

**INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL  
CAMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA**

**YULY PAOLA JAIMES VERA  
1094268432**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
PAMPLONA  
2018**

**INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL  
CAMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA**

**YULY PAOLA JAIMES VERA**

**1094268432**

**Informe presentado como requisito final para optar al título de  
Administradora de Empresas**

**Supervisor de Práctica**

**Álvaro Parada Carvajal**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
PAMPLONA  
2018**

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	6
ABSTRACT .....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
1.1 RESEÑA HISTORICA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA.....	9
1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS .....	10
1.2.1 Misión.....	10
1.2.2 Visión .....	10
1.2.3 Valores .....	10
1.2.4 Principios.....	11
1.3 DIAGNOSTICO .....	11
1.4 DESCRIPCION AREA DE TRABAJO.....	16
1.5 FUNCIONES COMO PASANTE .....	16
1.6 ESTRUCTURACION DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	17
1.6.1 Titulo .....	17
1.6.2 Objetivos .....	18
1.6.3 Justificación.....	18
1.6.4 Cronograma .....	21
2. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO .....	22
2.1 TITULO DE LA PROPUESTA.....	22
CONCLUSIONES .....	51
RECOMENDACIONES.....	52
ALCANCES .....	53
BIBLIOGRAFIA.....	54

## LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1 Porcentaje .....	12
Grafica 2 Informalidad por sectores.....	14
Grafica 3 Diagnostico .....	37

## Lista de tablas

Tabla 1 Tipo de estudio .....	15
Tabla 2 Cronograma de actividades.....	21

## RESUMEN

El desarrollo económico se asimila a la noción de "crecimiento" con "cambio estructural", es decir, cambios o diferencias cualitativas y cuantitativas que se reflejarán no solo en las mejoras del ingreso per cápita y la productividad, sino también en cambios de actitudes y valoraciones, en una reasignación sectorial efectiva de los recursos y en una conservación más adecuada de la naturaleza y el medio ambiente. Bajo esta nueva visión, el proceso de desarrollo surge "desde abajo" en la búsqueda de una reducción de la dependencia de gobiernos y agentes económicos del exterior; sin embargo, la intervención es necesaria porque el mercado solo no es suficiente para asegurar el surgimiento del talento local, la creación de empresas competitivas y la supervivencia en un mercado globalizado.

Por otro lado, el desarrollo de empresarios y nuevas empresas se ha convertido en un objetivo central para acelerar el progreso económico y social de las regiones; Un enfoque de aceptación universal asegura que el crecimiento de la economía depende en gran parte de la producción de más y mejores bienes y servicios; y dado que los recursos suelen ser inferiores a las necesidades, es necesario aplicar procesos racionales de uso de factores que garanticen el mejor uso de los mismos.

Es común encontrar en el sistema económico nacional que un gran número de micro, pequeños y medianos emprendedores inicien sus negocios de manera empírica, es decir, sin un conocimiento básico de cómo iniciar y administrar un negocio, razón por la cual muchos de ellos fallan en el corto plazo.

Es necesario y vale la pena enfatizar que mientras los empresarios tengan un plan de capacitación, capacitación y acompañamiento adecuado de cómo comenzar, administrar y consolidar sus negocios, tendrán mayores posibilidades de éxito en la gestión de sus negocios o emprendimientos.

## **ABSTRACT**

The economic development is assimilated to the notion of "growth" with "structural change", that is to say, changes or qualitative and quantitative differences that will be reflected not only in the improvements of per capita income and productivity, but also in changes of attitudes and valuations, in an effective sectoral reallocation of resources and in a more adequate conservation of nature and the environment. Under this new vision, the development process arises "from below" in the search for a reduction of the dependence of governments and economic agents from abroad; however, the intervention is necessary because the market alone is insufficient to ensure the emergence of local talent, the creation of competitive companies and survival in a globalized market.

On the other hand, the development of entrepreneurs and new companies has become a central objective to accelerate the economic and social progress of the regions; A universal acceptance approach ensures that the growth of the economy depends in large part on the production of more and better goods and services; and given that the resources are usually lower than the needs, it is necessary to apply rational processes of using factors that guarantee the best use of them.

It is common to find in the national economic system that a large number of micro, small and medium entrepreneurs start their businesses in an empirical way, that is, without basic knowledge of how to start and manage a business, which is why many of them fail in the short term.

It is necessary and worth emphasizing that as long as entrepreneurs have a plan of training, training and adequate accompaniment of how to start, manage and consolidate their business, they will have a greater chance of success in managing their business or ventures.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico se asimila a la noción de “crecimiento” con “cambio estructural”, es decir, a cambios o diferencias cualitativas y cuantitativas que se reflejarán no sólo en las mejoras de la renta per cápita y de la productividad, sino también en cambios de actitudes y valoraciones, en una eficaz reasignación sectorial de los recursos y en una más adecuada conservación de la naturaleza y del medio ambiente. Bajo esta nueva visión, el proceso de desarrollo surge “desde abajo” en la búsqueda de una reducción de la dependencia de los gobiernos y agentes económicos del exterior, sin embargo la intervención es necesaria porque el mercado por sí sólo es insuficiente para asegurar el surgimiento de talentos locales, la creación de empresas competitivas y la supervivencia en un mercado globalizado.

Por otro lado el desarrollo de emprendedores y nuevas empresas se ha convertido en un objetivo central para acelerar el progreso económico y social de las regiones; un planteamiento de aceptación universal asegura que el crecimiento de la economía depende en gran parte de la producción de más y mejores bienes y servicios; y dado que los recursos suelen ser inferiores a las necesidades, se precisa aplicar procesos racionales de utilización de factores que garanticen el mejor aprovechamiento de los mismos.

Es frecuente encontrar en el sistema económico nacional que una gran cantidad de micros, pequeños y medianos empresarios inician sus negocios en forma empírica, es decir, sin conocimientos básicos de cómo iniciar y administrar un negocio, razón por la cual, muchos de ellos fracasan en el corto plazo.

Es necesario y vale la pena resaltar que en la medida en que los empresarios cuenten un con un plan de capacitación, formación y acompañamiento adecuado de cómo iniciar, administrar y consolidar su empresa, tendrán una mayor probabilidad de éxito en la gestión de sus negocios.



## PRIMER INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### 1.1 RESEÑA HISTORICA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA

Gracias a la Iniciativa de los Comerciantes y a la Gestión realizada por el empresario Carlos Eladio Mantilla, el 10 de marzo de 1943, mediante **decreto No. 518**, fue creada la Cámara de Comercio de Pamplona, en aquel entonces la Presidencia de la República bajo el mandato del doctor Alfonso López Pumarejo y el doctor Santiago Rivas Camacho, como ministro de la Economía Nacional.

La Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Pamplona, fue establecida por medio del decreto 74 de 1976, Artículo 27, la cual comprende los municipios de Pamplona, Bochalema, Chitagá, Cácuta, Labateca, Mutíscua, Pamplonita, Silos y Toledo, en el Departamento Norte de Santander.

Desde entonces y a lo largo de 70 años hemos sido líderes en la Región, con un alto compromiso y sentido de pertenencia contribuyendo al desarrollo del Sector comercial y empresarial a lo largo y ancho de nuestra Región.

Conscientes de los constantes cambios, hemos enfocado todos nuestros esfuerzos, implementando procesos de mejoramiento continuo que nos permitan conocer e identificar las necesidades y expectativas de nuestros comerciantes, fortaleciendo nuestros nexos y permitiendo una proyección nacional e internacional. Por lo anterior en el Año 2008 bajo el Liderazgo de la Junta Directiva Presidida por el Sr. Rubén Darío Cañas Rojas y bajo la Dirección del Ing. Carlos Humberto Solano Espinosa se inauguró la Nueva Sede al Servicio del Sector Comercial de la Jurisdicción.

## **1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS**

### **1.2.1 Misión**

Somos una organización privada, gremial, Sin Ánimo de Lucro, depositaria de fe pública, dedicada a la prestación de servicios del Registro Único Empresarial y Social (RUES), la ejecución de programas y proyectos en beneficio del sector productivo y la generación de espacios de conciliación; siendo dinamizadores del desarrollo integral de nuestra región.

### **1.2.2 Visión**

Para el año 2020 seremos reconocidos como la Organización gremial líder en el desarrollo integral de nuestra región, mediante el acompañamiento de proyectos que impacten al sector empresarial; enmarcados en una política de modernización de los servicios registrales, el mejoramiento continuo y una cultura organizacional de calidad.

### **1.2.3 Valores**

Son las creencias y la cultura de la organización que apoyan el desarrollo de la misión y el cumplimiento de la visión.

- Lealtad
- Responsabilidad
- Integridad
- Amabilidad
- Ética

- Participación
- Honestidad

#### **1.2.4 Principios**

- Trabajo En Equipo: interrelación del talento humano en desarrollo de los procesos de la entidad.
- Mejoramiento Continuo: Aplicar la actualización permanente de los procesos en pro de lograr la excelencia en el servicio.
- Talento Humano: Formación y motivación permanente e integral del talento humano para ser más competitivos.
- Buena FE: Mantener la credibilidad y obrar con transparencia en el desarrollo de nuestras funciones.
- Igualdad Y Respeto: Fortalecer la Institución fomentando el respeto por la persona humana y brindando igualdad de oportunidades.

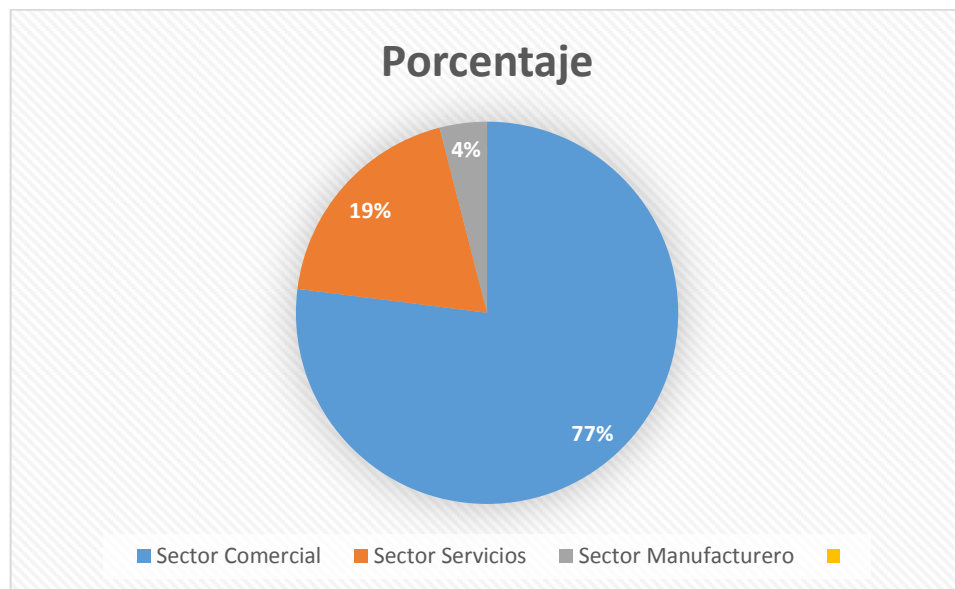
### **1.3 DIAGNOSTICO**

Tradicionalmente Pamplona se ha constituido como el centro histórico de la provincia, su dinámica económica a pesar de no ser tan fuerte y competitiva le ha permitido destacarse a nivel regional. En algún momento de su historia tuvo un desarrollo económico fuerte para la época, en diversos sectores: con lo que fue el Banco de Pamplona, la Molinera de Herrán y la Cervecería Bavaria. En este último siglo han predominado otra serie de actividades que se han convertido en el pilar y el eje representativo de nuestra comunidad; dichas actividades se desarrollan a partir de la educación, el turismo, la gastronomía y como comercializador de insumos básicos a los municipios aledaños que conforman la provincia de

Pamplona los cuales son: Pamplonita, Chitagá, Silos y Mutíscua, municipios de tradición agrícola.

Dadas las características y demás actividades con la que se mueve la economía Pamplonesa, el sector terciario es el más desarrollado en el Municipio, principalmente el comercio, pues además de suplir a los municipios vecinos, suministra bienes a la población en general, ya que supera los 57.803 habitantes en la cabecera municipal, según la proyección del DANE para el año 2015.

En la actualidad según datos del Censo Económico de la Cámara de Comercio de Pamplona junto con el Centro de Desarrollo Empresarial, el principal sector de la actividad económica de la ciudad de Pamplona, se encuentra representada por el sector comercial, con un 77% (633 negocios); seguido del Sector Servicios con un 19% (497 negocios) y el sector manufacturero con un 4% (36 negocios).



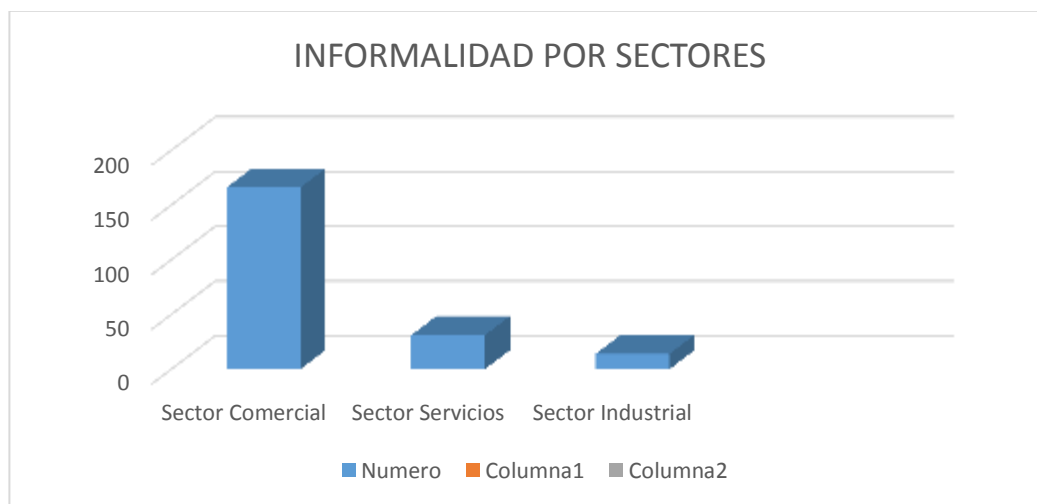
**Grafica 1 Porcentaje**

Las industrias existentes se caracterizan por su condición micro empresarial derivada del poco capital invertido, la baja capacidad productiva, la poca acumulación del capital y predomina la producción “artesanal”. En promedio el sector manufacturero solo ocupa 2.3 empleados por unidad productiva y muchos de ellos hacen parte de la economía informal ya que del sector solo el 20% tienen licencia de funcionamiento y los contratos laborales no cumplen con los requisitos de salario mínimo.

El municipio de Pamplona tiene más del 90% de su población en la cabecera municipal, lo cual permite que una parte de su actividad económica se mueva al rededor del sector de los servicios que responden a las necesidades de la población estudiantil y la restante que labora, además de instituciones educativas, en entidades financieras y estatales. Este sector de la economía se caracteriza por tener periodos estacionarios según lo mencionado por los comerciantes, debido al calendario académico del sector educativo, el cual es el eje dinamizador del Municipio.

Siguiendo el parámetro de los sectores económicos otro que se destaca a nivel local es el sector secundario, la Cámara de Comercio de Pamplona cuenta con la información correspondiente a la totalidad de establecimientos inscritos por actividad económica que indican la estructura de la actividad productiva y comercial correspondiente al sector del municipio de Pamplona y su participación en la economía local; Dentro de este mismo contexto la industria alimenticia: embutidos, panaderías, dulcerías, derivados lácteos, entre otros; tiene una considerable participación de aproximadamente un 63,9% del total del sector dentro del municipio; se encuentra dentro de este contexto la producción manufacturera, componiéndose de actividades como: la elaboración de prendas de vestir, de cueros, ornamentación, maderas, editoriales e imprentas y demás.

El comercio tradicional de Pamplona está compuesto por empresas en su totalidad microempresas, con bajos niveles de incorporación tecnológica y desventaja ante la negociación individual en los mercados nacionales. Actualmente este tipo de comercio representa el 62% en Colombia; en Pamplona representa un 70%, sin embargo, aporta el 37% del empleo total, sin alcanzar a contratar más de dos personas por establecimiento.



**Grafica 2 Informalidad por sectores**

Entre la problemática de productividad en el sector comercial se destaca que un 79% ejerce su actividad desde la informalidad, seguidamente encontramos al sector de servicios con un 15% equivalente a (31) empresas y del sector industrial con un 6% equivalente a (14) empresas, que no están registradas y constituidas legalmente puesto que no cumplen con la normativa vigente por Confecámaras e industria comercio, industria y turismo para funcionar en el país.

Esta informalidad empresarial que no solo se puede analizar desde el punto de vista de no matriculados sino también de la cantidad de vendedores ambulantes

de los cuales no se puede determinar un número exacto se ha convertido en una amenaza fuerte dentro el contexto socio-económico de la población pamplonesa.

Por otro parte en cuanto a la formalidad solo el 60% de los establecimientos funcionan en locales adecuados para este fin, el otro 40% realiza su actividad comercial en su lugar de residencia; la gran mayoría, el 91% realiza las ventas que se realizan son a nivel local, tan solo el 2% realiza sus ventas a nivel nacional.

TIPO DE ESTUDIO	NUMERO
Formación técnica, tecnológica, profesional.	268
Formación primaria	851
Ningún tipo de formación	46
<b>TOTAL</b>	<b>1166</b>

**Tabla 1 Tipo de estudio**

Tan solo el 23% del personal que es propietario y administra los establecimientos de comercio tienen formación técnica, tecnológica y profesional, el 73% solo tienen formación primaria y un 4% no tienen ningún tipo de formación; el uso de elementos tecnológicos es deficiente, el 46% de los establecimientos no tienen ningún equipo de comunicación o cómputo y del 54% restante, tan solo el 17% cuenta con un computador como herramienta tecnológica en el desarrollo de su actividad productiva.

La ciudad de Pamplona es una ciudad estudiantil lo cual indica que parte de su economía gira en torno a ello y su industria se enfoca a satisfacer la demanda de miles de estudiantes en cuanto a servicios de vivienda, recreación y alimentación.

Esta condición de ciudad estudiantil y por las condiciones geográficas fronteriza ha generado que Pamplona se convierta en un eje de la economía tanto formal como informal; dentro de este contexto es importante consolidar el concepto clave de formalidad empresarial que permite conocer la visualización de las empresas para el Estado, otros empresarios y otras entidades. La visibilidad frente al Estado no es sólo por aspectos tributarios, sino también para ser beneficiario de políticas que contribuyan al mejoramiento de los negocios, el acceso a líneas de crédito especiales, apoyo técnico, capacitación y estudios de mercado; por otro lado la informalidad se presenta cuando no desempeña una actividad económica legal, porque no cumplen con los requisitos exigidos por el Estado y no desarrollan buenas.

#### **1.4 DESCRIPCION AREA DE TRABAJO**

El área de trabajo asignada es denominada: **Promoción y Desarrollo Empresarial** oficina en la cual se coordinan actividades que van encaminadas al desarrollo socioeconómico de la región a través de las diferentes actividades de investigación, información comercial, recopilación de información económica y fortalecer la imagen de la Cámara de Comercio de Pamplona como motor económico, social y cultural del municipio.

#### **1.5 FUNCIONES COMO PASANTE**

Las funciones generales de un pasante para esta área de Promoción y Desarrollo son de apoyo a:

- Planeación, desarrollo, ejecución y control de todas las actividades de Promoción y Desarrollo de la Cámara de Comercio.
- Programación de capacitaciones y seminarios para empresarios y comunidad en los temas que se requieran.



- Organización de ferias y eventos comerciales, tanto locales como regionales.
- Ofrecer el servicio de material de consulta al público en general y atender a los directivos, afiliados, empresarios y demás personas que se dirijan a solicitar información.
- Entregar información de las actividades gestionadas por el departamento de la presidencia ejecutiva.
- Asistir y representar a la Cámara de Comercio en reuniones y eventos realizados con las funciones y objetivos del Departamento de Promoción y Desarrollo, cuando se delegue.
- Asesorar a los empresarios interesados en participar en eventos feriales realizados dentro y fuera de la región.
- Atender el programa de afiliados de la entidad.
- Las demás que se le sean asignadas por la presidencia ejecutiva y que este relacionadas con este departamento.

## **1.6 ESTRUCTURACION DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO**

### **1.6.1 Titulo**

PLAN DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA LOS AFILIADOS A LA CAMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA, QUE LES PERMITA POTENCIAR SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA

## **1.6.2 OBJETIVOS**

### **1.6.2.1 Objetivo General**

Identificar los conocimientos y competencias que debe desarrollar un microempresario para poder determinar un plan de formación para los afiliados de la Cámara de Comercio que les permita potenciar su actividad económica.

### **1.6.2.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las habilidades y estrategias que le permitan al empresario tener una empresa de éxito.
- Conocer y analizar los factores que no han permitido de una u otra manera generar un mejoramiento empresarial
- Diseñar el plan de capacitación y formación para microempresarios que les permita contar con las herramientas y habilidades necesarias para aprender y mejorar su productividad económica.

### **1.6.3 Justificación**

En los últimos años se ha notado un crecimiento micro empresarial muy significativo, pero de manera empírica y un poco desordenada, lo que ha generado que su economía sea inestable e informal. Las causas por las cuales no existe un mejoramiento estructural y económico de las microempresas, es la carencia de habilidades, conocimientos administrativos y financieros.

Es importante analizar que la mayoría de los empresarios surgen a partir de una necesidad clara y en su defecto para solventar algunas de las situaciones que los aquejan; es por esto que al iniciar con su negocio no se revisan factores importantes que pueden trascender con el paso a paso de la construcción de la misma, como los son dinero, infraestructura y una de los puntos más importantes como lo es la mentalidad de empresario para sobrellevar cualquier eventualidad que puede surgir en esta construcción, desarrollo y avance de la idea de negocio.

Estudios recientes (Ampudia, 2008; Martínez, 2004 y Mungaray, 2002) centran su atención en la microempresa como potencial instrumento del desarrollo. Estos autores justifican que la microempresa puede convertirse en parte de la estrategia de desarrollo y crecimiento de las regiones, dada su capacidad para generar empleo y riqueza. A partir de ello, el diseño de políticas territoriales ha tenido el objetivo de impactar en las organizaciones micro empresariales. Sin embargo, las políticas tienden a ser de corto alcance, al no responder a las verdaderas necesidades del sector y con ello no reflejar los resultados implícitamente esperados. Se trata de políticas focalizadas desde las instituciones (reconociendo a la microempresa como estrategia de desarrollo social ó económico) y no hacia el sector mismo (clasificándola a partir de sus características y necesidades).

Considero que si se conocen los factores que inciden en el fracaso o éxito de los negocios, se podrán tomar medidas preventivas y correctivas para lograr que la economía de la región se fortalezca con una actividad empresarial sólida y competitiva que genere empleo a la clase trabajadora. Que las personas que cuenten con los recursos, ideas o proyectos empresariales puedan llevar a cabo sus emprendimientos con conocimiento de causa, esto es, con conocimientos del mercado, la competencia y en general, que cuenten con la capacitación o

formación empresarial necesaria que les permita tener éxito en sus empresas, que sean proyectos a mediano y largo plazo y no a corto plazo.

Por todo lo anterior se puede concluir que algunos emprendimientos no crecen porque les falta tan sólo esa orientación, ese leve impulso que probablemente les haga superar sus momentos de crisis tan naturales a presentarse en el ciclo de vida de cualquier empresa, y que sobre todo, tengan respuestas tangibles que les haga solidificarse financieramente y económicamente.

### 1.6.4 CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Inscripción práctica empresarial					
Entrega de cartas (Cámara de Comercio- Universidad de Pamplona)					
Presentación e Inducción del área de trabajo					
Diagnóstico del área de trabajo y de ambiente de trabajo					
Semana Santa					
Entrega del Primer Informe					
Revisión y Corrección					
Análisis del entorno Empresarial Microempresario					
Entrega segundo Informe					
Revisión y Corrección					
Análisis y Estudio de los principales programas de capacitación Microempresarial					
Diseño del programa de capacitación y formación para los microempresarios					
Entrega último informe					
Correcciones					
Sustentación					

Tabla 2 Cronograma de actividades

## **2. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO**

### **2.1 TITULO DE LA PROPUESTA**

PLAN DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA LOS AFILIADOS A LA CAMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA, QUE LES PERMITA POTENCIAR SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA.

### **CONTEXTO ECONOMICO**

Pamplona se encuentra ubicado sobre la cordillera central al Nororiente de Colombia y es uno de los 40 municipios del Departamento Norte de Santander. Su localización geográfica hacia el suroccidente del departamento es de 07°22'41" de latitud Norte y 72°39'09" de longitud Oeste. El municipio de Pamplona pertenece a la Región Sur-occidente del Departamento junto con los municipios de Pamplonita, Chitagá, Silos, Cácuta y Mutíscua.

Durante la vigencia 2016 se relacionan 2500 matrículas en el Registro Mercantil de personas naturales y 139 de personas jurídicas, frente a 2435 y 127 de las mismas categorías, presentadas durante el 2015 lo que refleja un incremento en la participación del 132% en las matriculas de personas naturales y 148% de personas jurídicas. Las matrículas de establecimientos de comercio incremento la participación logrando un 148% en comparación a la vigencia anterior llegando a 2293 establecimientos.

El movimiento del registro mercantil de la Cámara de Comercio de Pamplona se conforma de tres aspectos principales matrículas, renovaciones y cancelaciones. Dentro de este grupo, las empresas matriculadas son un importante indicador que refleja una consolidación de la estructura empresarial de la ciudad y región. De

esta manera, es importante mencionar que durante el periodo de enero – diciembre / 2016 se han creado 463 nuevas matrículas de personas naturales y 40 de personas jurídicas

Pamplona por estar ubicada en la zona suroccidental del departamento de Norte de Santander, con una economía basada principalmente en el comercio gastronómico, la educación y el turismo religioso; uno de los apelativos que recibe, el de ser ciudad mitrada se debe a que la Ciudad, es sede de la Arquidiócesis de Nueva Pamplona y Ciudad estudiantil porque tiene su sede principal la Universidad de Pamplona y otras instituciones de educación básica y universitaria.

Con sus características de infraestructura colonial, presentes en su centro histórico, ofrece unas condiciones especiales para desarrollar e impulsar el turismo en diferentes áreas.

Es importante examinar que el municipio de Pamplona a pesar de contar con una alta gama de belleza turística, con una tierra bastante productiva y con unas bases económicas generadoras de desarrollo, no se pueda convertir en el eje primordial del departamento, se ha podido analizar que en los últimos años el municipio se ha mantenido en una economía muy lineal donde solo se ve la diferencia en eventos como la Semana Santa o las Ferias de Independencia.

La pregunta dentro de este contexto se daría a través de analizar el ¿Porque los empresarios de la ciudad no llevan sus negocios al siguiente nivel?

Resaltar el éxito empresarial puede ser algo subjetivo si se analiza desde una forma empírica, se podría determinar que una empresa es exitosa cuando alcanza una meta propuesta o cuando dentro de una base de datos de las mejores empresas encabeza la lista; sin embargo diversos autores enfocan el éxito de las empresas hacia los resultados financieros de estas o a la capacidad de generar rentabilidad entre otros.

Es clave generar un plan que permita en primera instancia mostrar los entes y conocimientos que pueden permitir que el microempresario surja en la economía, tomando como punta de ancla la Cámara de Comercio de Pamplona quien no solo ofrece beneficios a los afiliados sino también sirve como mediador entre entidades a nivel nacional que impulsan la economía del país.

#### Desarrollo 1. Objetivo

Dentro de la temática de identificar las habilidades y estrategias que debe desarrollar un empresario para mantener y hacer crecer su negocio, se debe conocer muy bien los factores de éxito, en el artículo de (Vasquez, 2002), quien basado en conceptos de Robert Anthony y Ronald Daniel, así como de Alex Miller y Thompson y Stricklan propone una definición de este término como la unión de dos conceptos: Factores Clave de Éxito y Factores Generadores del Éxito; el primero indica que “Son todas aquellas características o atributos que el producto o servicio tienen que tener para llevar al cliente a tomar la decisión de compra” y el segundo concepto propone que “Son todos aquellos recursos y competencias tangibles e intangibles que deben estar a disposición de la empresa para poder crear una plataforma financiera, técnica y administrativa para diseñar, producir y mercadear un producto o servicio que cree ventaja competitiva sostenible para la empresa” (Vasquez, 2002) estos dos conceptos significarían entonces que para



que una empresa sea exitosa, su producto o servicio debe poseer unas características que lo hagan ser distinto a los demás, que lo hagan merecedor de ser seleccionado por los clientes, así mismo, la empresa para poder tener un producto competitivo, esta debe estar soportada técnica, financiera y administrativamente para el diseño, producción y mercadeo del producto. Es significativo tener presente los estudios realizados sobre los principales factores de éxito en las empresas que fueron enfocados en una investigación realizada por (Sánchez & Bañón, 2005) y los cuales los dividen en dos grandes grupos a analizar, desde un ambiente externo y un ambiente interno de la empresa, en el primer grupo se encuentran identificadas las variables que resultan del entorno de actuación de la empresa, es decir, por una parte las variables sociales, económicas, políticas y legales que afectan el funcionamiento de las empresas ubicadas en un determinado lugar y por otra parte las características estructurales que moldean el entorno sectorial bajo el cual se desarrolla la competencia entre empresas, en el segundo grupo están las variables propias de cada empresa, es decir los recursos físicos, técnicos, financieros, innovación y a las habilidades y conocimientos tecnológicos, organizativos, directivos entre otros.

Por otro lado en cuanto a los factores externos, se centran en los más relevantes y que podrían influir de manera importante en la actuación de los directivos, quienes a través de sus decisiones buscarían controlar dichos factores o minimizar el impacto que tendrían en determinadas circunstancias dentro del sector que se encuentran, por lo tanto los agrupan en factores externos relativos al entorno sectorial de la empresa, constituido por competidores, clientes y proveedores y los factores externos del nivel superior o macro entorno, refiriéndose a la demanda, las mejoras tecnológicas, la accesibilidad a créditos privados y el apoyo gubernamental. Es importante tener en cuenta también un estudio hecho por (Sen, B.A. & Taylor, R., 2007), donde analiza los factores críticos de éxito, para el caso de dos empresas A y B, basado en el método del factor crítico de éxito que

inicialmente planteó (Daniel, 1961) donde propone que, en tiempos de cambio y crecimiento, las empresas necesitan centrarse en la necesidad de tener información crítica relativa a los factores de éxito empresarial para alcanzar plenamente el control y la eficiencia de la gestión, este concepto fue desarrollado y popularizado por (Rockart, J.F., 1979), quien menciona que para cualquier negocio, el número limitado de áreas en las que los resultados, si son satisfactorios, se asegurará el desempeño competitivo de éxito para la organización; son áreas que deben recibir una atención constante y cuidadosa por parte de los administradores con el fin de supervisar el rendimiento.

El mundo en que vivimos y viviremos y el ambiente en el cual operarán las organizaciones no tienen precedentes. Aun cuando los elementos sean los mismos, el ritmo y la complejidad del cambio hacia nuevas formas, nuevas maneras de vivir y nuevos valores son de magnitud que no se había experimentado nunca. Cambios en el panorama político y nuevas relaciones entre el Primer Mundo y el Tercer Mundo están redefiniendo otra vez el mercado, los medios de producción y la ubicación de los Recursos Humanos, Financieros y Tecnológicos. La explosión de la tecnología en comunicaciones e informática ha creado sin duda un solo mundo en el cual las transacciones tardan un microsegundo y las noticias viajan tan velozmente como se producen. Los cambios que ha habido en todo el mundo en los valores sociales, tales como la preocupación por el ambiente y el papel de las organizaciones productoras de riqueza, todos ellos definen el ambiente en que funcionan las organizaciones. El mundo actual está siendo testigo de cambios irreversibles de gran magnitud. Estos cambios están redefiniendo las formas de trabajar e interactuar de las personas. De hecho, los cambios se suceden con tal rapidez que los líderes de las organizaciones privadas y públicas se muestran azorados ante la constante andanada de desafíos y oportunidades. La resolución efectiva de los desafíos

requiere nuevos métodos, nuevas habilidades, nuevas estructuras; en síntesis, requiere una nueva organización.

Existen innumerables estudios sobre las bases o los principales conceptos que debe desarrollar un empresario para que su empresa salga a flote y evolucione en el contexto económico; para esta ocasión ahondaremos ciertos temas claves que enmarcan el concepto clave de habilidades y estrategias que debe desarrollar el microempresario.

- Análisis de la información y uso de las tecnologías:

La revolución producida por la información ha tenido otro pilar clave, el conocimiento. Peter Drucker, uno de los más influyentes especialistas del mundo en gestión empresarial, ha acuñado el concepto del “saber” o “conocimiento” como nuevo recurso principal de la sociedad junto con la información y ha afirmado categóricamente que el “factor de producción” totalmente decisivo ha dejado de ser el capital o el suelo o la mano de obra; ahora es el saber. En lugar de capitalistas y proletarios, las clases de la sociedad pos capitalista son los trabajadores del saber y los trabajadores de los servicios. La sociedad del saber se apoya en la educación como motor central de la misma.

Marshall McLuhan, un sociólogo visionario, se anticipó a su tiempo afirmando que los adelantos de la informática y las telecomunicaciones convertirían el mundo en una Aldea Global. La nueva Sociedad de la Información, apoyada esencialmente en las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) se está construyendo sobre la base de las conocidas como Autopistas de la Información, término acuñado por Al Gore, ex Vicepresidente de Estados Unidos.

- Liderazgo

Entendiendo y analizando las responsabilidades que embarca el liderazgo, desarrollando enfoques alternativos para inspirar, influir y guiar a otros; aprendiendo habilidades tales como la realización de una evaluación de desempeño y la comunicación de realimentación crítica.

- Habilidades comunicacionales

La comunicación efectiva es una herramienta clave dentro los procesos de liderazgo, donde se desarrollaran ambientes de trabajo más interculturales y la necesidad de motivar a la fuerza laboral, así como de relacionarse efectivamente con los consumidores.

- Capacidad para tomar decisiones

Lo que diferencia a un empresario exitoso de un administrador o gerente, es que el empresario disfruta de la construcción de una nueva empresa más que de observar, analizar y describir una empresa existente. Por ello, estará obligado a tomar decisiones que le permitan constituir un equipo empresarial fundador, capaz de identificar, acumular, controlar y garantizar los recursos necesarios para el inicio y continuidad de la nueva empresa.

- Capacidad para tomar riesgos calculados

Un empresario exitoso se preocupa constantemente de reunir información que le permita tomar decisiones con el mayor grado de certidumbre posible. No arriesga su capital ni lo que tiene en ningún negocio que no haya analizado previamente. Sin embargo, tampoco se queda en la inacción sin tomar riesgos, sino que logra un equilibrio entre ambas opciones. No siempre se podrá contar con todas las

variables, de modo que las habilidades de toma de decisiones con insuficiente información y en entornos inestables serán muy apreciadas en la actualidad y en el futuro.

- Comprender los cambios en las tendencias de los consumidores

El cambio acelerado de los mercados está en parte influenciado por los cambios demográficos y los cambios comportamentales, una ventaja competitiva será la comprensión constante de las tendencias emergentes de los consumidores, especialmente la forma en que la era digital afecta su comportamiento y la propuesta de valor de la organización.

## Desarrollo 2. Objetivo

Dentro de los parámetros para conocer y analizar los factores que no les permiten a los microempresarios potenciar sus actividades productivas; revisaremos algunas teorías de expertos que nos permitan comparar y estudiar estos puntos de vista y poder comprender de una manera más clara este tipo de causas que afectan las microempresas.

Es importante revisar la trayectoria que han tenido las microempresas con el paso de los años; algunos autores consideran que el surgimiento de las microempresas mucho más que definirlo como un “origen”, es el resultado de una gran crisis económica y también política que se ha vivido en la economía mundial en las últimas décadas.<sup>2</sup> (Uson, 2014) Las Microempresas tienen remotos antecedentes y muchas de ellas se puede considerar que iniciaron sus actividades como pequeños talleres artesanales y en algunos casos maquiladoras familiares y medianas empresas. En la década de los noventa las políticas económicas fueron todo menos acertadas y no produjeron el esperado desarrollo, en todo este

escenario sólo resultaron favorecidas las mediana y gran empresa, y por la otra parte se generó una grave situación de desempleo con el consiguiente endeudamiento del sector privado.<sup>3</sup> (Uson, 2014).

El desarrollo evolutivo del hombre tanto en su esfera individual, como en la grupal e institucional, tiene como causa fundamental a la educación. El grado y calidad con que a un niño, joven, aprendiz técnico y ejecutivo se le educa y aprende de la vida, de los valores y del trabajo sería la medida en que se convierta en un ser valioso para sí mismo y para la sociedad.

Russell Ackoff pionero de la investigación de operaciones, del pensamiento sistémico y de las ciencia administrativa, quien siempre se consideró un “presentólogo” y no un “futurólogo”, sería el indicado para realizar tal reflexión sobre el presente de la educación empresarial, no obstante, desde los veintidós años ha ejercido como profesor universitario. En el 2005, en un discurso ante los estudiantes y la facultad de la escuela de negocios de la Universidad Hull de Inglaterra (discurso que luego se publicara como artículo), Ackoff cerró con la siguiente frase:

*“Las escuelas de negocios contribuyen más a la ineficiencia y los fracasos, que por lo que hacen para la supervivencia de la empresa”.* (Ackoff, 2005)

Su discurso titulado *“On Business Schools Alleged Education” (Sobre la Educación de las Escuelas de Negocios)* se convirtió en un llamado a las escuelas de negocios a reevaluar, ante todo, su “quehacer” educativo. Si Ackoff cerro de forma contundente el inicio de su discurso no quedaría atrás al expresar que el valor de

la educación en una escuela de negocios radica en que *“ofrece un boleto de admisión a un trabajo que ofrece la oportunidad de aprender lo que debería haberse aprendido en la escuela de negocios pero no fue así”* (Ackoff, 2005)

Con esta crítica se expone en palabras muy crudas la disparidad que puede existir entre lo que se enseña en el aula y lo que exige la industria. Las empresas constituyen el ambiente donde los graduados de las escuelas de negocio se desenvuelve acorde a lo aprendido en la academia, de modo que resulta natural que los reclutadores de talento humano y los mismos empresarios, muchas veces realicen mayores exigencias o planteen descontentos cuando existen brechas entre las competencias esperadas y el desempeño real de los graduados. La situación no es ajena al contexto colombiano donde ante la falta de credibilidad en las instituciones educativas, la empresa nacional prefiere recurrir a consultoría extranjera y reclutar extranjeros para su cuadro directivo (Fernandez, 2007).

Entonces, ¿en qué falla la educación empresarial? Ackoff (2005) cree que el “fracaso” de las escuelas de negocios radica en tres puntos: 1) Énfasis de la enseñanza sobre el aprendizaje, donde el mayor beneficiado es el docente que aprende, mientras que el estudiante no aprende a aprender; 2) Énfasis en la enseñanza de la organización, en cada parte de la misma como si fuera autónoma, mas no la organización como un conjunto o sistema, y; 3) se inculca una actitud hacia los errores: evitarlos en la medida de lo posible y en caso de cometerlos, evitar ser atrapado. Con relación a este último punto, si bien en su discurso no se hace mención, si hace referencia de forma implícita al ejercicio ético de la profesión.

### **Desarrollo 3. Objetivo**

La capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar o eliminar las brechas de conocimientos de los

directivos en una primera instancia, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño en la gerencia de sus emprendimientos.

La capacitación se estructura a través de programas. Plantea Chiavenato (2008), que un programa de capacitación es un proceso a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas obtienen conocimientos, aptitudes, y habilidades en función de objetivos definidos. El propio autor (Chiavenato, 2000), establece que su importancia reside en el alcance de los objetivos de la organización, proporciona oportunidades a los empleados de todos los niveles para obtener el conocimiento, la práctica y la conducta requeridos por la organización. En este sentido, la capacitación no es un gasto, sino una inversión cuyo retorno es bastante compensatorio para la organización.

El diseño de la capacitación debe enfocarse en, al menos, cuatro asuntos relacionados según Bohlander y Snell (2008):

1. **Objetivos instruccionales:** describen las habilidades o conocimientos que se han a adquirir y las actitudes que se van a cambiar.

2. **Disposición y motivación de los capacitados:** la disposición de los capacitados se refiere a sus factores de madurez y a su experiencia. Los capacitados prospectos deben ser analizados a fondo para determinar que tengan los antecedentes del conocimiento y las habilidades necesarias para absorber lo que les presentaran. La 9 motivación de los capacitados son las personas que son conscientes, orientadas a objetivos, autodisciplinadas y perseverantes es más



probable que perciban un vínculo entre el esfuerzo que realizan en la capacitación y el mayor desempeño en el puesto. Al enfocarse en los capacitados más que en los capacitador o en el tema de la capacitación, se puede crear un ambiente de capacitación que conduce al aprendizaje. Hay seis estrategias que pueden ser esenciales:

- Utilizar el refuerzo positivo
- Eliminar las amenazas y el castigo
- Ser flexible
- Hacer que los participantes se fijen metas personales
- Diseñar una instrucción interesante
- Analizar los obstáculos físicos y psicológicos para el aprendizaje.

3. Principios del aprendizaje: la capacitación tiene que construir un puente entre los empleados y la organización. Un paso importante en esta transición es considerar por completo los principios psicológicos del aprendizaje, es decir, las características de los programas de capacitación que ayuden a los empleados a entender el nuevo material, vinculado con su vida personal y aplicarlo de nuevo en el puesto.

4. Características de los instructores: el éxito de cualquier esfuerzo de capacitación dependerá en gran medida de las habilidades de enseñanza y de las

características personales de los responsables de dirigirla. A menudo un buen capacitador es quien realiza un poco más de esfuerzo o demuestra una preparación más instructiva. Sin embargo, en la capacitación también influye el modelo personal del capacitador y sus características:

- Conocimiento del tema
- Adaptabilidad
- Sinceridad
- Sentido del humor
- Interés
- Instrucciones claras
- Ayuda individual
- Entusiasmo

Los parámetros para organizar y colocar en marcha una capacitación son diversos el punto de vista de diferentes autores nos da a conocer que esta aplicación puede darse de manera virtual, presencial, tradicional, en fin. Resaltaremos algunas teorías de autores quienes explican la manera de realizar un entrenamiento que logre ahondar los temas claves que se necesitan para satisfacer la necesidad de la capacitación:

Las técnicas de entrenamiento según Maldonado (2006) pueden agruparse en tres categorías:

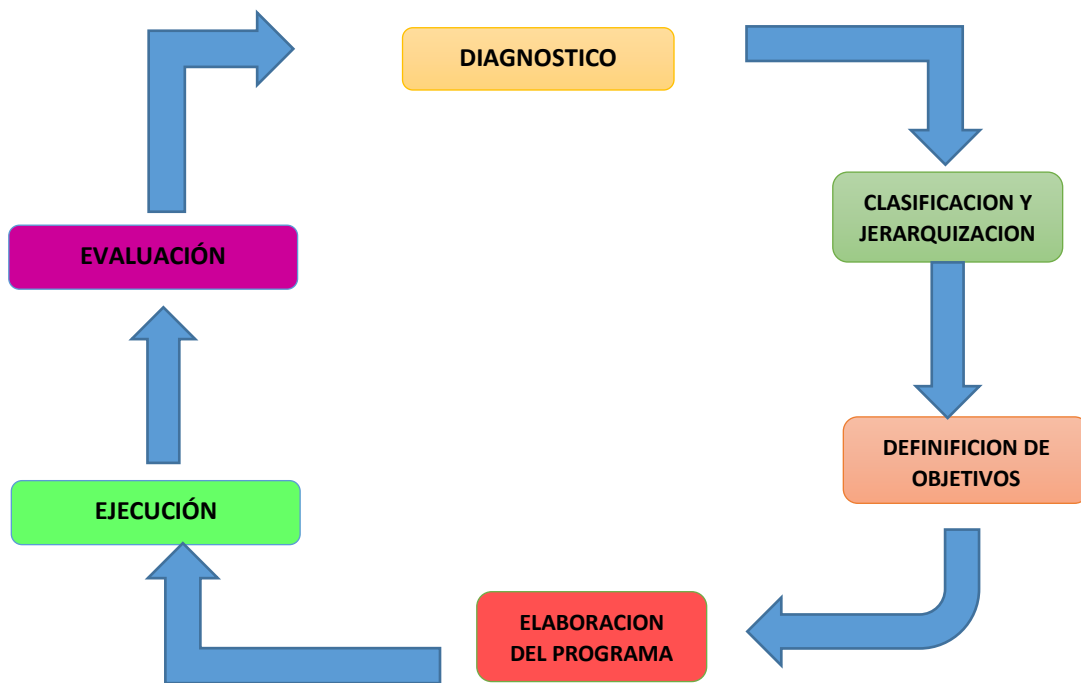
1. Técnicas de entrenamiento orientadas hacia el contenido: son diseñadas para la transmisión de conocimiento o información sustantiva sobre un nivel cognoscitivo.
2. Técnicas de entrenamiento orientadas al proceso: son diseñadas para cambiar actitudes, desarrollar conciencia de sí y de otros y desarrollar habilidades interpersonales.
3. Técnicas de entrenamiento mixto: con estas no solo se transmite información, sino también se trata de cambiar actitudes.

## **Métodos**

Según Mondy y Noé (2005) “sin importar si los programas son internos o se abastecen externamente, las empresas utilizan varios métodos para impartir conocimientos y habilidades a los gerentes y empleados”. Por lo que propone:

- Los programas para el aula siguen siendo eficaces para muchos tipos de capacitadores de empleados. Como podemos ver, la capacitación en el aula dirigida por un instructor es, con mucho, el método más popular.
- Mentoring (mentor) un enfoque para aconsejar y educar con el fin de crear una relación práctica para mejorar la carrera individual, así como el crecimiento y desarrollo personal y profesional.
- Coaching (entrenamiento) es considerado con frecuencia como una responsabilidad del jefe inmediato y proporciona ayuda de manera muy parecida a la de un mentor.

- Estudio de casos es un método de capacitación en el que se espera que los individuos estudian la información proporcionada en el caso y toman decisiones basadas en estas.
- Moldeando el comportamiento, un método de capacitación que utiliza videos para ilustrar habilidades interpersonales eficaces y muestra la forma en que los gerentes actúan en diversas situaciones.
- Representación de funciones, es un método de capacitación en el que los participantes deben responder a problemas específicos que pueden realmente encontrar en las situaciones diaria.
- Capacitación de aprendices es una combinación de instrucción en el aula y capacitación en el trabajo.
- Capacitación de vestíbulo es la que lleva a cabo fuera del área de producción con equipo muy semejante al que se usa realmente en el trabajo.
- Juego de negocios, simulaciones, computarizadas o no computarizadas, que intentan reproducir factores seleccionados en una situación de negocios particular que los participantes pueden manipular.
- Caja de trabajo es una simulación en la que se le pide al participante establecer prioridades y después manejar diversos documentos de negocios.
- Capacitación por computadora es un método de enseñanza que aprovecha la velocidad, la memoria y la capacidad de manipulación de datos de la computadora para una mayor flexibilidad de instrucción. Teniendo en cuenta los pasos del proceso de capacitación manejados en la guía para la elaboración de planes de capacitación (Grupo Pharos, 2015), se realizó una adaptación según los pasos encontrados en el sitio web [emprendepyme.net](http://emprendepyme.net).



**Grafica 3 Diagnostico**

Fuente: Autor. Adaptado de <http://www.ipap.sg.gba.gov.ar/sites/default/files/repositorio>

Se quiere tomar de una manera más dinámica y participativa las capacitaciones destinadas a los afiliados por lo tanto se realizará una ficha técnica que sirva de guía para generar el Plan de Formación Empresarial, a continuación se relacionan cada una de las fichas con los temas y actividades que se deseen realizar.



## FICHA TÉCNICA

<b>Curso</b>	<b>LIDERAZGO</b>
<b>Objetivos de Curso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquirir herramientas para mejorar habilidades en las relaciones interpersonales</li> <li>• Conocer las cualidades de un líder</li> <li>• Adquirir herramientas para gestionar eficazmente equipos de trabajo de alto rendimiento</li> <li>• Aprender nuevos modelos de comunicación</li> <li>• Conocer cómo influir positivamente sobre el grupo y resolver conflictos en forma creativa.</li> </ul>
<b>Contenido Temático</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilos de liderazgo</li> <li>• Competencias conversacionales: escucha, modalidad del habla, indagación y proposición.</li> <li>• Emociones y estados de ánimo</li> <li>• Modelos mentales. Paradigmas culturales. Enfoque único y enfoque múltiple. Diferencias generacionales. La confianza y su efecto en los sistemas.</li> <li>• Ejercicios prácticos y evaluaciones sobre la base de análisis de situaciones y casos en contextos laborales y profesionales</li> </ul>
<b>Expositor/Conferencista</b>	Especialista Externo en el tema
<b>Grupo Objetivo</b>	Administradores y Dueños de establecimientos
<b>Duración</b>	32 horas
<b>Lugar</b>	Por convenir
<b>Recepción de Solicitudes-Inscripción</b>	Se realiza aproximadamente dos semanas antes de iniciar el curso para tener claridad y el conteo completo de los que participaran. Por medio de una ficha de inscripción
<b>Información</b>	Oficina de Promoción y Desarrollo Carrera 5 #5-88 Centro

5682047-5680993



## FICHA TÉCNICA

<b>Curso</b>	<b>HABILIDADES COMUNICACIONALES</b>
<b>Objetivos de Curso</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ampliar los conocimientos, habilidades y técnicas de la comunicación.</li><li>• Dominar las claves de la comunicación verbal y no verbal para lograr nuestro objetivo. Ser capaz de convencer con nuestro discurso</li><li>• Tomar conciencia de la importancia que tiene hoy en día la fluidez de la comunicación para las empresas.</li><li>• Aprender estrategias de acción efectivas para conseguir el objetivo de la negociación.</li></ul>
<b>Contenido Temático</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La comunicación</li><li>• Desarrollo de habilidades para la mejora de la comunicación.</li><li>• Los comportamientos que influyen en la comunicación.</li><li>• La comunicación en el equipo de trabajo.</li></ul>
<b>Expositor/Conferencista</b>	Especialista Externo en el tema
<b>Grupo Objetivo</b>	Administradores y Dueños de establecimientos
<b>Duración</b>	24 horas
<b>Lugar</b>	Por convenir
<b>Recepción de Solicitudes-Inscripción</b>	Se realiza aproximadamente dos semanas antes de iniciar el curso para tener claridad y el conteo completo de los que participaran. Por medio de una ficha de inscripción
<b>Información</b>	Cámara de Comercio de Pamplona Oficina de Promoción y Desarrollo Carrera 5 #5-88 Centro 5682047-5680993



## FICHA TÉCNICA

<b>Curso</b>	<b>CAPACIDAD DE TOMAR DECISIONES</b>
<b>Objetivos de Curso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer, analizar y adquirir una metodología racional para identificar, analizar y solucionar problemas.</li> <li>• Descubrir la importancia de los mecanismos de toma de decisiones.</li> <li>• Analizar los problemas organizacionales, la toma de decisiones y como se asegura la marcha normal de los planes.</li> <li>• Analizar y conocer un conjunto básico de técnicas que pueden aplicarse en las diferentes etapas de un proceso eficaz en el análisis de problemas y la toma de decisiones.</li> <li>• Establecer un plan personal de mejora. Aplicar un enfoque racional de análisis de problemas y toma de decisiones en el desempeño cotidiano de su trabajo.</li> </ul>
<b>Contenido Temático</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitud ante la toma de decisiones</li> <li>• Valores individuales.</li> <li>• Valores de empresa.</li> <li>• Auto-diagnóstico del propio estilo de análisis de problemas y toma de decisiones.</li> <li>• Indicadores a tener en cuenta en la toma de decisiones</li> </ul> <p>La toma de decisiones; Decisión individual, decisión en grupo, entorno, gestión del tiempo en la toma de decisiones, gestionar la decisión, conclusiones y plan de acción individual</p>
<b>Expositor/Conferencista</b>	Especialista Externo en el tema
<b>Grupo Objetivo</b>	Administradores y Dueños de establecimientos
<b>Duración</b>	24 horas
<b>Lugar</b>	Por convenir
<b>Recepción de Solicitudes- Inscripción</b>	Se realiza aproximadamente dos semanas antes de iniciar el curso para tener claridad y el conteo completo de los que participaran. Por medio de una ficha de inscripción
<b>Información</b>	Cámara de Comercio de Pamplona Oficina de Promoción y Desarrollo Carrera 5 #5-88 Centro 5682047-5680993





## FICHA TÉCNICA

<b>Curso</b>	<b>CAPACIDAD DE TOMAR RIESGOS CALCULADOS</b>
<b>Objetivos de Curso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para evaluar riesgos.</li> <li>• Definir claramente cada alternativa</li> <li>• Recolectar toda la información pertinente.</li> <li>• Capacidad de reducir el riesgo cuando se pueda.</li> </ul>
<b>Contenido Temático</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por qué el riesgo es una herramienta de liderazgo</li> <li>• Evalúa tu capacidad de medir los riesgos</li> <li>• Guía a la organización a tomar riesgos</li> <li>• Ejercita las buenas conductas para asumir riesgos</li> <li>• El liderazgo y los riesgos</li> <li>• Conclusión de liderazgo y la capacidad de tomar riesgos</li> </ul>
<b>Expositor/Conferencista</b>	Especialista Externo en el tema
<b>Grupo Objetivo</b>	Administradores y Dueños de establecimientos
<b>Duración</b>	24 horas
<b>Lugar</b>	Por convenir
<b>Recepción de Solicitudes- Inscripción</b>	Se realiza aproximadamente dos semanas antes de iniciar el curso para tener claridad y el conteo completo de los que participaran. Por medio de una ficha de inscripción
<b>Información</b>	<p>Cámara de Comercio de Pamplona          Oficina de Promoción y Desarrollo          Carrera 5 #5-88 Centro          5682047-5680993</p>



## FICHA TÉCNICA

<b>Curso</b>	<b>COMPRENDER LOS CAMBIOS EN LAS TENDENCIAS DE LOS CONSUMIDORES</b>
<b>Objetivos de Curso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los factores de cambio en el consumo de los consumidores</li> <li>• Abordar de una manera estable las necesidades del consumidor</li> <li>• Promover nuevas tendencias que satisfagan al consumidor.</li> </ul>
<b>Contenido Temático</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento del consumidor y la disciplina del marketing</li> <li>• Impacto de las TIC'S</li> <li>• Nuevas formas de consume a través del internet.</li> </ul>
<b>Expositor/Conferencista</b>	Especialista Externo en el tema
<b>Grupo Objetivo</b>	Administradores y Dueños de establecimientos
<b>Duración</b>	24 horas
<b>Lugar</b>	Por convenir
<b>Recepción de Solicitudes- Inscripción</b>	Se realiza aproximadamente dos semanas antes de iniciar el curso para tener claridad y el conteo completo de los que participaran. Por medio de una ficha de inscripción
<b>Información</b>	Cámara de Comercio de Pamplona Oficina de Promoción y Desarrollo Carrera 5 #5-88 Centro 5682047-5680993

## BASE DE DATOS CAPACITADORES

### 1. Jean Claude Bessudo

*Conferencista y Presidente del Grupo Aviatur, organización líder en turismo. Seleccionado como el mejor Gerente del año en 2007 entre mil empresas.*

#### Áreas de Experiencia:



Marketing

Turismo

Emprendimiento

Management

Jean Claude Bessudo en Colombia y en otros países es sinónimo de éxito. Sin haberse graduado de una universidad fue seleccionado por Portafolio, medio económico colombiano, como el mejor Gerente en 2007 entre mil empresas. Nació en Niza en 1947, llegó a Colombia solo cuando tenía 13 años luego de la muerte de su papá y de que su mamá lo pusiera en un internado después de casarse nuevamente. Ingresó a estudiar en el Liceo Francés de donde se graduó para ingresar a estudiar Ingeniería Civil en la Universidad de los Andes. Sin embargo, solo duró seis meses y salió hacia Estados Unidos. En Nueva York comenzó a trabajar como mesero en Le Manoir un prestigioso restaurante francés y con muy buenos ingresos, logró coger camino para Bruselas ciudad en la que estudió matemáticas y se mantenía gracias a los aportes de su tío y a las ganancias que le daban las clases de diferentes disciplinas que dictaba y las poses desnudo que hacía en la Academia de Bellas Artes.

Regresa a Colombia a los 19 años casado y dispuesto a trabajar en lo que se presentara. Su tío, fundador de Aviatour fallece y su tía lo invita a trabajar como asistente en la empresa, la cual ha llevado la identidad de Bessudo desde hace 42 años y en la que creció hasta convertirse en dueño y Presidente.

Aviatour opera en el país con 300 agencias en varias ciudades, además ha diversificado su negocio en diferentes áreas como transporte de carga, logística, comercio internacional, seguros, hotelería, consultoría, servicios corporativos, educación no formal y hasta medicina.

Jean Claude es una figura y un conferencista especial en el mundo de los negocios. Fue presentador del programa El Aprendiz realizado por Caracol Televisión lo cual por supuesto aumentó su popularidad. Es un convencido de que la negociación no debe existir ya que la ve como la forma en que una persona trata de estafar a otra. Cree en la honestidad de decir las cosas como son y lo que valen, en que hay que contestar todas las llamadas y en que nunca hay que dejar nada pendiente.

Escribió el libro “Improvisación Estratégica”, en el cual plasma 40 años de experiencia en los negocios y algunos de sus principales planteamientos.

Daniel Buriticá Córdoba

*Empresario, innovador social y conferencista. Co-fundador de SUMAME.CO y fundador de la Red Colombiana de Jóvenes “Recojo”*

**Áreas de Experiencia:**



Emprendimiento  
Liderazgo  
Motivación  
Innovación  
Responsabilidad  
Social

Representó en la junta directiva de International Association for Volunteer Efforts “IAVE, a los jóvenes voluntarios del mundo, además consolido el consejo colombiano de voluntariado colaborativo y en los periodos 2010-2012, fue embajador de Colombia en la primera convención global para jóvenes líderes, One Young World.

Actualmente, es catalogado como uno de los conferencistas internacionales jóvenes más destacados del país, invitado a participar en TedxBogotá y TedxYouth, Buriticá ha estado en más de 18 países y 34 ciudades, contagiando a la juventud acerca de la responsabilidad social.

La labor realizada por Daniel ha sido resaltada por diversos medios nacionales e internaciones, fue elegido por la revista Shock, la Cámara Internacional Junior como uno de los quince jóvenes visionarios de Colombia y escogido por Revista Semana como uno de los menores de 30 años con las mentes más brillantes en la categoría innovación social.

Daniel Buriticá es ingeniero industrial de la Universidad Javeriana, estudió Inglés y francés en Rochelle, Francia y Vancouver, Canadá. Realizó una especialización en la Universidad de Notre Dame en Estados Unidos, de estudios sociales, políticos y económicos avanzados, donde le fue otorgada la mención Cum Laude por su destacado desempeño.

## 1. Pablo Claver

Reconocido conferencista, experto en felicidad laboral, liderazgo, innovación y emprendimiento. Director General del Grupo Demos Colombia.

### Áreas de Experiencia:



Emprendimiento

Felicidad

Factor Humano

Marketing

Comenzando su exitosa carrera, como emprendedor, desde los nueve años, Pablo Claver, antes de sus treinta, logró, construir 16 empresas en países de América, África y Europa; y venderlas a una multinacional francesa, antes de su cumpleaños número cuarenta. Pablo, madrileño de nacimiento y apasionado por la felicidad laboral, cuenta hoy, con más de 15 años de experiencia como conferencista internacional, es un galardonado empresario y autor de diversas obras en el campo del emprendimiento y la gestión de personas.

Este conferencista, es licenciado en Marketing y Gestión Comercial del Business & Marketing School – ESIC; obtuvo un posgrado en Dirección de Empresas de la escuela de negocios de la Universidad de Navarra y recibió en España, el premio Aster como mejor emprendedor del 2005. Ha liderado, con rotundo éxito, equipos de más de quinientas personas a lo largo de su trayectoria profesional e imparte, al año, más de 70 seminarios y conferencias alrededor del mundo.

Logrando todo lo que se ha propuesto, sobre todo, ser feliz; este speaker, trabaja día a día, para hacer que las personas sean más felices emprendiendo y laborando; lo que lo ha llevado a ser el autor de los libros “Amo trabajar”, “¡Por fin es lunes!” y “Yo también puedo emprender”. Claver, también es reconocido por ser el creador de los llamados “Menú de la felicidad Laboral” y “Test de la felicidad laboral”; donde expone, cómo ha logrado la felicidad, a través de los trece ingredientes que componen el menú de la felicidad laboral.

Hoy, Pablo, reside en Colombia, donde encontró nuevas oportunidades para emprender y comparte todas sus experiencias, con importantes empresas como El Tiempo, Avianca, Suramericana e Inalde, en conferencias, seminarios y talleres de felicidad.

Quienes lo conocen y han participado de sus eventos, lo destacan como, un excelente conferencista y generador de gran impacto, que, con sus extraordinarias y eficaces propuestas, logra influir e inspirar a personas alrededor del mundo.



## 2. Adriana Zapata

Experta en creación y desarrollo de negocios, direccionamiento estratégico y coaching de propósito para personas y empresas. Gerente General AMCO Consulting S.A.S.



Felicidad

Emprendimiento

Trabajo en Equipo

Factor Humano

Liderazgo

Negociación

Adriana arrancaría su camino como abogada en Charry Mosquera donde empezaría a dar sus primeros pasos en organización empresarial. Posteriormente trabajaría en contratación en KMA Ltda., apoyando principalmente la contratación de Obra Pública. Rápidamente escalaría en su nivel laboral al convertirse en Gerente General de Roa Editores desde el 2007. Su paso a empresas de perfil multinacional se concretaría al entrar al equipo de Saxon Services de Panamá S.A. Sucursal Colombia como la abogada principal del Departamento de Contratos, una experiencia que consolidaría su experiencia y competencia en este campo. Pero su ascenso seguiría al asumir el cargo de Gerente Regional Legal y de Contratos para Suramérica de Saxon Energy Services Inc., una importante multinacional de servicios petroleros, lo cual le ofrecería el conocimiento necesario para incursionar en su nueva etapa gerencial en el campo empresarial. Es allí donde empezaría a incursionar en el trabajo con equipos y a conocer el anagrama como herramienta de desarrollo humano.

La conferencista de notable currículum, comenzaría a perfilarse como una experta multidisciplinaria en el campo empresarial desde sus primeros estudios universitarios en Derecho en la Universidad del Rosario, en Bogotá, para después dar un giro hacia la Economía, en la misma Universidad. Al ser parte importante de empresas de alta envergadura, su vocación profesional gerencial se vería fortalecida por su certificación como Líder Coach, por su Especialización en Contratación Estatal de la Universidad del Externado y su formación en Arbitraje desarrollada en la Cámara de Comercio de Bogotá. Hoy es abogada, coach y consultora personal y empresarial logrando apoyar el desarrollo de individuos y empresas desde las etapas de planeación y creación de negocios, a través del día a día de sus empresas e incluso hasta la etapa arbitral en la cual se desempeña como Árbitro y Secretaria de Tribunales Arbitrales.

## CONCLUSIONES

Los conceptos inculcados en cada uno de las (los) participantes, sirven de sostenibilidad en el futuro porque eso sirve de punto de apoyo para la ejecución de nuevos proyectos con un contenido más amplio. El progresivo desarrollo intelectual e individual; el desarrollo colectivo en aspectos sociales, culturales, económicos, en la formación, son aspectos que sirven como sostenibilidad del presente proyecto.

Se analizó una serie de artículos que resaltaron lo importante de los temas que debe conocer un empresario, con el fin de generar y alcanzar los objetivos deseados, y de la misma manera manejar cada uno de los obstáculos que se presentan en el ciclo de vida de una empresa.

El plan de capacitación fue elaborado con cinco que se resaltan en nuestro libro guía Tendencias Curriculares en la Educación Profesional de Administración de Empresas; presentándose así una programación estructurada de los temas en una ficha técnica del plan de capacitación.

La Cámara de Comercio de Pamplona cuenta actualmente con un Plan de Fortalecimiento Empresarial donde se ofertan diplomados en sistemas integrados de gestión HSEQ, implementación de sistemas de seguridad y salud en el trabajo, conciliación en derecho, emprendimiento; de la misma manera programas como Alianzas para la Innovación, Fondo Emprender; capacitaciones generales: servicio al cliente, marketing digital, actualización tributaria-monotributo, actualización tributaria- esal, factura electrónica, declaración de renta; capacitaciones sector comercio: mercadeo y ventas; capacitaciones sector servicios: restaurantes y hoteles; capacitaciones sector industrial: contabilidad básica, inventarios. Estas se realizan con una intensidad de aproximadamente una de manera mensual.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda de manera respetuosa a la Cámara de Comercio de Pamplona, realizar este tipo de capacitaciones de una manera prolongada y constante con el objetivo de obtener un gran número de participantes y una satisfacción mayor.

Por otro lado, se hace necesario generar un acuerdo estable entre la Cámara de Comercio y los empresarios con referencia a los días y horarios de mayor disponibilidad para poder generar los espacios propios para las capacitaciones.

Además es importante seguir realizando el mayor número de eventos, charlas, cursos y conferencias de capacitación en temas de interés para los comerciantes y empresarios, con el fin de fortalecer su formación y estos a su vez los sectores económicos en que se encuentran, contribuyendo de esta manera al desarrollo de la región.

Se genera un listado de capacitadores sobresalientes a nivel nacional como una posible guía a la hora de contactar los especialistas en los temas para dictar las capacitaciones.

## **ALCANCES**

La práctica realizada en la Cámara de Comercio de Pamplona me permitió adquirir y fortalecer los conocimientos aprendidos dentro de la carrera universitaria.

El Área donde pude desarrollar mi práctica Promoción y Desarrollo, en dirección de Yudy Parra me permitió conocer más a fondo los procesos que se requieren a la hora de tomar iniciativas y decisiones sobre la recorridos de alguna actividad, tuve la oportunidad de hacer parte de eventos, capacitaciones y demás actividades que se realizan bajo la dirección de esta área.

Agradecida por la oportunidad brindada dentro de las oficinas de la Cámara de Comercio, la experiencia fue bastante enriquecedora.

## BIBLIOGRAFIA

file:///C:/Users/Presidencia/Desktop/Paola%20J/CONCEPTO%20ECONÓMICO%20OCC%20OJO.pdf

Fernandez. (2007). *tendencias curriculares de la educacion profesional de administracion de empresas.*

TELLEZ, J. M. (Diciembre de 2015). *Plan Basico de Ordenamiento Territorial.*

Obtenido de Plan Basico de Ordenamiento Territorial:

<http://www.pamplona->

[nortedesantander.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/DIAGNOSTICO%20PBOT%20PAMPLONA.pdf](http://www.pamplona-nortedesantander.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/DIAGNOSTICO%20PBOT%20PAMPLONA.pdf)

[http://cicsa.uaslp.mx/bvirtual/tesis/tesis/Factores\\_que\\_limitan\\_el\\_Crecimiento\\_y\\_la\\_Apertura\\_Comercial\\_de\\_las\\_MIPYMES\\_en\\_un\\_contexto\\_Globalizado/FACTORES%20QUE%20LIMITAN%20EL%20CRECIMIENTO%20Y%20LA%20APERTURA%20COMERCIAL%20DE%20LAS%20MIPYMES%20EN%20UN%20CONTEXTO.pdf](http://cicsa.uaslp.mx/bvirtual/tesis/tesis/Factores_que_limitan_el_Crecimiento_y_la_Apertura_Comercial_de_las_MIPYMES_en_un_contexto_Globalizado/FACTORES%20QUE%20LIMITAN%20EL%20CRECIMIENTO%20Y%20LA%20APERTURA%20COMERCIAL%20DE%20LAS%20MIPYMES%20EN%20UN%20CONTEXTO.pdf)

<http://bdigital.unal.edu.co/9637/1/7709552.2013.pdf>

<https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/2990/1/TAD00928.pdf>

<http://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/001/517/1/Proyecto%20de%20plan%20de%20capacitaci%C3%B3n%20para%20los%20comerciantes%20y%20empresarios%20de%20la%20CCV.pdf>

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Sosa-Yadira.pdf>

Tendencias Curriculares en la Educación Profesional de Administración

De Empresas/ *José Antonio Hernández Ramírez/ Deivi Francisco Becerra Rodríguez/ Luz Stella Arenas Pérez/ Marlen del Socorro Fonseca Vigoya.*













Pamplona, 12 de febrero de 2018

GA170.90PA00.10-044

Señor  
**CARLOS HUMBERTO SOLANO ESPINOSA**  
Presidente Ejecutivo  
CÁMARA DE COMERCIO  
Pamplona (N. de S.)

Cordial saludo.

Respetuosamente solicito su colaboración, para que **YULY PAOLA JAIMES VERA**, identificada con la Cédula de Ciudadanía No. 1.094.268.432, estudiante del X semestre del Programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona, realice su Práctica Profesional, durante el primer período académico del año 2018, en esa Entidad.

Nuestra estudiante, con su capacidad de liderazgo y espíritu emprendedor, desarrolla competencias gerenciales, gestiona el cambio, crea e innova estrategias empresariales, en pro del fortalecimiento del sector productivo de nuestra región y del país. Profesional idóneo, con capacidad de análisis e investigación en el entorno socioeconómico y toma de decisiones.

La práctica cuenta con este Centro de Prácticas, donde se ofrece orientación y se hace seguimiento personalizado al pasante, haciendo participe del proceso a su superior inmediato. Comprende un periodo de 4 a 6 meses, equivalente a un semestre académico, en el horario que según la naturaleza de la labor encomendada requiera, sin exceder los términos de ley.

Manifiesto a Usted, mi sentido de gratitud al contribuir con esta etapa del proceso de formación académica de la estudiante, lo cual redunda en beneficio de la comunidad y particularmente en la visión empresarial que deben tener nuestros egresados.

Información de contacto: correo cenprac@unipamplona.edu.co, telefax (037) 5681761, Universidad de Pamplona

Ateptamente,

**ÁLVARO PARADA CARVAJAL**  
Director Centro de Práctica y Asesoría Empresarial

Carlos H. Solano Espinosa  
Presidente Ejecutivo  
CAMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA

  
Feb. 12. 2018



Pamplona, 12 de Febrero de 2018

**Doctor  
ALVARO PARADA CARVAJAL  
Director Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial  
Universidad de Pamplona  
Ciudad**

Cordial saludo Dr. Parada;

Es satisfactorio para nuestra Entidad poder llegar a Usted con un cordial saludo de paz y fraternidad, esperando que todas las actividades gestionadas, prosperen con éxito y beneficios personales e institucionales.

El propósito de este oficio es comunicarle que ante la solicitud del estudiante **YULY PAOLA JAIMES VERA**, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales con código estudiantil No. **1.094.268.432**, es aceptada para realizar la Pasantía según la solicitud efectuada por usted.

Igualmente sea esta la ocasión para reiterarle nuestro compromiso con la comunidad educativa de nuestra región.

Atentamente,

**Ing. CARLOS H. SOLANO ESPINOSA  
Presidente Ejecutivo**

*Imagen que Registra Calidad*

---

Edificio Cámara de Comercio - Calle 5 No 4-31 Centro - PBX ☎ 568 2047 - Telefax: 568 4696 Ext. 7  
<http://www.camarapamplona.org.co> - ✉ e-mail [ccpamplona@camarapamplona.org.co](mailto:ccpamplona@camarapamplona.org.co)  
Pamplona - Norte de Santander - Colombia




# REPORTE DE EVALUACIÓN

Universidad de Pamplona  
 Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
 Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial  
 Pamplona (Norte de Santander)  
 Km 1, Vía Bucaramanga  
 Tel: (7) 5681761 - www.unipamplona.edu.co  
 cenprac@unipamplona.edu.co

<b>OBJETIVO:</b>	Evaluar el desempeño del practicante de acuerdo con los objetivos previamente planteados en la empresa con el fin de comprender las acciones que faciliten el cumplimiento de los mismos y logren el desarrollo personal y profesional del estudiante		
<b>ESTUDIANTE:</b>	Nedy Paola Jaimes Vera	<b>ORGANIZACIÓN:</b>	Cámara de Comercio
<b>PROGRAMA:</b>	Administración de Empresas	<b>DEPENDENCIA:</b>	Promoción y Desarrollo
<b>EVALUADOR:</b>	Nedy Parra	<b>FECHA:</b>	01 de Junio de 2018.

CALIFICACIÓN: MUY SOBRESALIENTE (MS) - SOBRESALIENTE (S) - POCO SOBRESALIENTE (PS) - ACEPTABLE (A)

INDICADORES DE DESEMPEÑO	MS	S	PS	A	CONCEPTO DEL EVALUADOR
<b>ADAPTACIÓN A LA ORGANIZACIÓN</b> Actitud del estudiante para afrontar cambios en las diversas roles que debe asumir de acuerdo con las circunstancias presentadas.		X			Su actitud en cada uno de los roles asumidos fueron apropiadas para la inst.
<b>INTEGRACIÓN AL GRUPO DE TRABAJO</b> Facilidad para adaptarse a las orientaciones, comportamientos y necesidades de las personas que componen el equipo.		X			Su capacidad de adaptación con el grupo fue bastante aceptable.
<b>INICIATIVA Y APORTES</b> Capacidad para sugerir soluciones prácticas e innovadoras a problemas presentados en la organización.		X			Sus aportes fueron de gran valor para dar cumplimiento a las actividades.
<b>RESPONSABILIDAD</b> Asumir positivamente las consecuencias de sus actos.		X			Su comportamiento fue adecuado.
<b>CALIDAD DE TRABAJO</b> Oportunidad y efectividad en todas las actividades que realiza.		X			Entregó y presentó oportunamente las tareas encomen
<b>PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA</b> Disponibilidad para presentarse a tiempo en su lugar de trabajo.			X		se recomienda mayor puntualidad en los eventos de la institución.
<b>COMUNICACIÓN</b> Capacidad para expresar sus ideas (oral y escrita) en forma clara y precisa, y para interrelacionarse.		X			Su comportamiento fue coherente a su aporte e ideas.
<b>MADUREZ</b> Grado de autocontrol y serenidad para manejar cualquier tipo de situación.		X			asumió con una actitud apropiada las diferentes situaciones presentadas.
<b>ENTUSIASMO</b> Capacidad para asumir aptitudes de manera positiva y optimista.			X		se recomienda ser más proactivo.
<b>CAPACIDAD DE MEJORAMIENTO</b> Capacidad de revisar constantemente los procesos para darles valor agregado.		X			Su apoyo y trabajo fue apropiado.
<b>TRABAJO BAJO PRESIÓN</b> Capacidad de dar solución a diferentes labores en cortos periodos de tiempo.		X			Considero que no se presentaron situaciones para trabajar bajo presión.
<b>CUALIDADES DEL ESTUDIANTE:</b>	Rapidez para ejecutar tareas, alegre, segura, coherente,				
<b>ASPECTOS QUE DEBE MEJORAR EL PRACTICANTE:</b>	<b>Liderazgo</b>				
	<b>Comunicación</b>				<b>Proactividad</b> X
	<b>Otra, ¿Cuál?</b>				<b>Generación de Propuestas</b>
<b>EL PRACTICANTE CUMPLIÓ CON SUS ESPERATIVAS:</b>	SI	X			<b>¿Por qué?</b> su aporte en las actividades del área fue fundamental para el cumplimiento de los mismos.
<b>RECOMENDACIONES Y /O SUGERENCIAS:</b>	Las mencionadas en el concepto del evaluador.				
 <b>FIRMA EVALUADOR</b>				<b>FIRMA PRACTICANTE</b>	



# REPORTE DE AUTOEVALUACIÓN

Universidad de Pamplona  
 Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
 Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial  
 Pamplona (Norte de Santander)  
 Km 1, Vía Bucaramanga  
 Tel: (7) 5681761 - www.unipamplona.edu.co  
 cenpraec@unipamplona.edu.co

Nombre del Estudiante: Yoly Paola Jaimes Vera Fecha: 1 de 06 de 18  
 Nombre de la Empresa: Cámara de Comercio Programa: Administración de Empresas  
 Dependencia Entidad: Promoción y Desarrollo Evaluador: \_\_\_\_\_

**OBJETIVO:** Reflexionar en torno de las actitudes y habilidades que pueden dinamizarse durante el semestre de práctica para reafirmar los valores y principios ciudadanos fundamentales.

- 1 Señale el medio por el cual se vinculó usted a la empresa donde desarrolla su Práctica Profesional.
 

1.1. Unipamplona <input type="checkbox"/>	1.2. Familiar <input type="checkbox"/>	1.3. Amistad <input type="checkbox"/>	1.4. Autogestión <input checked="" type="checkbox"/>
1.5. ¿Otro Medio? <input type="checkbox"/>	Especifique ¿Cuál Otro? _____		
- 2 ¿Qué lo motivó a elegir este medio? Porque quise desarrollar mi capacidad de generar alternativas.
- 3 ¿Considera usted que ha cumplido las expectativas que se tenía antes de iniciar el semestre de práctica? SI  NO   
 Explique: Porque es una entidad que inspira confianza y seguridad y además experiencia.
- 4 ¿Qué tipo de dificultades ha afrontado durante la práctica?
 

4.1. Académicas <input type="checkbox"/>	4.2. Laborales <input type="checkbox"/>	4.3. Personales <input type="checkbox"/>	4.4. Ninguna <input checked="" type="checkbox"/>
--	---	--	--

 Explique: El ambiente de trabajo es muy tranquilo, lo que permitió un buen desarrollo.
- 5 ¿Cree usted que el semestre de práctica es un escenario propicio para la formación en valores humanos? SI  NO
- 6 Señale TRES VALORES que usted haya fortalecido durante este semestre de práctica profesional.
 

6.1. Responsabilidad <input type="checkbox"/>	6.2. Puntualidad <input type="checkbox"/>	6.3. Compromiso <input checked="" type="checkbox"/>	6.4. Participación <input checked="" type="checkbox"/>
6.5. Sensibilidad Social <input checked="" type="checkbox"/>	6.6. Nacionalismo <input type="checkbox"/>	6.7. Creatividad <input type="checkbox"/>	6.8. ¿Otro? <input type="checkbox"/>

 ¿Cuál? \_\_\_\_\_

7 Desde el punto de vista del cumplimiento de los objetivos, evalúe su desempeño durante el semestre de práctica y caliíquese, en el siguiente cuadro. Utilizando escala de 0.0 a 5.0, con base en las siguientes competencias y sus criterios.

COMPETENCIA	NOTA	EXPLIQUE ¿PORQUÉ?
Ciudadano Autónomo Hombre - Contexto Participación y cumplimiento en todas las actividades de CENPAE.	4.5	Porque siempre me encuentro a la disposición de participar en todas una de las actividades.
Científico Hombre - Conocimiento Presentación efectiva y oportuna del trabajo académico	4.8	Porque la mayoría de los informes los entregue en la fecha estipulada.
Profesional Hombre - Disciplina Expresa la síntesis de su formación en saberes, actitudes y habilidades, aplicadas al ámbito laboral.	4.8	El área en donde realice la práctica me permitió desempeñarme de la mejor manera.
<b>Nota Integral</b>	<b>4.7</b>	