresas conocen el sistema del SENA y el de ARP SURA se debe hacer una investigación sobre estos dos, prestando especial atención al comportamiento de la plataforma, características y la aceptación que esta tiene frente a los empleados para tener en cuenta estos aspectos al momento del desarrollo de una herramienta de software web de capacitación a empleados, todo dentro del marco de una investigación de tipo Concluyente.

**Tabla 21.** Características importantes de un software para capacitar a empleados

| <b>En general ¿qué características debería tener un software ideal para capacitar a sus empleados?</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Frecuencia</b> |
|--|-----------------|-------------------|
| Otra   | 6               | 3,48%             |
| Espacios de aclaración de dudas  | 92              | 51,30%            |
| Que evalúe   | 95              | 53,04%            |
| De bajo costo  | 95              | 53,04%            |
| Que permita varias capacitaciones  | 99              | 54,78%            |
| Fácil de Administrar   | 103             | 57,39%            |
| Fácil de Usar  | 150             | 83,48%            |
| <b>Total</b>   | <b>180</b>      | <b>100%</b>       |

Fuente. Los autores

**Figura 10.** Características importantes de un software para capacitar a empleados



Fuente. Los autores

La facilidad de uso con el 83,48% y la facilidad para administrar la herramienta con el 57,39% son los dos aspectos más relevantes para las empresas en cuanto a qué características debe tener un software ideal para capacitar a sus empleados.

Un sistema que permita capacitaciones simultáneas, que sea de bajo costo, que tenga espacios para evaluar a los funcionarios que se han capacitado y espacios de aclaración de dudas, hacen parte de los requerimientos de las empresas sobre lo que consideran un software ideal para capacitar a sus empleados, a esta

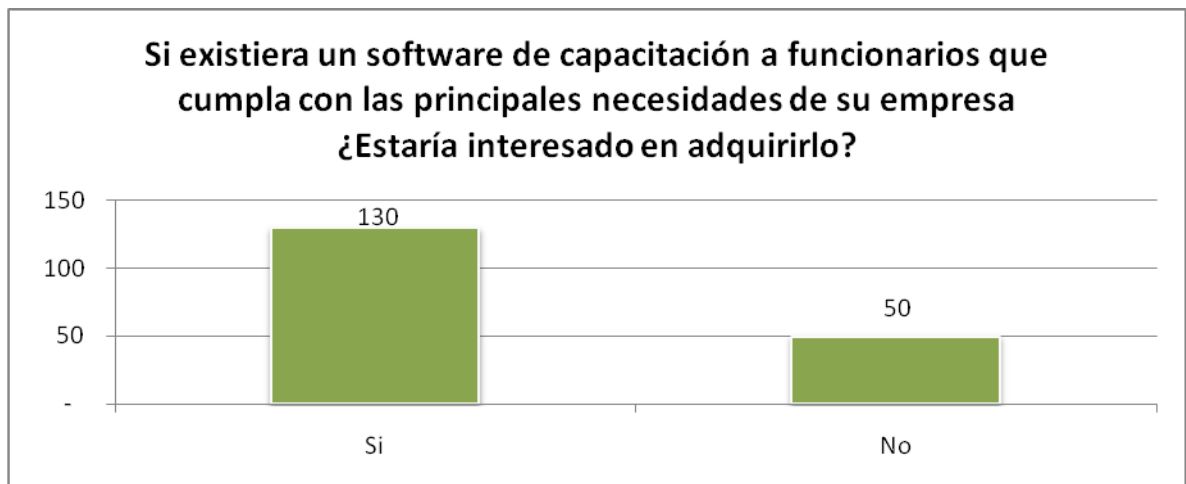
conclusión se llega dado que más del 50% de los encuestados manifiesta que estas características son las que debería tener un software de capacitación a empleados.

**Tabla 22.** Intención de compra de software para capacitar a funcionarios

| Si existiera un software de capacitación a funcionarios que cumpla con las principales necesidades de su empresa ¿Estaría interesado en adquirirlo? | Cantidad   | Frecuencia  |
|---|------------|-------------|
| Si  | 130        | 72,17%      |
| No  | 50         | 27,83%      |
| <b>Total</b>  | <b>180</b> | <b>100%</b> |

Fuente. Los autores

**Figura 11.** Intención de compra de software para capacitar a funcionarios



Fuente. Los autores

El 72,17% de las empresas están interesadas en adquirir un software de capacitación a empleados siempre y cuando este cumpla con las necesidades de la empresa, y el 27,83% de las empresas no están interesadas en un software de capacitación.

Esta es una cifra inicial altamente significativa puesto que el porcentaje de empresas que manifiesta intención de compra es de más del 70% de los encuestados.

No se debe descartar el 27,83% ya que sobre este segmento del mercado se debe diseñar una estrategia para compartir las ventajas del software como herramienta para capacitar a los funcionarios y convertir este mercado como potenciales interesados.

**Tabla 23.** ¿Qué empresas estarían dispuestas a adquirir un software que se adapte a sus necesidades?

| ¿Qué empresas estarían dispuestas a adquirir un software que se adapte a sus necesidades? | Interesados | Porcentaje del total |
|---|-------------|----------------------|
| Construcción  | 5           | 53,24%               |
| Transporte y almacenamiento   | 6           | 50,00%               |
| Actividades de asistencia a la salud humana y asistencia social                           | 7           | 89,44%               |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca  | 9           | 54,55%               |
| Industria manufacturera   | 13          | 80,00%               |
| Comercio al por mayor y al por menor  | 11          | 70,28%               |
| Actividades de servicios administrativos y de apoyo                                       | 28          | 90,00%               |
| Otros   | 51          | 72,41%               |
| <b>Total</b>  | <b>130</b>  | <b>*</b>             |

**Fuente.** Los autores

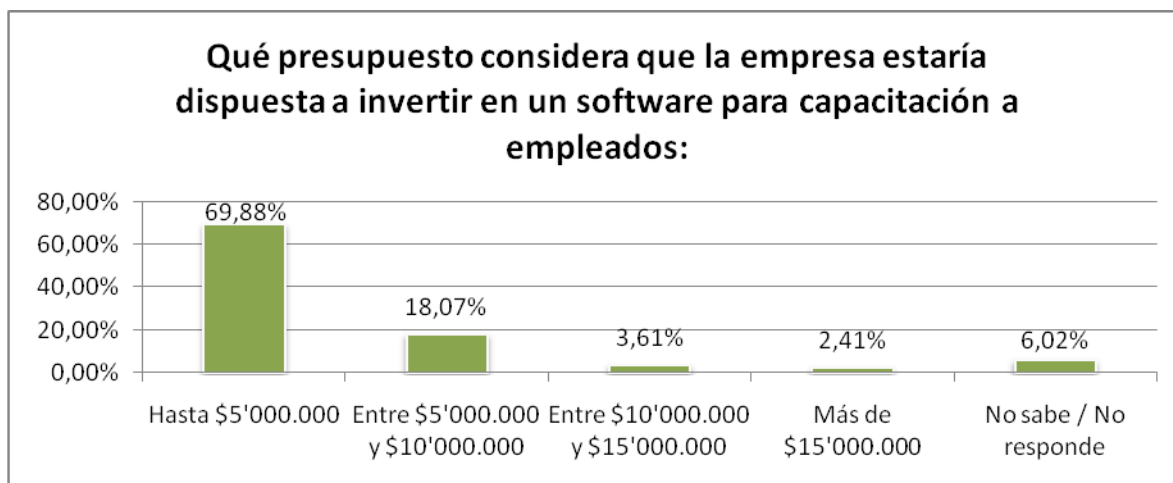
También se ha identificado que el mayor porcentaje, con respecto a la cantidad de empresa de la muestra objeto de estudio, de empresas son las del sector económico de “*Actividades de servicios administrativos y de apoyo*” ya que el 90% de las empresas que pertenecen a este sector estarían dispuestas a implementar un software siempre y cuando este se adapte a sus necesidades. Le siguen la *Industria Manufacturera*, el *Comercio al por mayor y al por menor* y la *Agricultura ganadería, silvicultura y pesca* con el 80%, 70,28% y el 54,55% respectivamente.

**Tabla 24.** Presupuesto a invertir en un software de capacitación a funcionarios

| <b>Qué presupuesto considera que la empresa estaría dispuesta a invertir en un software para capacitación a empleados:</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Frecuencia</b> |
|--|-----------------|-------------------|
| Hasta \$5'000.000  | 91              | 69,88%            |
| Entre \$5'000.000 y \$10'000.000   | 23              | 18,07%            |
| Entre \$10'000.000 y \$15'000.000  | 5               | 3,61%             |
| Más de \$15'000.000  | 3               | 2,41%             |
| No sabe / No responde  | 8               | 6,02%             |
| <b>Total</b>   | <b>130</b>      | <b>100%</b>       |

Fuente. Los autores

**Figura 12.** Presupuesto a invertir en un software de capacitación a funcionarios



Fuente. Los autores

El 69,88% de los interesados apoyarían la compra de un software de capacitación a funcionarios siempre y cuando este cumpla con las necesidades de la empresa y su precio no sea superior a cinco millones de pesos (\$5'000.000). El 18,07% estaría dispuesto a respaldar la compra de un software para capacitar a funcionarios si este tiene un valor entre cinco millones y diez millones de pesos (\$5'000.000 – \$10'000.000) el 6,02% estaría dispuesto a invertir más de diez millones de pesos (\$10'000.000) y el restante 6,02% de los encuestados se

abstuvo a responder a esta pregunta pese a que se manifestaron estar interesados en una herramienta de software de estas características.

Es de resaltar que varios de los encuestados manifestaron estar dispuestos a hasta cinco millones por un “Software Básico” o de “Introducción”. Así mismo, otros encuestados manifestaron estar dispuestos a invertir esta cantidad de dinero en un software como complemento a los actuales procesos de capacitación que imparten las empresas.

## CONCLUSIONES

En el total de las empresas objeto de estudio reconocen los procesos de capacitación como *Importantes* o *Muy Importantes*, por lo tanto, existe un conocimiento por parte de las empresas de la importancia, ventajas y beneficios de llevar a cabo continuos procesos de capacitación a sus empleados.

Las empresas del área metropolitana de Bucaramanga (AMB) se interesan por capacitar a sus empleados en áreas como Seguridad, Tecnología, Formación Básica, Contabilidad y Desarrollo de Jefes, por lo cual, los procesos de capacitación de interés para las empresas del AMB abarcan desde áreas operativas hasta áreas administrativas de las empresas.

El tiempo y los costos en los cuales incurren las empresas son las principales razones para que estas no lleven a cabo procesos de capacitación dirigidos a sus empleados.

El 93,91% de las empresas realiza procesos continuos de capacitación a funcionarios usando métodos tradicionales como conferencias y talleres, ninguna usa sistemas de capacitación por medio de software, desconociendo las ventajas y beneficios que estos aportan como complemento a los actuales métodos de capacitación o como único método de capacitación.

Existe, de parte de los empleados de las empresas del AMB, la cultura de capacitarse a través de medios virtuales, por lo cual, la adaptación a un software de capacitación no tendrá un impacto negativo en los empleados de las empresas que decidan implementarlo. Así mismo, el envío de lecturas e información por medios electrónicos como correo empiezan a tener relevancia dentro de los actuales métodos de capacitación desde las empresas hacia sus empleados.

Las capacitaciones a empleados son procesos permanentes al interior de las empresas. Los recursos en tiempo y dinero que se invierten en estos procesos son considerables teniendo en cuenta que estos se desarrollan, en su mayoría, con una periodicidad mensual usando métodos tradicionales de capacitación.

Evaluar a los empleados una vez han participado en los procesos de capacitación es una parte importante para el 79,23% de las empresas, principalmente porque esto compromete un poco más al empleado que recibe la capacitación como a la empresa en torno a la mejora continua de los procesos de capacitación.

Existe un desconocimiento generalizado por parte de las empresas del AMB sobre procesos de capacitación por medio de software, de sus ventajas y beneficios al ser usado como complemento a los actuales procesos de capacitación o como medio único de capacitación.

La facilidad de uso y administración son las principales características que una empresa tendría en cuenta al momento de elegir un software de capacitar a sus empleados. Aspectos como capacitaciones simultáneas para diversas áreas de la empresa, bajo costo, módulo de evaluación y espacios de aclaración de dudas son aspectos considerados como relevantes en un software de capacitación teniendo en cuenta que más del 50% de las empresas considera estas características como importantes.

El 72,17% de las empresas manifiesta tener una intención de compra de un software de capacitación a funcionarios siempre y cuando este se adapte a las necesidades de su empresa evidenciando un interés en adquirir productos y servicios que contribuyan con el mejoramiento continuo de los procesos de capacitación dirigidos a sus empleados.

El presupuesto que las empresas estarían dispuestas a invertir en un software de capacitación a funcionarios varía de acuerdo a las características funcionales que

este tenga, y del aporte favorable que este sistema haga a los procesos de capacitación que lleve a cabo la empresa.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa wCreators S.A.S. tener en cuenta la información obtenida a través de esta Investigación Exploratoria como base para adelantar una Investigación Concluyente.

Llevar a cabo un estudio sobre las plataformas tecnológicas y los requerimientos técnicos de las empresas para tomar una decisión sobre las características técnicas del software de capacitación a implementar.

En el mercado existe ciertas herramientas de software libre<sup>15</sup> orientadas a la educación virtual que se adapta a las necesidades generales de la empresas; Este se debe tener en cuenta antes de tomar una decisión frente a la implementación de un software totalmente nuevo o la adaptación de dicho software a las necesidades particulares de cada empresa.

Teniendo en cuenta los resultados sobre *¿Qué presupuesto considera que la empresa estaría dispuesta a invertir en un software para capacitación a empleados?* Se debe tener como posibilidad que la herramienta a implementar sea modular y, por tanto, de acuerdo a la cantidad de módulos que esta contenga se establezca un costo que se adapte al presupuesto asignado por cada empresa.

---

<sup>15</sup> Software que se puede leer, modificar y redistribuir gratuitamente

## BIBLIOGRAFÍA

AVILA, Patricia y BOSCO, Diana. Ambientes Virtuales de Aprendizaje una Nueva Experiencia. Trabajo presentado en el "20th. International Council for Open and Distance Education" 1-5 Abril 2001, Düsseldorf, Germany.

CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, Sistema de Información Compite 360, disponible en web <http://www.compitem360.com>

D. A. Olaniyan, Lucas. B. Ojo, Staff Training and Development: A Vital Tool for Organisational Effectiveness, European Journal of Scientific Research, ISSN 1450-216X Vol.24 No.3 (2008), pp.326-331, 2008 Disponible en <http://bit.ly/RSKINb>

DIEGO FERNANDO PUENTES PUENTES, FREDDY ÁLVAREZ SIERRA, Estudio de Mercados para la apertura de la especialización en Gerencia de Negocios Internacionales, Monografía, Especialización en Alta Gerencia, UIS, 2008

HOLLY BURKETT, PHILLIPS, JACK, Ph.D. The Business Value of e-Learning, 2007 - 2008. Disponible en <http://bit.ly/V6EioH>

JOANNE KAATTARI, Guide To Effective Technologies & Tools For Providing Online Staff Development & Training, Community Literacy of Ontario 2011, Disponible en <http://bit.ly/TOb1st>

MALHOTRA, NARESH K., INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Quinta edición, PEARSON EDUCACIÓN, México, 2008

MANUEL JOSÉ ÁLVAREZ, Material de Cátedra, Investigación de Mercados, Especialización en Evaluación y Gerencia de Proyectos, 2012

PHILIP KOTLER, el súper gurú del marketing, Teresa Serra Rexach, Disponible en web en <http://bit.ly/13diTk1>, Visitado en Enero 19 de 2013

SAAVEDRA, ALBA LUCIA. Diseño e implementación de ambientes virtuales de aprendizaje a través de la construcción de un curso virtual En la asignatura de química para estudiantes de grado 11 de la institución educativa José Asunción Silva municipio de Palmira, corregimiento La Torre. 2011

SCOTT BRUM, What Impact Does Training Have On Employee Commitment And Employee Turnover? Estados Unidos, University of Rhode Island, 2007. Disponible en <http://bit.ly/WmBWHi>

YANG XIAO, The Importance Of Staff Training In The Hotel Industry, VAASAN UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Finlandia, 2010, Disponible en <http://bit.ly/XnbUlp>

YOLY ESPERANZA PÉREZ TORRADO, MARTHA JULIANA PROBST ARDILA, Estudio de mercados para identificar nuevos nichos de mercado por la empresa Travel & Business LTDA., Monografía, Especialización en Gerencia Estratégica de Marketing, UIS, 2008

# ANEXOS

## INFORMACION GENERAL

Nombre de la organización: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Barrio: \_\_\_\_\_

Nombre Contacto: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_

## ENCUESTA

1. Considera Ud. que las capacitaciones para los colaboradores de las organizaciones son:

|              |          |            |                   |
|--------------|----------|------------|-------------------|
| a. EXCELENTE | b. BUENA | c. REGULAR | d. MALA ¿POR QUÉ? |
|--------------|----------|------------|-------------------|

2. ¿En cuáles áreas considera que es importante ofrecer capacitaciones a los empleados?

|              |                        |                 |               |
|--------------|------------------------|-----------------|---------------|
| a. Inducción | b. Formación Básica    | c. Contabilidad | d. Tecnología |
| e. Seguridad | f. Desarrollo de Jefes | g. Otra ¿Cuál?  |               |

3. ¿Brindan ustedes capacitación a los colaboradores de su empresa?

|       |       |
|-------|-------|
| a. SI | b. NO |
|-------|-------|

**(SI LA RESPUESTA ES "SI" POR FAVOR PASE A LA PREGUNTA 4)**

3.1. ¿Por qué?

|                |           |                              |         |
|----------------|-----------|------------------------------|---------|
| a. Presupuesto | b. Tiempo | c. No lo considera necesario | d. Otro |
|----------------|-----------|------------------------------|---------|

**(POR FAVOR CONTINÚE EN LA PREGUNTA 7)**

4. ¿Cada cuánto tiempo realizan capacitaciones a sus empleados?

|                             |            |              |          |
|-----------------------------|------------|--------------|----------|
| a. Por Evento <sup>16</sup> | b. Mensual | c. Semestral | d. Anual |
|-----------------------------|------------|--------------|----------|

<sup>16</sup> Ej.: Al ingresar; Si hay un proceso de certificación de calidad; Al adquirir un nuevo sistema o actualizarlo.

4.1. Con qué frecuencia

|            |              |                 |          |
|------------|--------------|-----------------|----------|
| a. Una vez | b. Dos veces | c. Cuatro Veces | d. Otra: |
|------------|--------------|-----------------|----------|

4.2. En promedio, ¿Cuánto tiempo considera que dura una capacitación?

|              |           |              |                |
|--------------|-----------|--------------|----------------|
| a. Dos horas | b. Un día | c. Tres días | d. Otra ¿Cuál? |
|--------------|-----------|--------------|----------------|

5. ¿Qué método(s) utiliza(n) para capacitar a sus colaboradores?

|               |          |             |             |        |                |
|---------------|----------|-------------|-------------|--------|----------------|
| a. Seminarios | b. Foros | c. Lecturas | d. Talleres | e. Web | f. Otro ¿Cuál? |
|---------------|----------|-------------|-------------|--------|----------------|

6. Una vez se ha realizado la capacitación ¿Llevar a cabo evaluaciones sobre los temas ofrecidos durante la capacitación? **(SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA PASE A LA PREGUNTA 6)**

|       |       |
|-------|-------|
| a. Si | b. No |
|-------|-------|

6.1. Según las evaluaciones realizadas a los funcionarios capacitados ¿Qué tan satisfecho se siente con el proceso de capacitación ofrecido?

|                   |               |                    |                    |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------------|
| a. Muy Satisfecho | b. Satisfecho | c. Poco Satisfecho | d. Nada Satisfecho |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------------|

7. ¿Conoce algún sistema de capacitación por medio de software?

|              |       |
|--------------|-------|
| a. SI ¿CUÁL? | b. NO |
|--------------|-------|

8. En general ¿qué características debería tener un software ideal para capacitar a sus empleados?

|                                    |                                      |                         |                |
|------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------|----------------|
| a. Fácil de Usar                   | b. De acceso Inmediato               | c. Fácil de administrar | d. Que evalúe  |
| e. Espacios de aclaración de dudas | f. Que permita varias capacitaciones | g. De bajo costo        | h. Otra ¿Cuál? |

9. Si existiera un software de capacitación a funcionarios que cumpla con las principales necesidades de su empresa ¿Estaría interesado en adquirirlo?

|    |               |
|----|---------------|
| SI | NO. ¿POR QUÉ? |
|----|---------------|

10. A nivel personal ¿qué le gustaría que incluyera el software?

- a. \_\_\_\_\_
- b. \_\_\_\_\_
- c. \_\_\_\_\_

11. Qué presupuesto considera que la empresa estaría dispuesta a invertir en un software para capacitación a empleados:

|                      |                                     |                       |                        |
|----------------------|-------------------------------------|-----------------------|------------------------|
| a. Hasta \$5'000.000 | b. Entre \$5'000.000 y \$10'000.000 | c. Hasta \$15'000.000 | d. Más de \$15'000.000 |
|----------------------|-------------------------------------|-----------------------|------------------------|

¡MUCHAS GRACIAS!