

## FORTALECIMIENTO DE PROPUESTAS DE EDUCACIÓN CONTINUA EN EL PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

Yudy Mariana Alfaro Wisaquillo  
Maestría en Gerencia Educativa  
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables  
[yalfaro321@unab.edu.co](mailto:yalfaro321@unab.edu.co)

### Objetivo general y objetivos específicos de la investigación

1. Diseñar un portafolio de programas de Educación continua como oferta de valor para la Tecnología en Gestión Gastronómica de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, a ejecutarse en el transcurso del año 2022, cumpliendo con las necesidades de los grupos de interés.
  - 1.1 Identificar la necesidad de formación en Educación Continua en el área de gastronomía de acuerdo con las demandas de los grupos de interés, mediante el uso de instrumento de investigación de fuentes primarias.
  - 1.2 Diseñar una oferta piloto con las propuestas de Educación Continua trazadas desde el área de gastronomía, teniendo como base la información recolectada en la presente investigación.
  - 1.3 Realizar el presupuesto de los cursos de Educación Continua propuestos desde el área de gastronomía identificando el margen de contribución, excedente y tarifa.

### Metodología desarrollada

El enfoque metodológico empleado en el proyecto es de tipo mixto, según (Hernandez Sampieri, 2014) la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. El enfoque mixto implica recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder a un planteamiento del problema. La investigación es de tipo descriptiva, según (Tamayo y Tamayo, 2004) incluye describir, registrar, analizar y explicar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa funciona en el presente, la investigación descriptiva se basa en hechos, se caracteriza esencialmente por presentar una interpretación correcta.

Mientras (Bernal, 2010) menciona que una de las principales funciones de la investigación descriptiva es la capacidad de seleccionar las características básicas del objeto de estudio y describir detalladamente sus partes,

categorías o clases. En tales estudios se indican, relatan, consideran o identifican hechos, situaciones, características de un objeto de investigación, o se diseñan productos, modelos, prototipos, guías, etcétera, pero no se da ninguna explicación o razón para las situaciones, los hechos, los fenómenos, entre otros.

De este modo, se implementaron como instrumentos de recolección de información: Encuestas, entrevistas y un benchmarking. En el caso de las encuestas, estas se aplicaron a graduados y estudiantes de los programas de gastronomía, y representantes empresariales del gremio gastronómico, teniendo en cuenta un muestreo probabilístico. Básicamente, se identificaron las tendencias frente a la caracterización de la población y apreciaciones de la oferta de Educación Continua del área gastronómica, teniendo como base el cuestionario diseñado con preguntas cerradas, abiertas y de estimación. Se realizó tabulación de los datos, cruzada y segmentación de la información según los ítems a evaluar, al igual que análisis multivariado con el fin de identificar la caracterización y necesidades de los públicos de interés, los resultados se expresaron gráficamente. Para el caso de la entrevista no estructurada, la información recolectada se depuró y analizó.

Teniendo en cuenta la información recolectada, se procedió a efectuar el diseño de 7 programas de gastronomía a ofertarse en el 2022-2 por Educación Continua en el formato de guía aprobada por Extensión Universitaria UNAB, seguidamente se realizó la presupuestación de las propuestas para identificar el margen de contribución, excedente y tarifa, según los requerimientos de la Dirección financiera.

## Resultados obtenidos

Dando alcance al objetivo específico 1:

- El 40% de los representantes empresariales expresan la necesidad de complementar la formación de los trabajadores con cursos cortos (menos de 10 horas) y en remoto, sin embargo, se resalta que al 20% le gustaría que fuese menor a 10 horas en modalidad Dual (Aprenda – Practique – Revise). Se resalta la necesidad de los restaurantes en formación en cocina internacional y colombiana, pastelería y repostería, coctelería y mixología. Para el caso de los casinos se hace énfasis en la formación en gestión de personal. Frente a la inversión por un curso de 10 horas, los casinos de alimentación opinan en un 20% que pagarían un precio menor a \$150.000, en cuanto a los restaurantes, un 40% pagaría entre \$150.000 y \$300.000 y un 40% pagaría menos de \$150.000. Por otro lado, para los restaurantes es relevante elegir la formación según el tipo de modalidad (dual, virtual o remota), sin embargo, en los casinos de alimentación, el factor de selección es el precio de los cursos.
- En el caso de los estudiantes de gastronomía UNAB, el género femenino resalta la necesidad de formación en pastelería y repostería con un 18%, en el caso del género masculino la demanda se enfoca principalmente en marketing para restaurantes con 10%. Frente a la modalidad, el 86% espera que se realice presencial en las instalaciones de las cocinas UNAB, Se percibe una orientación a los diplomados y cursos entre 21 a 40 horas en modalidad presencial, correspondientes al 32.56% y 23.26% respectivamente. En cuanto a la inversión que harían por un curso de 10 horas, el 25.58% del género femenino opina que invertiría entre \$150.000 y \$300.000 en cuanto al género masculino, el 20.93% pagaría menos de \$150.000. Frente al criterio para seleccionar una propuesta de capacitación, en el caso del género femenino el 53.59% tiene como base el precio del curso, mientras que para el género masculino el criterio principal con un 49.43% se relaciona con el status y reconocimiento de la institución.
- En el caso de los graduados de programas de gastronomía UNAB, se resalta la necesidad de formación en cocina saludable, costos de alimentos y bebidas, pastelería y repostería. Para el caso del género femenino predomina la pastelería y repostería y cocina saludable con 18.18% respectivamente, en el

caso del género masculino se resalta costos en alimentos y bebidas con 13.64%. Frente a la modalidad, el 54.55% espera que se realice presencial en las instalaciones de las cocinas UNAB, a diferencia del grupo de empresarios y estudiantes, un 22.73% prefiere hacerlo de manera virtual (curso en plataforma canvas), se resalta que este resultado se da debido a que la Tecnología en Gestión Gastronómica se ofrecía en modalidad virtual, razón por la que sus graduados se encuentran en diversos departamentos o fuera del país. Se observa una tendencia alta representada en 63.64% referente a diplomados con intensidad mínima de 80 horas, preferiblemente en modalidad presencial o virtual. En cuanto a la inversión que harían por un curso de 10 horas, el 36.36% pagaría una tarifa menor a \$150.000. Se observa la tendencia de los encuestados a elegir propuestas en función de la trayectoria de los docentes y el status y reconocimiento de la institución, tal como lo identifican los estudiantes.

- En cuanto al benchmarking, se observan 68 programas desarrollados por las instituciones locales. Se evidencia que la gran oferta en cursos y talleres de Educación Continua se da en el área de panadería y repostería con un 41%, seguida por la formación en técnicas de cocina y cocina básica con 21%. La menor participación se da de manera unánimemente las áreas de bebidas y cocina colombiana con 7%. En cuanto a los precios, el 66% de la oferta presenta un costo menor a \$100.000, frente al 6% que hace referencia a tarifas mayores a \$300.001. Frente a la duración de los cursos y talleres, el 69% hace referencia a formación de 2, 3 y 4 horas, el 22% a programas entre 12 a 20 horas, 7% a los referentes a 32 horas y el 1% no reporta.
- A nivel general, los jefes de dependencia UNAB expresan que se debe mejorar la sinergia entre las oficinas: Extensión, comunicación y mercadeo con el fin de identificar los grupos de interés y así unir esfuerzos para cerrar las ventas. Al conocer el público se pueden determinar los temas que son pertinentes, de este modo se deben crear propuestas innovadoras que se enfoquen a las necesidades actuales de la población. Se hizo énfasis en el caso de gastronomía a programas que permitan impulsar la empleabilidad, como los relacionados con el área de panadería, pastelería y repostería o cocina rápida. Es indispensable igualmente aumentar el personal que se encargue de la comercialización, ya que actualmente solo se realiza seguimiento desde Extensión con apoyo del programa, se debe repensar el negocio de Educación continua con nuevas opciones de negociación, un ejemplo es lograr alianzas con el sector productivo de manera que la población de trabajadores se vea beneficiada mediante bonos regalo, bonos por pareja para cierre de año, entre otros. Por otro lado, para el presente año se ha determinado en Extensión UNAB enfocarse en cursos que cumplan ciertos criterios y de este modo se validen las propuestas. Se espera aumentar esfuerzos en el diseño de programas tipo talleres, cursos y seminarios, formaciones de duración corta, dejando de lado por el momento los diplomados o cursos de más de 40 horas.

Dando alcance al objetivo específico 2:

A continuación, se identifican las propuestas diseñadas desde el área de gastronomía, se resalta que se consideró la guía de Educación Continua, este documento es la base para estructurar los programas. Teniendo en cuenta la pertinencia, actualidad y componentes estratégicos, académicos y comerciales, se planteó una oferta de programas abiertos al público y dirigidos a empresas. Los aspectos estratégicos obedecen a criterios que buscan evaluar la directa relación con el entorno, la pertinencia laboral y la capacidad institucional de los programas seleccionados. Por otra parte, los aspectos académicos se enfocaron en reconocer para cada temática su relación con el nivel de formación y la pertinencia de la modalidad propuesta para el programa.

**Tabla 1** Propuestas diseñadas para el área de gastronomía

Programa	Tipo de formación	Modalidad	Duración
Diseño e innovación gastronómica	Diplomado	Remoto	110 horas
Catando vinos como profesionales. Vinos tintos, vinos blancos, vinos rosados y vinos espumantes.	Taller	Presencial	8 horas
Coctelería	Taller	Presencial	4 horas
Conservación y manipulación de alimentos	Curso	Presencial	10 horas
Pastelería	Curso	Virtual	50 horas
Panadería	Diplomado	Dual	110 horas
Pastelería y repostería	Diplomado	Dual	110 horas

Fuente: (Autora, 2022)

Dando alcance al objetivo específico 3:

- El presupuesto de los programas de educación continua planteados se estableció según los lineamientos de presupuestación para programas de Educación continua emitida por Vicerrectoría Administrativa y financiera bajo el modelo de la plantilla para elaborar el presupuesto. En la tabla 2 se presenta el presupuesto de propuestas diseñadas para el área de gastronomía.
- Se resalta el excedente que pueden generar los diplomados duales. Para el ejercicio se asumió el número de horas totales de la formación, sin embargo, en la modalidad dual se reconoce al docente el espacio en “aprende” y “revise”, en “practique” se genera un pago del 25% por lo cual aportaría a un incremento en la contribución financiera.
- Para el caso de los cursos y talleres presenciales prácticos como catando vinos como profesionales, coctelería, pastelería, panadería se asumen entre 15 y 20 personas, dado que es el aforo permitido en cocina. En cuanto al curso virtual de pastelería, se realizó el ejercicio con 30 personas, sin embargo, se podrían recibir hasta 60 estudiantes, según sea el caso se deberá revisar el reconocimiento de horas docentes en plataforma dado que el curso es autocontenido.
- Es importante resaltar que para los cursos en remoto o virtuales no se asume la compra de materia prima, para el caso de los duales si se asume dado el espacio “aprende” guiado por el docente.

**Tabla 2** Presupuesto de propuestas diseñadas para el área de gastronomía

Programa	Tipo	Modalidad	Duración (horas)	N° de estudiantes punto de equilibrio	Ingreso	Tarifa	Excedente	MC
Diseño e innovación gastronómica	D	Remoto	110	20	\$37.400.000	\$1.800.000	\$18.763.400	50.2%
Catando vinos como profesionales	T	Presencial	8	15	\$3.750.000	\$250.000	\$1.683.600	44.9%
Coctelería	T	Presencial	4	15	\$3.000.000	\$200.000	\$1.076.400	35.9%
Manipulación de alimentos	C	Presencial	10	10	\$3.600.000	\$180.000	\$1.959.600	54.4%
Pastelería	C	Virtual	50	30	\$4.500.00	\$150.000	\$2.111.400	46.9%

Panadería	D	Dual	110	20	\$45.400.000	\$2.200.000	\$22.442400	49.4%
Pastelería y repostería	D	Dual	110	20	\$45.400.000	\$2.200.000	\$20.603.400	45.4%

D: Diplomado T: Taller C: Curso MC: Margen de contribución

Fuente: (Autora, 2022)

### Conclusiones y recomendaciones

- La Educación Continua de la UNAB en el área de gastronomía debe estar en una constante evolución en la transmisión de saberes y técnicas, esto con el fin de brindar respuestas oportunas y formular iniciativas para atender las necesidades de capacitación del entorno con alternativas de impacto social y empresarial.
- Se debe consolidar la interacción con el entorno social y cultural, fortaleciendo el eje misional de la Extensión en sus campos de actuación, desde los diversos saberes, de la mano con los ejes misionales de Docencia y la Investigación, acordes con las realidades versátiles del país y del mundo.
- Para la creación de nuevas ofertas de Educación Continua se debe tener en cuenta los ítems relevantes identificados por la dependencia de Extensión Universitaria, ya que cada ítem da un peso a la propuesta, igualmente se resalta que para el 2022 el enfoque será a cursos cortos, talleres y seminarios.
- Se debe aumentar el contacto entre la oficina de Educación Continua, Mercadeo y Comunicación Organizacional, con el fin de establecer acciones de visibilidad que lleven a la venta de los programas creados.
- Impulsar desde el área de gastronomía con apoyo de Extensión, espacios con diversos grupos de interés: graduados, estudiantes, empresarios, adultos mayores (pensionados), comunidad estudiantil de colegios, para dar a conocer la oferta de cursos de Educación Continua.
- Aumentar el relacionamiento empresarial y consolidar el portafolio de formación en Educación Continua corporativa e igualmente para Barrancabermeja y sus zonas de influencia, según los antecedentes de formación en Educación Continua que tiene la Tecnología en Gestión Gastronómica.
- Los programas de educación continua apoyan la identificación de un mercado que no busca una titulación, pero tiene deseo por aprender de los temas gastronómicos, de este modo se debería impulsar con los grupos de interés las certificaciones en artes y oficios, así como las insignias digitales.
- Se puede establecer que los cursos o diplomados de formación continua de la línea de gastronomía se articulen con los programas de Tecnología en Gestión Gastronómica y Profesional en Gastronomía y Alta cocina, esto además de brindar ingresos sirve como escala para el ingreso de nuevos aspirantes.

### Referencias

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson .

Cajasan. (2022). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/CajasanSantander>

Carrillo Caicedo, D. (julio de 2019). *Repositorio UNAB*. Obtenido de Portafolio para educación continua con modelo de formación Dual para la Universidad Autónoma de Bucaramanga:  
<https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/7172>

- Chacón Ruiz, Á. M. (2012). *Repositorio Universidad del Rosario*. Obtenido de La utilización de los conceptos y las estrategias comunitarias en la relación de las instituciones de educación superior con el entorno a través de Educación Continuada: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3175/ChaconRuiz-Angela-2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Colombia College. (2022). *Instagram*. Obtenido de [https://www.instagram.com/colombiacollege\\_/](https://www.instagram.com/colombiacollege_/)
- Comfenalco Santander. (2022). *Facebook*. Obtenido de [https://www.facebook.com/Comfenalcosant/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/Comfenalcosant/photos/?ref=page_internal)
- DAPRE - Presidencia de la República . (6 de enero de 2022). *DAPRE - Presidencia de la República* . Obtenido de Ley 2184: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202184%20DEL%206%20DE%20ENERO%20DE%202022.pdf>
- De Cárdenas, C. (2006). El Benchmarking como herramienta de evaluación. *Acimed*.
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (2015). *Decreto 1075 de 2015 Sector Educación*. Obtenido de [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=77913](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=77913)
- Flores, M., & Almeida, M. (2009). LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PARA IDENTIFICAR PÚBLICOS OBJETIVO EN LA EDUCACIÓN A DISTANCIA. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones*, 161-174.
- Folgueiras Bertomeu, P. (s.f.). *La entrevista*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Gamboa Delgado, Y. L. (2017). *Plan estratégico para el fortalecimiento de educación continua UNAB*. Obtenido de Repositorio UNAB: <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/2110>
- Gamboa Ramón, K. (2018). Propuesta de un modelo para el diagnóstico de la gestión financiera de una empresa de educación continua con el fin de determinar la viabilidad de fuentes de financiamiento para el mejoramiento de sus operaciones. Costa Rica.
- Gamboa, Y. (septiembre de 2017). *Repositorio UNAB*. Obtenido de Estudio de caso sobre el plan estratégico para el fortalecimiento de educación continua UNAB: [https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/2110/2017\\_Articulo\\_Gamboa\\_Delgado\\_Yenni\\_Lizabeth.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/2110/2017_Articulo_Gamboa_Delgado_Yenni_Lizabeth.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Lopera Londoño, M. E., & Quiroz Gil, N. L. (2013). *Repositorio Universidad del Rosario*. Obtenido de CARACTERIZACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO APLICABLE A LAS FUNCIONES UNIVERSITARIAS DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN: CASO UNIVERSIDAD CES:

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4651/QuirozGil-NoraLedis-2013.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

- Lopez Roldan, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (septiembre de 2007). *Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-cultural-colombia/politica-de-turismo-cultural-2007.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (diciembre de 2009). *POLÍTICA DE TURISMO Y ARTESANÍAS: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano*. Obtenido de [https://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/85.Politica\\_de\\_turismo\\_y\\_artesantias.pdf](https://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/85.Politica_de_turismo_y_artesantias.pdf)
- Ministerio de Educación Nacional MEN. (s.f.). Normas que regulan la educación continuada en la educación superior. Bogotá, Colombia.
- Mosquera Abadía, H. A., & Carvajal Ordoñez, V. F. (2021). *Interacción universidad sociedad a través de la función de*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v17n1/2539-0279-entra-17-01-186.pdf>
- Ortiz Riaga, M. C., & Morales Rubiano, M. E. (2011). La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias. *Universidad de La Sabana | Facultad de Educación*, 349-366.
- Ruiz Olabuenaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Deusto.
- Suárez Ortega, C. T. (7 de Diciembre de 2020). UNAB. *Documento informativo Extensión*. Bucaramanga, Santander, Colombia.
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica: Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. México: Limusa.
- UNAB. (diciembre de 2021). *Sistema de Gestión de la Calidad*. Obtenido de Mapa de proceso: [https://balanced.unab.edu.co/suiteve/doc/searchers?soa=3&mdl=doc&\\_sveVrs=866420200228&mis=doc-E-8&token=DGCH3547JHASGD8234GD](https://balanced.unab.edu.co/suiteve/doc/searchers?soa=3&mdl=doc&_sveVrs=866420200228&mis=doc-E-8&token=DGCH3547JHASGD8234GD)
- UNAB. (2022). *Extensión Universitaria*. Obtenido de <https://unab.edu.co/extension-universitaria/>
- UNAB. (s.f.). *Extensión Universitaria*. Obtenido de <https://unab.edu.co/extension-universitaria/>
- Universidad del Rosario. (2021). *DECRETO RECTORAL 1690*. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/32285/1690%20%20Adopci%20del%20reglamento%20de%20los%20programas%20de%20educaci%20continua.pdf?sequence=1&isAllowed=y>