



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

Presentado por:

Yudy Mariana Alfaro Wisaquillo

ID U00075329

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

MAESTRÍA EN GERENCIA EDUCATIVA MODALIDAD DUAL

BUCARAMANGA – COLOMBIA

2022

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

Proyecto de grado para obtener el título de Magister en Gerencia Educativa

Presentado por:

Yudy Mariana Alfaro Wisaquillo

ID: U00075329

Director del trabajo de grado:

Sergio Iván Ferreira Traslaviña

Magister en Dirección de Marketing

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

MAESTRÍA EN GERENCIA EDUCATIVA MODALIDAD DUAL

BUCARAMANGA – COLOMBIA

2022

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	11
ABSTRACT	12
Capítulo I: Planteamiento del Problema u Oportunidad	13
1.1 Descripción del problema u oportunidad	13
1.2 Pregunta Orientadora	15
1.3 Justificación	15
1.4 Objetivo General	22
1.5 Objetivos específicos	22
Capítulo II: Marco de referencia	23
2.1 Marco teórico	23
2.2 Marco conceptual	27
2.3 Marco legal	28
2.4 Antecedentes	30
Capítulo III: Diseño Metodológico	35
3.1 Método de investigación	35
3.2 Población y muestra	37
3.3 Instrumentos de recolección de información	37

3.3.1	Encuesta	38
3.3.2	Entrevista no estructurada	39
3.3.3	Benchmarking.....	40
3.4	Análisis de datos	41
Capítulo IV: Resultados		42
4.1	Identificación de la necesidad de formación en Educación Continua en el área de gastronomía	42
4.1.1	Encuestas realizadas a representantes del sector productivo.....	42
4.1.2	Encuestas realizadas a estudiantes de programas de Gastronomía UNAB	46
4.1.3	Encuestas realizadas a graduados de programas de gastronomía UNAB.....	51
4.1.4	Demanda reuniendo grupos de interés	56
4.1.5	Benchmarking de la oferta ofrecida por instituciones locales	57
4.1.6	Entrevistas no estructuradas a jefes de dependencias UNAB.....	65
4.2	Diseño de oferta piloto con las propuestas de Educación Continua trazadas desde el área de gastronomía.....	66
4.2.1	Guía Diplomado en Diseño e innovación gastronómica	68
4.2.2	Guía Catando vinos como profesionales. Vinos tintos, vinos blancos, vinos rosados y vinos espumantes.	71
4.2.3	Guía Coctelería	73

4.2.4	Guía Manipulación de alimentos	74
4.2.5	Guía Pastelería.....	76
4.2.6	Guía diplomado panadería.....	79
4.2.7	Guía diplomado pastelería y repostería.....	81
4.3	Presupuesto de los cursos de Educación Continua propuestos desde el área de gastronomía	83
4.3.1	Presupuesto diplomado diseño e innovación gastronómica.....	85
4.3.2	Presupuesto taller catando vinos como profesionales. Vinos tintos, vinos blancos, vinos rosados y vinos espumantes.	86
4.3.3	Presupuesto taller coctelería.....	87
4.3.4	Presupuesto curso manipulación de alimentos	88
4.3.5	Presupuesto curso pastelería.....	89
4.3.6	Presupuesto diplomado panadería.....	90
4.3.7	Presupuesto diplomado pastelería y repostería	91
	Capítulo V: Conclusiones	93
	Referencias	95
	Anexos	99

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de procesos institucional UNAB	16
Figura 2 Gestión de la Extensión UNAB.....	17
Figura 3 Muestra proyecto de investigación.....	37
Figura 4 Temas de interés para la empresa.....	44
Figura 5 Duración de los cursos o talleres según preferencia de la empresa teniendo en cuenta la modalidad.....	45
Figura 6 Clasificación de criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación por parte de los representantes empresariales	46
Figura 7 Temas de interés para los estudiantes	48
Figura 8 Duración de la formación según preferencia de los estudiantes, teniendo en cuenta la modalidad.....	49
Figura 9 Clasificación de criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación por parte de los estudiantes teniendo en cuenta el género y la edad.	50
Figura 10 Medio más eficaz para dar a conocer la oferta de cursos según los estudiantes	51
Figura 11 Temas de interés para los graduados de programas de gastronomía UNAB..	53
Figura 12 Duración de la formación según preferencia de los graduados teniendo en cuenta la modalidad	54

Figura 13 Clasificación de criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación por parte de los graduados de programas de gastronomía UNAB teniendo en cuenta el género y la edad.	55
Figura 14 Temas de interés identificados por los grupos de interés: empresarios, graduados y estudiantes de programas de gastronomía UNAB.....	56
Figura 15 Participación de las propuestas de Educación Continua de las instituciones locales según el área gastronómica.....	62
Figura 16 Participación por área gastronómica	63
Figura 17 Rango de las tarifas de los cursos y talleres del área gastronómica ofrecidos por las instituciones locales	64
Figura 18 Número de programas de Educación Continua ofertados de enero a mayo de 2022	64
Figura 19 Aportes de jefes de dependencias UNAB relacionados con Educación Continua	65

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Número de programas de educación continua, proyectos de consultoría, personas y empresas atendidas en el 2019 y 2020.	19
Tabla 2 Programas de extensión propuestos por la Tecnología en Gestión Gastronómica UNAB en el 2021	20
Tabla 3 Aportes de la Tecnología en Gestión Gastronómica en los periodos correspondientes entre 2019 y 2021.	21
Tabla 4 Ficha Técnica encuesta para la recolección primaria de datos y/o información de empresarios del sector gastronómico. Colombia. 2022.....	42
Tabla 5 Ficha Técnica encuesta para la recolección primaria de datos y/o información de estudiantes de los programas de gastronomía UNAB. Colombia. 2022	47
Tabla 6 Ficha Técnica encuesta para la recolección primaria de datos y/o información de graduados de los programas de gastronomía UNAB. Colombia. 2022.....	51
Tabla 7 Benchmarking oferta de programas de Educación Continua en el área de gastronomía ofrecida por instituciones locales en el transcurso de enero a mayo de 2022.....	57
Tabla 8 Clasificación por áreas de los cursos y talleres ofrecidos por las instituciones locales Cajasan, Colombia College y Comfenalco	61
Tabla 9 Propuestas diseñadas para el área de gastronomía	67
Tabla 10 Presupuesto de propuestas diseñadas para el área de gastronomía.....	84

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta formulada a estudiantes de programas de gastronomía UNAB.	99
Anexo 2. Encuesta formulada a graduados de programas de gastronomía UNAB.	104
Anexo 3. Encuesta formulada a representantes empresariales del gremio gastronómico.	110
Anexo 4. Guía Educación Continua	115

AGRADECIMIENTOS

- A Dios, gracias por cumplir mis anhelos.
- A la Universidad Autónoma de Bucaramanga por su apoyo en el desarrollo del proyecto de investigación.
- A la Decana de la Facultad de Estudios Técnicos y Tecnológicos Yaneth Rocío Orellana Hernández, por su liderazgo e inspiración en el periodo en el que me desempeñé como docente y coordinadora de la Tecnología en Gestión Gastronómica.
- Al Director de trabajo de grado, Sergio Iván Ferreira Traslaviña, por su apoyo y seguimiento en el desarrollo de la propuesta.
- Agradezco la comprensión y amor de mi familia, dedico este trabajo a mi esposo Gabriel Fabian, mis hijos Gabriel Matías y David Esteban, mis padres y hermanos, quienes estuvieron acompañándome en el proceso de maestría con su motivación para finalizar con éxito, igualmente a mis mascotas Achira y Tom (frutos de la pandemia) por su gran apoyo emocional.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se expone una propuesta para el fortalecimiento de los programas de Educación continua como oferta de valor en la Tecnología en Gestión Gastronómica de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. De manera que, se identificaron las necesidades de formación en el área de gastronomía de acuerdo con la demanda del sector productivo y personas con intereses afines, seguidamente se procedió a la selección, diseño y presupuestación de 7 propuestas. El método de investigación fue de índole mixta, razón por la que se diseñaron instrumentos de recolección de información cuantitativos y cualitativos. Inicialmente, se realizó un benchmarking para identificar las propuestas de cursos que ofrecen otras instituciones locales, así mismo se realizaron entrevistas no estructuradas a jefes de dependencias UNAB. Posteriormente, se aplicaron encuestas a personas interesadas y relacionadas con el área (estudiantes y graduados de programas de gastronomía UNAB, igualmente a representantes empresariales del gremio). En los resultados se resaltó el enfoque diferenciador de cada grupo de interés frente a la temática de capacitación, modalidad del curso y precio. Finalmente se diseñó una propuesta de portafolio integrado por los diplomados, cursos y talleres: Diseño e innovación gastronómica, catando vinos como profesionales, coctelería, conservación y manipulación de alimentos y pastelería. Así mismo, se estableció una propuesta de diplomados en modalidad dual en los temas de panadería, pastelería y repostería, decoración de pasteles y coctelería.

Palabras clave: educación continua, formación, gastronomía, alimentos, servicios alimentarios, cocina

ABSTRACT

This research work presents a proposal for the strengthening of continuing education programs as a value offer in the Gastronomic Management Technology of the Universidad Autónoma de Bucaramanga. Thus, the training needs in the area of gastronomy were identified according to the demand of the productive sector and people with related interests, then the selection, design, and budgeting of 7 proposals were carried out. The research method was of a mixed nature, which is why quantitative and qualitative data collection instruments were designed. Initially, benchmarking was carried out to identify the course proposals offered by other local institutions, and unstructured interviews were conducted with the heads of UNAB departments. Subsequently, surveys were applied to people interested in and related to the area (students and graduates of UNAB gastronomy programs, as well as business representatives of the guild). The results highlighted the differentiating approach of each interest group regarding the training topic, course modality, and price. As a result, the portfolio proposal is presented, made up of the diploma courses, courses and workshops: Gastronomic design and innovation, tasting wines as professionals, cocktails, conservation, and handling of food and pastry. Diploma courses in bakery, pastry and confectionery, pastry decoration, and cocktails are proposed for the Dual modality.

Keywords: continuing education, training, gastronomy, food, food service, cuisine.

Capítulo I: Planteamiento del Problema u Oportunidad

En el presente capítulo se identifican los antecedentes de la problemática relacionada con la oferta de programas de educación continua en la Tecnología en Gestión Gastronómica, igualmente se da a conocer la pregunta orientadora, justificación y los objetivos tanto general como específicos que enlazan este estudio.

1.1 Descripción del problema u oportunidad

La Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB es una institución acreditada ubicada en el nororiente colombiano, se caracteriza por tener oferta educativa a nivel tecnológico, profesional y posgradual. Así mismo, sus ejes misionales se relacionan con la docencia, investigación y extensión. Este último eje se enlaza con la educación continua, la cual promueve la aplicación del saber en organizaciones mediante el relacionamiento con la academia.

Así pues, cada año, según las metas establecidas por la universidad, las unidades académicas elaboran y presentan ante la unidad de Extensión ofertas de cursos cortos, talleres, seminarios, diplomados, entre otros; sin embargo, un gran número de propuestas no logran ser ofrecidas o no cumplen el punto de equilibrio para su apertura. Algunos de los factores que influyen es el elevado precio frente a la oferta similar de otras instituciones o diseños de programas con temáticas sin demanda, lo que afecta el aporte financiero que deben brindar las Facultades por ingresos relacionados con Educación Continua.

Para el caso de la Facultad de Estudios Técnicos y Tecnológicos, en el 2021 la meta de contribución por Extensión fue de \$385.200.000, de este monto a nivel general se obtuvo un cumplimiento del 84% representado en \$323.579.674. En dicho año, la Tecnología en Gestión Gastronómica ofertó 9 propuestas en modalidad remota y presencial, desarrollándose con éxito y realizando un aporte de \$28.800.000, lo que representa aproximadamente el 9% de la contribución de la Facultad. El 91% restante se dio gracias a una consultoría ejecutada por otro programa de la dependencia.

Sumado a los anteriores factores, la pandemia afectó el desarrollo de programas de educación continua presenciales. A mediados del 2020 debido a las particularidades de las condiciones de aislamiento, se presentó demanda de personas interesadas en temas gastronómicos, teniendo como característica que la modalidad solicitada fue remota y virtual, sin embargo, la mayoría de estas ofertas se brindaron de manera gratuita, esto para el caso de la universidad y otras instituciones a nivel regional y nacional.

Desde el 2019 el programa ha participado constantemente en Educación Continua con el curso de "Manipulación de alimentos". Sin embargo, es constante observar en el medio que otras instituciones locales de naturaleza técnica ofertan cursos, talleres y diplomados en el área de gastronomía. Por esta razón se identifica una oportunidad para fortalecer los diseños de las propuestas por parte de la Tecnología en Gestión Gastronómica que impacten a la población, respondiendo a las necesidades del entorno y brindando un mayor aporte al sector productivo, igualmente cumpliendo a los indicadores solicitados por la dirección universitaria.

Es relevante destacar que a nivel mundial se ha dado un auge de las capacitaciones por medio de talleres, cursos cortos y seminarios, con el fin de lograr un conocimiento en un área específica que le permita una vinculación rápida al sector productivo, o en el caso de los profesionales actualizar sus conocimientos fomentando la formación a lo largo de la vida.

Actualmente, la Tecnología en Gestión Gastronómica no posee un portafolio pertinente de programas de Educación Continua teniendo en cuenta las necesidades que reportan los estudiantes, graduados de los programas de gastronomía UNAB y empresarios del gremio.

1.2 Pregunta Orientadora

¿Cómo se podría fortalecer la oferta de Educación continua en el programa Tecnología en Gestión Gastronómica de la Universidad Autónoma de Bucaramanga?

1.3 Justificación

La Universidad Autónoma de Bucaramanga goza de Acreditación de alta calidad gracias a la cultura de mejoramiento continuo y autoevaluación, se caracteriza por brindar alianzas y apoyo a las necesidades del sector productivo y de la sociedad mediante sus ejes misionales: la docencia, investigación y extensión. Este último eje establece una conexión en doble vía entre la Universidad (conocimiento) y las organizaciones (experiencia) que promuevan la aplicación del saber en el hacer (UNAB, 2022). A continuación, en la figura 1 *Mapa de procesos institucional UNAB*, se reflejan los ejes mencionados anteriormente:

Figura 1 Mapa de procesos institucional UNAB



GEI01-01-DR-01 Versión: 3, 6 de diciembre 2021

Fuente: (UNAB, 2021)

Como eje misional, Extensión UNAB ofrece formación y consultoría en las diferentes áreas del conocimiento, bajo altos estándares de calidad. Se caracteriza por ser un equipo socialmente responsable que brinda soluciones integrales a las necesidades de la región y el país, con actividades académicas, culturales y de prácticas académicas en las que se garantiza la inclusión, innovación y mejoramiento de competencias (UNAB, s.f.). A continuación, en la figura 2 *Gestión de la extensión en la UNAB* se presenta la caracterización de los procesos de gestión que se realiza desde este eje misional.

Figura 2 *Gestión de la Extensión UNAB*



Fuente: (UNAB, 2021)

Se destaca la administración que se hace del portafolio y la presentación de propuestas por parte de Extensión para conseguir la venta de servicios, en cuanto a la educación para el trabajo y el desarrollo humano constantemente se proyecta la inscripción en cursos abiertos o cerrados según la oferta. Se resalta la gestión que se realiza para alcanzar la obtención y asignación de recursos, frente a Consultorías el objetivo es lograr la ejecución con éxito y control de proyectos de este ámbito. Finalmente, desde Extensión Universitaria se incentiva la promoción de la cultura y tiene como propósito gestionar eventos culturales para la comunidad, referente a la responsabilidad social universitaria, se establecen alianzas con empresas y proyectos de voluntariados que impactan positivamente la sociedad.

De la Extensión surge la Educación Continua, esta se genera y mantiene apoyando las necesidades del mercado y la sociedad, brindando actualizaciones de competencias a gremios, empresas, comunidades y buscando encontrar soluciones a diversos problemas. Igualmente, se destaca como la oferta de educación para el trabajo y el desarrollo humano, que tiene a modo de propósito contribuir a la formación y actualización de las personas interesadas, se desarrolla para satisfacer los requerimientos del entorno social y productivo en los diferentes campos del conocimiento.

La oferta de Educación Continua se brinda con la finalidad de complementar, actualizar, ofrecer conocimientos, y formación en aspectos académicos o laborales, pero que no conduce a la obtención de un título, sino a un certificado de participación o asistencia (independiente de los niveles y grados establecidos en el Sistema Colombiano de Educación).

En el año 2020, Extensión Universitaria UNAB, como eje misional, consolidó sus resultados y aportó a la estrategia de crecimiento de la organización, logrando mayor alcance en el mercado con los productos y servicios ofrecidos, lo que permitió profundizar los diálogos con el sector productivo y con la sociedad. Los efectos se hicieron evidentes al extender la operación a los siguientes municipios: Barrancabermeja, Puerto Wilches, Arauca, Yopal y San Gil. En Barrancabermeja, en alianza con la Caja de Compensación Familiar de Barrancabermeja (Cafaba), se impulsaron procesos de capacitación corporativa, en la que se adquirieron habilidades, conocimientos y destrezas para el desempeño laboral. La efectiva evolución en el número de programas ofertados en Barrancabermeja y Puerto Wilches se evidencia en un

incremento de 17 programas en el 2017 a 29 programas en el 2018, 46 en el 2019 y 89 programas en el 2020.

A nivel general se ofertaron 119 programas de Educación Continua de la oferta abierta y corporativa, de los cuales participaron 3.553 personas. Por otra parte, se intervinieron 20 empresas con programas de capacitación empresarial y lograron desarrollarse diez procesos de consultoría, en diferentes sectores económicos, con una participación del 24% del sector público, 24% del sector servicios, 36% sector salud y 16% de otros sectores.

Frente a las cifras de Educación continua UNAB, se observa en la tabla 1: *Número de programas de educación continua, proyectos de consultoría, personas y empresas atendidas en el 2019 y 2020*, el aumento de personas impactadas, sin embargo, se refleja una disminución en las empresas y consultorías realizadas. Igualmente, se resalta que la oferta principalmente se brindó en modalidad presencial.

Tabla 1 *Número de programas de educación continua, proyectos de consultoría, personas y empresas atendidas en el 2019 y 2020.*

	IMPACTO 2019		IMPACTO 2020	
	Personas	Empresas	Personas	Empresas
Modalidad Presencial				
Educación Continua	2491	18	3556	12
Proyectos de Consultoría		12		8
TOTAL	2491	30	3556	20

Fuente: (Documentación interna UNAB, 2021)

En cuanto a la Facultad de Estudios Técnicos y Tecnológicos, en el período 2020 se diseñaron 19 nuevos programas de Educación Continua, ocho de ellos se ofertarían en el Campus UNAB Bogotá, sin embargo, no se inició ningún curso en dicha ciudad. En el 2021 la Facultad ofertó 20 propuestas, de los cuales 9 cursos se ejecutaron en modalidad remota y

presencial desde el programa de Tecnología en Gestión Gastronómica (8 cohortes del curso de manipulación de alimentos y 1 cohorte de seminario en camarería), ese año la contribución de la Facultad por Educación continua fue de \$323.579.674, de este monto, \$28.800.000 fueron aportes de la Tecnología en Gestión Gastronomía equivalente al 9% aproximadamente.

No obstante, en el 2021 el programa Tecnología en Gestión Gastronómica propuso cinco cursos por Educación Continua, sin embargo, no todos se ofertaron con éxito, a continuación, en la Tabla 2 se exponen los programas de Educación Continua propuestos por la Tecnología en Gestión Gastronómica para el 2021.

Tabla 2 *Programas de extensión propuestos por la Tecnología en Gestión Gastronómica UNAB en el 2021*

EVENTO	MODALIDAD	NOMBRE	INTENSIDAD
Curso	Remoto	Manipulación de alimentos	10 horas
Curso	Presencial	Buenas Prácticas de Manufactura	20 horas
Curso	Remoto	Pastelería	9 horas
Curso	Remoto	Cocina Francesa	9 horas
Curso	Remoto	Panadería	9 horas

Fuente: (Documentación interna UNAB, 2021)

A continuación, en la tabla 3 se expone los aportes generados por la Tecnología en Gestión Gastronómica en los periodos correspondientes entre 2019 y 2021. Se identifica como curso sello al programa “Manipulación de alimentos”, una formación solicitada continuamente por empresas de producción, servicio, transporte y venta de alimentos según solicitud de la normatividad vigente.

Tabla 3 Aportes de la Tecnología en Gestión Gastronómica en los periodos correspondientes entre 2019 y 2021.

Año	Programa	Cohortes	Aporte por curso	Aporte total programa
2019	Curso manipulación de alimentos	9	\$3.000.000	\$27.000.000
	Taller mesa y bar	1	\$3.000.000	\$3.000.000
2020	Curso manipulación de alimentos	7	\$3.200.000	\$22.400.000
2021	Curso manipulación de alimentos	8	\$3.200.000	\$25.600.000
	Seminario en camarería	1	\$3.200.000	\$3.200.000

Fuente: (Documentación interna UNAB, 2022)

Se resalta que los docentes del área de gastronomía, según la medición de capacidades institucionales, cuentan con experiencia y conocimientos en las áreas de cocina colombiana, internacional, pastelería y repostería, manipulación de alimentos y HACCP, control de costos, entre otros temas.

En cuanto a responsabilidad social universitaria, debido a la pandemia por Covid-19, durante el 2020 la Tecnología en Gestión Gastronómica realizó 40 webinars de acceso libre ante la situación de salud pública que se vivía en ese momento. Las sesiones en línea abrieron espacios para que las personas interesadas en la cocina pudieran estar conectadas aun en cuarentena, se logró una participación global de más de 1750 asistentes.

El presente Trabajo de grado integra la creación de propuestas de Educación Continua con las que se espera aumentar la participación de la Tecnología en Gestión Gastronómica en el mercado de los cursos cortos, seminarios y talleres, mediante estrategias pertinentes con el fin de mejorar la contribución por este rubro y satisfacer las necesidades de la población demandante.

1.4 Objetivo General

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.

1.5 Objetivos específicos

- 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.
- 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.
- Realizar el presupuesto de los cursos de Educación Continua propuestos desde el área de gastronomía identificando el margen de contribución, excedente y tarifa.

En el marco del trabajo de grado, el programa Tecnología en Gestión gastronómica estableció un portafolio que permitirá brindar una oferta en educación continua pertinente a las necesidades del mercado, apuesta que impactará positivamente en los indicadores de gestión solicitados por la universidad.

Capítulo II: Marco de referencia

En el presente capítulo se expone el marco de referencia, el cual enlaza los marcos teórico, conceptual, legal, así como los antecedentes que relacionan las particularidades de la educación continua. Igualmente, se realiza una revisión de las características de las modalidades y la clasificación de los tipos de programas que se brindan por Educación Continua.

2.1 Marco teórico

Según (Mosquera Abadía & Carvajal Ordoñez, 2021) “la extensión es una de las misiones sustanciales de la universidad, es el eje que materializa la proyección social en estas instituciones, su origen se puede ubicar de forma implícita desde los primeros vestigios de universidad, que se remontan a la Academia de Platón, hasta la inclusión explícita en los modelos de universidad del siglo XIX, que atendieron los cambios del entorno social, político y económico. El análisis de la universidad se aborda desde su conceptualización como organización cerrada y el sentido elitista reinante de la edad media, hasta la teoría donde se concibe la universidad como organización con sentido social y abierta, que permanece en interacción constante con el entorno, requiriendo una serie de cambios a nivel interorganizacional”.

Así mismo, (Gamboa Delgado, 2017) afirma que son escasos los espacios en que se tratan los factores de éxito en el ámbito de la educación continua y temas como la evaluación

de las necesidades, la estructuración de la oferta pertinente o la inserción de herramientas tecnológicas para la gestión de los programas abiertos.

Por otro lado, los programas de educación continua en el país son usualmente ofrecidos por las instituciones universitarias o universidades, sin embargo, las instituciones de formación para el trabajo y el desarrollo humano actualmente ofrecen cursos cortos y diplomados a nivel nacional.

En el panorama regional, el Departamento de Santander ha concentrado paulatinamente una serie de instituciones universitarias con las que se comparte el interés de llevar a cabo programas de educación continua. En este sentido, la Red de Universidades UNIRED (2016) se declara como articuladora de la educación y la investigación para el desarrollo en su área de influencia. Hasta el 2021 UNIRED articulaba 8 universidades de Santander y Norte de Santander, seis de las cuales se encontraban ubicadas en el perímetro de Bucaramanga y su área metropolitana; la Universidad Pontificia Bolivariana UPB, Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB, Universidad de Santander UDES, Universidad Santo Tomás USTA, Universidad Industrial de Santander UIS y Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO. Desde mayo de 2017, la UNAB integra la Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa, RECLA, con el propósito de conocer acerca de formación continua, modelos de éxito en extensión, gestión comercial, políticas, procesos de autoevaluación, indicadores sobre el sector y participar en los proyectos y actividades que enriquezcan estas líneas en la comunidad de universidades. (Gamboa, 2017).

En cuanto a las modalidades de educación continua, se resalta la “abierta” conformada por programas de capacitación dirigidos a la comunidad en general y la “corporativa” integrada por programas de formación dirigidos a organizaciones públicas o privadas.

El proceso para el ingreso a un programa de Educación Continua se basa en los siguientes pasos: inscripción, admisión y matrícula. En la inscripción, el aspirante manifiesta su interés en participar en un programa de educación continua mediante el medio establecido por el establecimiento dentro de las fechas de fomento del programa. La admisión se lleva a cabo una vez sean revisados las condiciones específicas de cada propuesta, esta se le oficializa al aspirante por medio de una comunicación y posteriormente se expide el recibo de pago. La matrícula se realiza una vez el aspirante se admite al programa y al constatar el pago de los derechos correspondientes dentro de las fechas establecidas (Universidad del Rosario, 2021).

Por otro lado, es relevante resaltar el papel de la gastronomía en los procesos de Educación Continua. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Conllevan un espíritu de colaboración para elegir las mejores opciones con el fin de mejorar la vida, de manera sostenible, para las generaciones futuras. Los 17 objetivos se basan en los logros del Desarrollo Sostenible. El cuarto objetivo “Educación de Calidad”, tiene como propósito asegurar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida.

Debido a la dinámica creciente del turismo en Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo estableció el plan estratégico para la construcción del producto turístico

gastronómico nacional 2014–2018, en el documento se establecen los ejes estratégicos para el fortalecimiento de la gastronomía como producto turístico haciendo un enfoque en la formación y capacitación, desarrollo empresarial, la calidad e identidad así mismo el eje estratégico para la promoción del turismo gastronómico colombiano.

Adicionalmente, en la Política de Turismo Cultural, se plantea el fortalecimiento de la gastronomía tradicional en los destinos turísticos culturales: “La gastronomía tradicional colombiana ha sido un elemento fundamental para reforzar tanto nuestra identidad nacional como las identidades regionales y, por lo tanto, ha jugado un papel fundamental como atractivo turístico”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2007). Paralelamente, la Política de Turismo y Artesanías, describe a la “gastronomía como oficio artesanal en Colombia”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009),

Se destaca que el Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad se relaciona con los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS: Trabajo Decente y Crecimiento económico, así como producción y consumo responsable.

Desde otra perspectiva, es evidente que el sector gastronómico es sin dudas uno de los más golpeados por la pandemia que a partir de marzo 2020 estuvo afligiendo la economía de las empresas relacionadas con el sector, de esta manera en diálogos con empresarios manifestaron la necesidad de formar personal que en menor tiempo y con las competencias genéricas y específicas adecuadas, puedan apoyar y aportar en la reconstrucción financiera y misional de estas organizaciones, que además participan significativamente al empleo nacional.

2.2 Marco conceptual

A continuación, según (Suárez Ortega, 2020) se establecen las definiciones para los diferentes tipos de programa que se ofertan en educación continua:

Programa: Propuesta diseñada para brindar oportunidades para complementar, actualizar, perfeccionar, renovar o profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas.

Diplomado: Programa que se realiza para actualizar y profundizar conocimientos, desarrollar o mejorar habilidades, capacidades y destrezas de profesionales, investigadores, profesores, técnico, público en general, entre otros, con rigor académico y metodológico, permitiendo generación de competencias. Tiene una duración de 80 horas en adelante.

Curso: Programa que tiene como propósito la adquisición de conocimientos nuevos o la actualización de los ya existentes sobre una temática determinada. Estos programas se desarrollan con una duración horaria a partir de 16 horas en adelante, cuando el programa tiene un desarrollo en 40 horas o más, se anticipa que logrará nuevas competencias en la población intervenida.

Seminario: Programa de corta duración, enfocado al aprendizaje de un grupo de personas a partir de su propia interacción; el docente, junto a los participantes, aportan sus conocimientos y experiencias en el tema central del programa. Su duración es de 10 a 20 horas.

Taller: Se basa en el desarrollo de habilidades a partir de la realización de actividades prácticas, específicas, que dan lugar a un acercamiento vivencial de los conocimientos. Las actividades son propuestas por el docente que acompaña a los participantes asesorándolos durante el proceso. Su duración es de 4 a 12 horas.

Seminario taller: Este programa combina los dos anteriores, permitiendo un aprendizaje de conocimientos teóricos y a su vez la realización de actividades prácticas para el afianzamiento del conocimiento. Su duración es de 4 a 16 horas.

Simposio: Grupo de actividades de difusión e intercambio de experiencias de participación masiva, en torno a un tema específico. Puede estructurarse, con base en conferencias, mesas redondas, paneles, entre otros. Su intensidad horaria es de 4 a 8 horas.

Congreso: Espacio reúnen para debatir cuestiones previamente fijadas, temas técnicos o ponencia de resultados de procesos investigativos. Su intensidad es de 8 a 16 horas.

Panel: Es una discusión informal, realizada por un grupo de Especialistas o Expertos, para analizar los diferentes aspectos de un tema, aclarar controversias o tratar de resolver problemas de su interés. Su duración de 2 hasta 8 horas.

Conferencia: Este tipo de programa puede estar dado por exposiciones orales desarrolladas por un experto en el tema. Su propósito se enfoca en introducir un argumento, transmitir contenidos teóricos, narrar experiencias, entre otros. Su intensidad horaria es de 1 a 3 horas.

2.3 Marco legal

A continuación, se expone el marco legal que se relaciona con la propuesta de investigación:

El 6 de enero del 2022 se dio a conocer la Ley 2184, por medio de la cual se dictan normas encaminadas a fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de

los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones. Según (DAPRE – Presidencia de la República , 2022) en el artículo 25 se establece que “el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y las instituciones educativas que ofrezcan programas de Educación Superior, Formación para el Trabajo, de Formación Profesional Integral, de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano – ETDH, en el marco de su autonomía, impulsarán el desarrollo de investigaciones para fortalecer el conocimiento sobre los aspectos de los procesos productivos asociados a los oficios y sus saberes con el fin de garantizar la valoración, promoción, sostenibilidad y salvaguardia de los mismos, así como orientar los procesos de desarrollo e implementación de política pública en la materia”.

Por otro lado, el Decreto 1075 de 2015 Sector Educación incorpora las modificaciones introducidas al decreto único reglamentario del sector Educación a partir de la fecha de su expedición. En el título 4 “programas de formación” se resalta que las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano podrán ofrecer programas de formación laboral y de formación académica. Según (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2015) la oferta de educación informal tiene como objetivo brindar oportunidades para complementar, actualizar, perfeccionar, renovar o profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas. Hacen parte de esta oferta educativa aquellos cursos que tengan una duración inferior a ciento sesenta (160) horas.

Así mismo, la Ley 1064 de 2006 y el Decreto reglamentario 2888 de 2007 autorizan a las instituciones de educación superior para la realización de programas de educación para el

trabajo y el desarrollo humano como parte de la formación por ciclos propedéuticos (Ministerio de Educación Nacional MEN)

En cuanto a la Ley 115 de 1994, se considera a la educación "no formal" como parte de la formación de un individuo en los ámbitos cultural, social e integral y se ratifica a las universidades dentro del conjunto de entidades para ofrecer los programas de Educación Continua.

Finalmente, la ley 30 de 1992 dispone que las Instituciones de Educación Superior pueden desarrollar cursos de extensión como son los programas de educación permanente, cursos, seminarios, y demás programas destinados a la difusión de los conocimientos, al intercambio de experiencias, así como las actividades de servicio tendientes a procurar el bienestar general de la comunidad y la satisfacción de las necesidades de la sociedad (Ministerio de Educación Nacional MEN).

2.4 Antecedentes

A nivel internacional, se destaca el artículo de (Flores & Almeida, 2009) titulado "*La gestión de la comunicación para identificar públicos objetivo en la educación a distancia*", allí se analiza el rol estratégico de los medios de comunicación en la Universidad Virtual de Guadalajara con el objetivo de posicionar la educación en línea en campos menos deseables. Se inicia con la caracterización del público objetivo, principalmente estudiantes, en los que se identifican algunos datos generales sobre sus intereses, necesidades y actitudes del aprendizaje en línea. La investigación trata de un estudio mixto que incluye un diagnóstico de

comunicación e imagen interna, basado en entrevistas a directivos y medios de comunicación, así como la aplicación de encuestas a estudiantes, acciones que ayudaron a conectar a la organización con su público objetivo y sugerir estrategias de comunicación efectivas. Se resalta que la organización no contaba con una política integral de comunicaciones. Las comunicaciones internas no se habían resuelto y la mayoría de los esfuerzos se dirigían al exterior. Por sus propias características, no funcionaba desde una perspectiva de comunicación global y se desperdiciaban tecnologías para manejar de manera efectiva la comunicación bidireccional. Se prestaba más atención a la promoción de la educación continua, sin divulgar los resultados científicos de sus investigadores y la actividad docente de sus asesores.

Así mismo, se destaca el trabajo de grado presentado por (Gamboa Ramón, 2018) en el marco de la Maestría en profesional en finanzas titulado "*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*". En la investigación se realizó un análisis de la gestión financiera de una empresa costarricense de reciente creación dedicada a la Educación Continua. Posterior al análisis financiero (basado en información correspondiente a los periodos 2016, 2017 y primer trimestre del 2018), se planteó una propuesta para mejorar aspectos que podían optimizarse para que la compañía fuese más competitiva.

A nivel nacional se menciona el trabajo de grado realizado por (Lopera Londoño & Quiroz Gil, 2013) titulado "*Caracterización de un modelo de gestión del conocimiento aplicable a las funciones universitarias de investigación y extensión: caso Universidad CES*" en el marco

de la Maestría en Dirección Universidad CES – Universidad del Rosario. Este documento presenta algunos de los modelos más importantes de gestión del conocimiento: el Balanced Score card de Kaplan y Norton, así como una propuesta teórica para describir un modelo de gestión del conocimiento aplicable a las funciones de investigación y extensión en la Universidad del CES – Medellín, a través de un estudio cualitativo, a partir de correlaciones entre la teoría de la gestión del conocimiento, que incluye modelos y análisis de las características de la Universidad CES, y revisión sistemática de grupos focales y literatura.

Igualmente, (Chacón Ruiz, 2012) en el proyecto de grado “*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*” realizado en el marco de la Maestría en Dirección y Gerencia de la Universidad del Rosario, analiza la existencia del concepto de comunidad en la definición de Educación Continua, así como la forma en que las instituciones de educación superior abordan esta área. Para ello se empleó un método de estudio y análisis de caso, seleccionando uno representativo. Se concluyó que la definición de Educación Continua incluye conceptos comunitarios, que las instituciones utilizan estos conceptos en su concepción de la Educación Continua y que el uso de estrategias comunitarias afecta positivamente en la relación de la educación continua con el entorno.

Por otro lado, se resalta el artículo elaborado por (Ortiz Riaga & Morales Rubiano, 2011) como resultado parcial del proyecto institucional que adelantaron dentro de la Universidad Militar Nueva Granada, sobre Integración, Universidad, Empresa y Estado, titulado “*La extensión universitaria en América Latina: concepciones y tendencias*”. En el documento se hace una

exploración del desarrollo de la Extensión universitaria en las universidades latinoamericanas y se describen los avances en las universidades colombianas. Igualmente, se realizó una revisión bibliográfica apoyada en fuentes secundarias, incluyendo artículos de resultados de búsqueda en bases de datos científicas y la literatura institucional. En este sentido, se identificaron algunos conceptos y modelos, así como experiencias específicas en el avance extensionista y perspectivas vistas para potenciar esta función. En síntesis, se debe propiciar una lectura cuidadosa de las necesidades del entorno y proponer soluciones a problemas específicos de los países latinoamericanos, de manera unidireccional que enriquece a la universidad y a la sociedad en general.

En relación con antecedentes locales, se destaca el proyecto de grado de (Carrillo Caicedo, 2019) en el marco de la Maestría en Administración de Empresas titulado "*Portafolio para educación continua con modelo de formación dual para la Universidad Autónoma de Bucaramanga*" la propuesta tenía como objetivo diseñar un portafolio para Educación Continua en modalidad dual que apoyaría la generación de ingresos al eje misional de Extensión. Inicialmente, el autor da a conocer la historia de la formación dual a nivel internacional, nacional y local para establecer las características principales y beneficios al momento de la transferencia y apropiación de conocimiento a los colaboradores, se determinó cuáles eran las temáticas de mayor interés en los empresarios locales y sus necesidades de formación. La investigación estuvo apoyada en un análisis de competidores el cual permitió identificar cuál era la oferta actual del mercado en cuanto a su portafolio, considerando los precios, productos, tiempos, experiencia, variedad y metodología.

En conclusión, este marco de referencia se basó en autores que dan cuenta de los antecedentes y generalidades de la Educación Continua como articulación de extensión universitaria a manera de eje misional en el caso de la UNAB, y así consolidar la integración entre la universidad, empresa y estado.

Capítulo III: Diseño Metodológico

En el presente capítulo se expone el método de investigación utilizado para el desarrollo del proyecto, así como la caracterización de la población e instrumentos de recolección de información que se implementaron para la consecución de los objetivos.

3.1 Método de investigación

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. La investigación descriptiva se basa en gran medida en técnicas como encuestas, entrevistas, observaciones y revisión documental.

Debido al enfoque se diseñaron instrumentos de recolección de información cuantitativos y cualitativos. Inicialmente, con el fin de identificar la necesidad de formación en Educación Continua en el área de gastronomía de acuerdo con los grupos de interés, se realizó un benchmarking de la oferta ofrecida por instituciones locales, así mismo se llevaron a cabo entrevistas no estructuradas a jefes de dependencias UNAB. Posteriormente, se aplicaron encuestas a personas interesadas y relacionadas con el área (estudiantes y graduados de programas de gastronomía UNAB, igualmente a representantes empresariales del gremio).

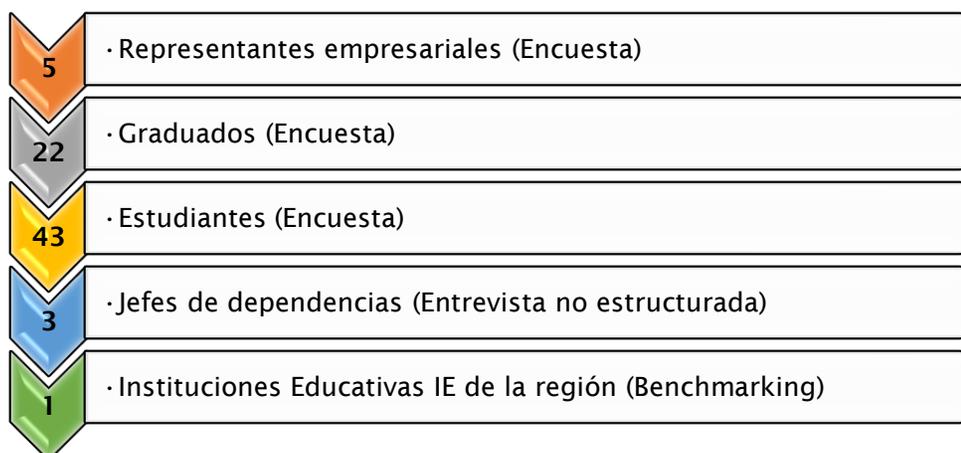
Teniendo en cuenta los resultados derivados de la aplicación de los diversos instrumentos, se diseñó un portafolio piloto de 7 programas de Educación Continua como oferta de valor para la Tecnología en Gestión Gastronómica con el fin de responder al mercado cumpliendo con las necesidades de los grupos de interés.

Finalmente, se realizó la presupuestación de los cursos de Educación Continua propuestos desde el área de gastronomía con el fin de identificar el margen de contribución, excedente y tarifa.

3.2 Población y muestra

Para el desarrollo de la investigación la población objetivo se centró la Universidad Autónoma de Bucaramanga, como se muestra en la figura 3 *Muestra proyecto de investigación*, se indagó sobre las necesidades del sector productivo, por ende, se aplicó el instrumento de encuesta a 5 representantes empresariales con los cuales hay convenio de práctica, así mismo en cuanto a los graduados, se tuvieron 22 participaciones, frente a 43 aportes de estudiantes de los programas de gastronomía UNAB. Igualmente, se realizaron 3 entrevistas no estructuradas a jefes de dependencias relacionados con los procesos de Educación Continua.

Figura 3 *Muestra proyecto de investigación*



Fuente: (Autora, 2022)

3.3 Instrumentos de recolección de información

A continuación, se mencionan los instrumentos de recolección de información que se emplearon para el desarrollo del proyecto:

3.3.1 Encuesta

Según (Lopez Roldan & Fachelli, 2015), la encuesta se considera una técnica de recolección mediante el interrogatorio de sujetos cuyo objetivo es obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos derivados de un problema de investigación. La recolección de los datos se realiza por medio de un cuestionario (herramienta de recogida de los datos – medición). Se resalta la importancia del diseño de la muestra, la construcción del cuestionario, la medición y construcción de indicadores y escalas, la codificación, la organización y seguimiento del trabajo de campo, la preparación de los datos para el análisis, técnicas analíticas, software de registro y presentación de resultados.

Entre los tipos de encuesta, una de la más destacada es la directa, la cual se realiza en el mismo espacio y tiempo del entrevistado y el entrevistador; mientras que en la entrevista por correo electrónico no existe el entrevistador, es autoadministrada y en cuanto a la encuesta telefónica, se ejecuta en el mismo tiempo, pero en diferentes espacios.

En el marco del presente trabajo de grado se realizaron encuestas a estudiantes, graduados de gastronomía UNAB y representantes del sector productivo frente a la percepción sobre las necesidades de formación en Educación Continua. Las encuestas se llevaron a cabo mediante la aplicación de un cuestionario por correo. Para más información por favor dirigirse a Anexos.

Anexo 1 Encuesta formulada a estudiantes de programas de gastronomía UNAB.

Anexo 2 Encuesta formulada a graduados de programas de gastronomía UNAB.

Anexo 3 Encuesta formulada a representantes empresariales del gremio gastronómico.

3.3.2 Entrevista no estructurada

Según (Hernandez Sampieri, 2014) la entrevista es una técnica de tipo cualitativo, que tiende a parecerse a una conversación, en la que interactúan dos o más interlocutores, los roles en esta técnica se denominan entrevistador y entrevistado, el tema general puede guiarse por una lista de preguntas preparadas o que surgen durante la entrevista. Así mismo, (Folgueiras Bertomeu) expone que las entrevistas en profundidad o no estructuradas se realizan sin guion previo, sigue un patrón de conversación entre iguales. En este modo, el papel del entrevistador no es solo obtener respuestas, sino también saber que preguntas hacer o no hacer. En la entrevista en profundidad no hay un guion determinado, sino una serie de temas con posibles preguntas que se le pueden hacer al entrevistado. Entonces, dependiendo hacia donde vaya la entrevista, el entrevistador debe explorar diferentes temas trabajados. Por lo tanto, la entrevista se construye simultáneamente a partir de las respuestas de los entrevistados. Se resalta que las respuestas son abiertas y no hay un tipo de respuesta preestablecido.

Según (Ruiz Olabuenaga, 2012), algunos de los objetivos de la entrevista en profundidad son: comprender más que explicar, buscar respuestas subjetivamente honestas, obtener respuestas emocionales en lugar de racionales, preguntar sin un patrón fijo de respuesta, controlar el ritmo de la entrevista en relación con las respuestas recibidas, modificar el orden y carácter de las preguntas, interrumpir cuando se hace una introducción o definir algo o redirigir el tema, explicar el sentido de la pregunta tanto como sea necesario y permitir crear juicios de valor u opiniones, encontrar un equilibrio entre familiaridad y profesionalidad.

Se realizaron 3 entrevistas a jefes de dependencias UNAB relacionados con los procesos de Educación Continua, en estos espacios se recolectó información pertinente para el desarrollo de propuestas para el portafolio, así como posibles mejoras que fortalecerán la oferta de la Tecnología en Gestión Gastronómica.

3.3.3 Benchmarking

En 1979 apareció por primera vez el término Benchmarking, cuando la empresa Xerox comenzó a cuestionar su modelo de negocio, debido a que vendía sus productos y servicios por debajo de los cargos de fabricación; este evento creó un punto de inflexión para el desarrollo de Benchmarking. Al examinar cuidadosamente la composición de las máquinas de la competencia, encontraron nuevos elementos que podrían hacer que las máquinas fueran más baratas de fabricar. A partir de ese momento, la empresa Xerox ordenó la implementación del Benchmarking en todas las unidades de negocio (De Cárdenas, 2006).

El benchmarking es un estudio sobre los competidores que se usa para conocer las estrategias y las mejores prácticas utilizadas por ellos. Si bien la UNAB es la única universidad de la región con oferta tecnológica en gastronomía, se presenta una competencia directa en los programas de Educación Continua con algunas Instituciones de Formación para el Trabajo y Desarrollo Humano de la ciudad. Con el fin de identificar la necesidad de formación en educación continua en el área de gastronomía, se realizó un benchmarking de la oferta de educación continuada en diferentes modalidades a nivel local.

3.4 Análisis de datos

Al ser de enfoque mixto, 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, así como a 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, tabulación 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 la síntesis se evidencia en una imagen.

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, teniendo en cuenta los requerimientos de la Dirección financiera.

Se resalta la importancia de definir adecuadamente el enfoque y método de la investigación, así como los instrumentos de recolección de información y su respectivo análisis de datos para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Capítulo IV: Resultados

En el presente capítulo se dan a conocer los resultados del proyecto de grado, según los objetivos que se plantearon inicialmente, se identificó la necesidad de formación en Educación Continua en el área de gastronomía, seguidamente se realizó el diseño de una oferta portafolio con las propuestas trazadas desde el área de gastronomía y el presupuesto de los cursos de Educación Continua con el fin de identificar el margen de contribución, excedente y tarifa.

4.1 Identificación de la necesidad de formación en Educación Continua en el área de gastronomía

A continuación, se detallan los resultados obtenidos según los instrumentos aplicados para identificar la necesidad de formación en Educación Continua en el área de gastronomía.

4.1.1 Encuestas realizadas a representantes del sector productivo

A continuación, se presenta en la tabla 4 la *ficha técnica de la encuesta aplicada a los representantes del sector productivo*.

Tabla 4 Ficha Técnica encuesta para la recolección primaria de datos y/o información de empresarios del sector gastronómico. Colombia. 2022

Nombre de la encuesta	Encuesta para la recolección primaria de datos y/o información de empresarios del sector gastronómico.
Universo (Mercado potencial)	Bucaramanga
Universidad de muestreo	Representantes empresariales del gremio gastronómico
Área de cobertura	Local
Técnica de recolección de datos	Encuesta enviada por correo electrónico corporativo
N° de encuestas realizadas	5

Objetivo de la encuesta	Conocer la percepción frente a la necesidad de formación continuada
N° de preguntas formuladas	12
Tipo de preguntas aplicadas (abiertas, cerradas, de escala)	9 (cerradas), 2 (abiertas), 1 (escala)

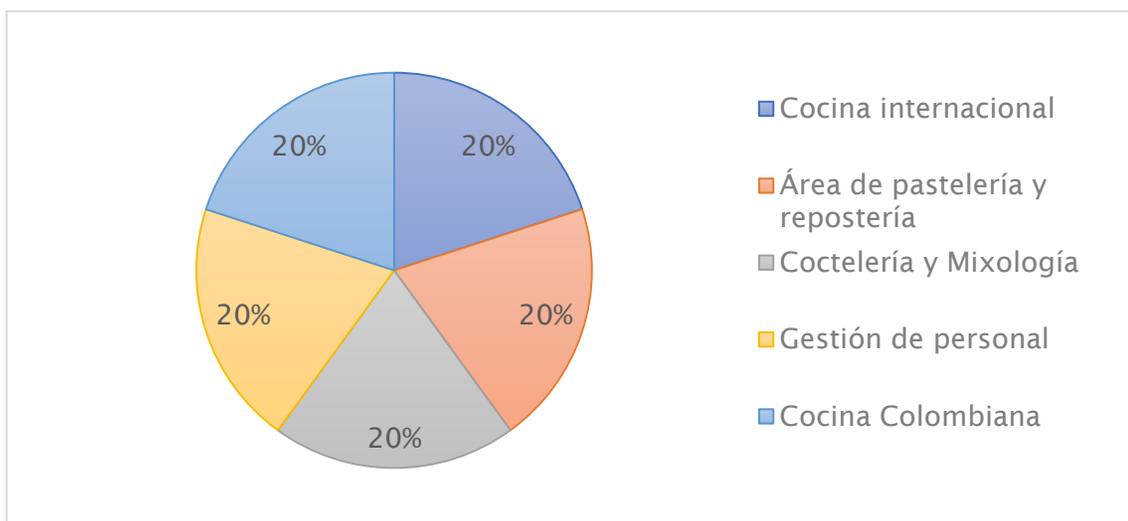
Fuente: (Autora, 2022)

A nivel general, en cuanto a la edad, el 40% de los encuestados se encuentra en un rango entre los 18 y 30 años, el siguiente 40% es mayor a 45 años y el 20% restante se localiza entre los 31 y 45 años. En relación al género, el femenino se encuentran en el grupo de 18 a 30 años y 31 a 45 años, abarcando el 60% y el masculino se halla en el rango de mayor a 45 años con 40%.

El 80% de los encuestados laboran en hotel, y el 20% en casino de alimentación, los participantes se encuentran en cargos de administrador, chef ejecutivo, auxiliar o asistente de gestión humana. Expresan que la empresa tiene la necesidad de complementar la formación de los trabajadores con cursos cortos, de este modo relacionan pertinencia en formación continuada en los campos de pastelería, costos, buenas prácticas de manufactura, cocina colombiana e internacional.

En la figura 4 se exponen los temas de interés para la empresa, según los ítems propuestos en el cuestionario 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.

Figura 4 *Temas de interés para la empresa*

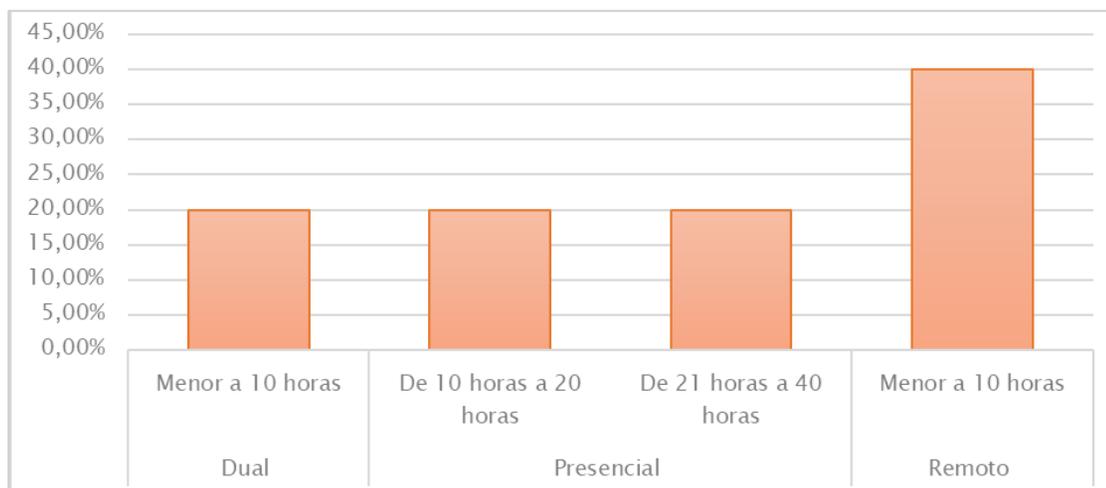


Fuente: (Autora, 2022)

Frente a la modalidad el 40% espera que se realice presencial en las instalaciones de las cocinas UNAB, el siguiente 40% remoto (docente ubicado en cocina y estudiantes conectados desde dispositivos en otros lugares) y 20% dual, según, (Carrillo Caicedo, 2019) inicialmente en el modelo dual el estudiante tiene contacto con el docente para conocer la teoría, esta etapa se denomina “Aprenda”, seguidamente el estudiante práctica en su domicilio manteniendo contacto asincrónico con el docente quien soluciona las inquietudes, etapa denominada “Practique” y posteriormente el docente hace una revisión de los productos o procesos desarrollados por el estudiante, etapa “Revise”.

En la figura 5 se establece la duración de los cursos o talleres según preferencia de la empresa. Se evidencia en 40% el enfoque del representante empresarial a que las formaciones sean remotas y menos de 10 horas.

Figura 5 Duración de los cursos o talleres según preferencia de la empresa teniendo en cuenta la modalidad.

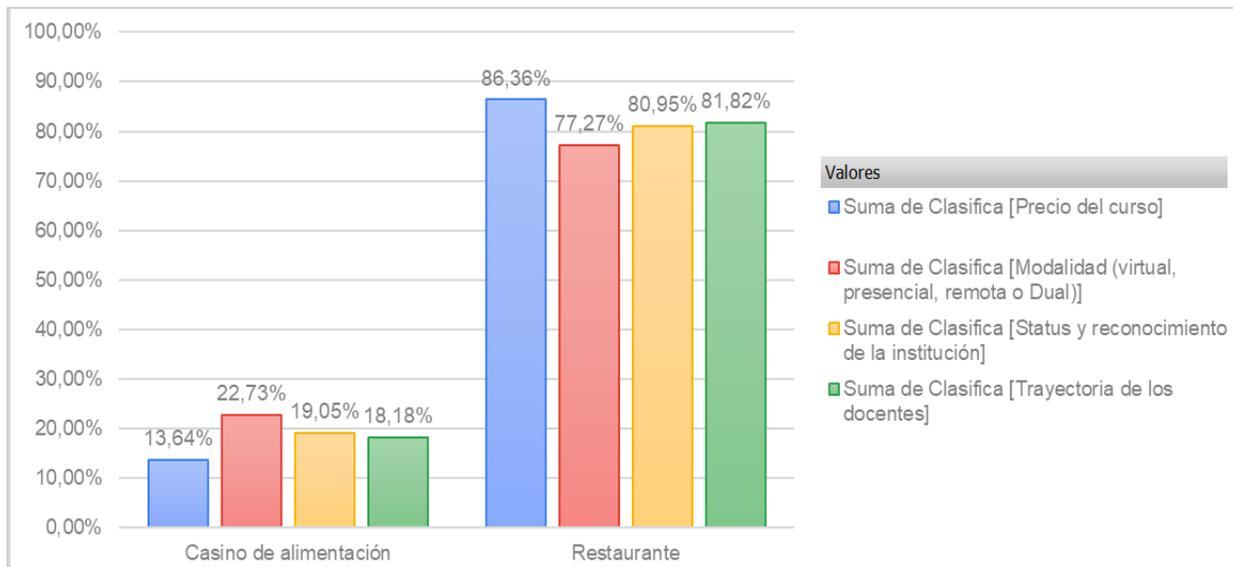


Fuente: (Autora, 2022)

Frente a la pregunta ¿Cuánto sería la inversión que harías 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.

En la figura 6 *clasificación de criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación por parte de los representantes empresariales*, se establece una diferenciación de la percepción de los casinos de alimentación vs. restaurantes, en el caso de estos últimos, es relevante elegir la formación según el tipo de modalidad (dual, virtual o remota), sin embargo, en los casinos, el factor de selección es el precio de los cursos.

Figura 6 Clasificación de criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación por parte de los representantes empresariales



Fuente: (Autora, 2022)

Frente al medio que sería el más eficaz para dar a conocer la oferta de cursos de Educación Continua, los casinos de alimentación opinan en un 20% que el medio pertinente es el boletín informativo enviado al correo corporativo, mientras que los restaurantes consideran en un 40% que es mejor informarse desde las redes sociales del programa, un 20% espera que la información sea enviada a través de un correo electrónico y un 20% mediante el boletín informativo enviado al correo corporativo.

4.1.2 Encuestas realizadas a estudiantes de programas de Gastronomía UNAB

A continuación, se presenta en la tabla 5 la *ficha técnica de la encuesta aplicada a los estudiantes de programas de gastronomía UNAB*.

Tabla 5 Ficha Técnica encuesta para la recolección primaria de datos y/o información de estudiantes de los programas de gastronomía UNAB. Colombia. 2022

Nombre de la encuesta	Encuesta para la recolección primaria de datos y/o información de estudiantes de los programas de gastronomía UNAB.
Universo (Mercado potencial)	Bucaramanga
Universidad de muestreo	Estudiantes de la Tecnología en Gestión Gastronómica y de la Profesional en Gastronomía y Alta Cocina
Área de cobertura	Local
Técnica de recolección de datos	Encuesta enviada por correo electrónico corporativo
N° de encuestas realizadas	43
Objetivo de la encuesta	Conocer la percepción frente a la necesidad de formación continuada
N° de preguntas formuladas	11
Tipo de preguntas aplicadas (abiertas, cerradas, de escala)	9 (cerradas), 1 (abiertas), 1 (escala)

Fuente: (Autora, 2022)

A nivel general, en cuanto a la edad, el 74.4% de los encuestados se encuentra en un rango entre los 18 y 30 años, en este intervalo predomina el género femenino con 39.53%. Por otro lado, el 11.6% es menor a 18 años, el 9.3% se halla entre 31 y 45 años y el 4.7% es mayor a 45 años. En relación con el género, el 53.5% es femenino y el 46.5% masculino.

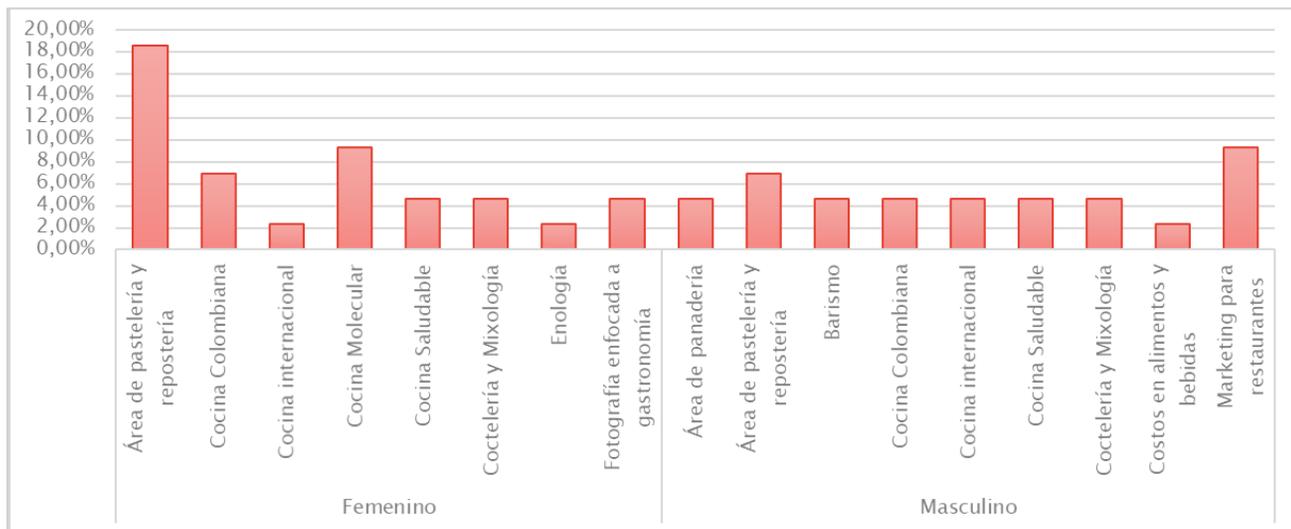
Frente a la ocupación actual, en cuanto al género femenino, el 44.19% son estudiantes, el 4.6% se encuentra en búsqueda de empleo, el 2.33% es empleado de una empresa y el 2.33% es independiente. Con respecto al género masculino, el 37.21% es estudiante, el 6.98% es empleado de una empresa y el 2.33% independiente.

El 83.7% de los encuestados expresa que tiene la necesidad de complementar la formación con un curso corto, relacionan pertinencia en formación continuada en los campos de pastelería y repostería, cocina saludable, marketing, innovación, técnicas de cocina, manejo de personal, ciencias de la cocina, cocina colombiana e internacional, conservación, buenas

prácticas de manufactura, técnicas de asados, inventarios, panadería, barismo, antropología alimentaria y costos en alimentos y bebidas, los anteriores temas se asocian con los cursos que hacen parte de los programas de gastronomía.

En la figura 7 se presentan los temas de interés para los estudiantes, según los ítems propuestos en el cuestionario, en el caso del género femenino se resalta la necesidad de formación en pastelería y repostería, y para el caso del género masculino la demanda se enfoca principalmente en marketing para restaurantes.

Figura 7 *Temas de interés para los estudiantes*



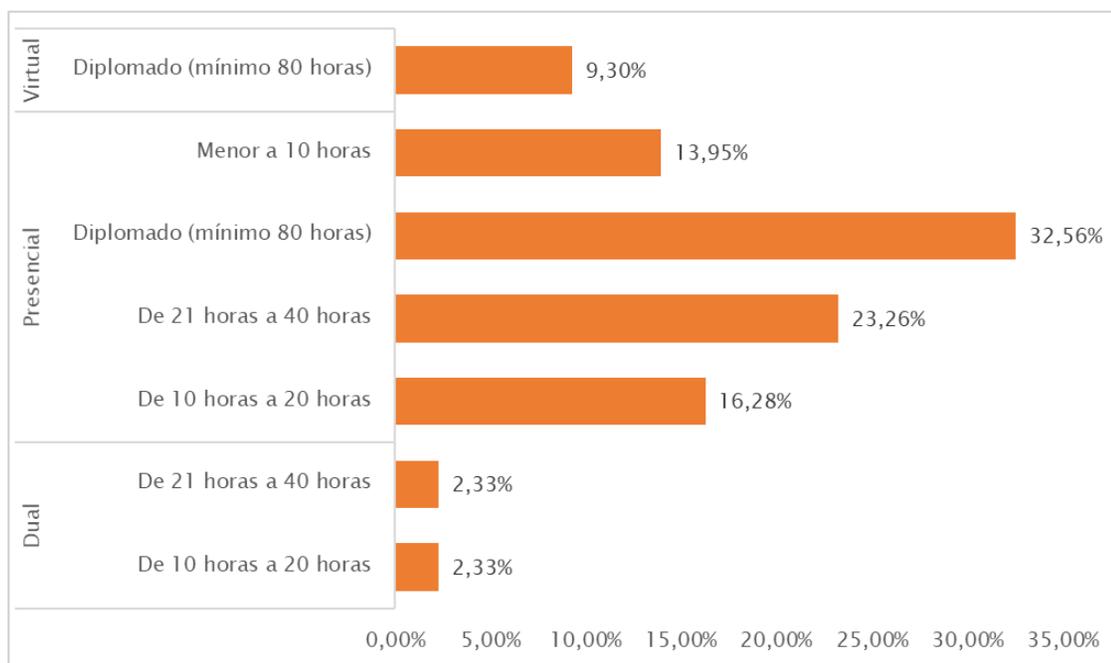
Fuente: (Autora, 2022)

Frente a la modalidad, el 86% espera que se realice presencial en las instalaciones de las cocinas UNAB, el 9.3% de manera remota y 4.7% dual. Según información de fuentes secundarias, en el Área Metropolitana de Bucaramanga la modalidad que mayor ofertan los competidores es presencial y dos cajas de compensación mantienen cursos en remoto.

En la figura 8 se establece la *duración de la formación según preferencia de los estudiantes, teniendo en cuenta la modalidad*. 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 al género masculino, el 30.23% desea hacer diplomados, por parte del género femenino la demanda se enfoca a cursos de 21 a 40 horas con 23.26%.

Figura 8 *Duración de la formación según preferencia de los estudiantes, teniendo en cuenta la modalidad.*



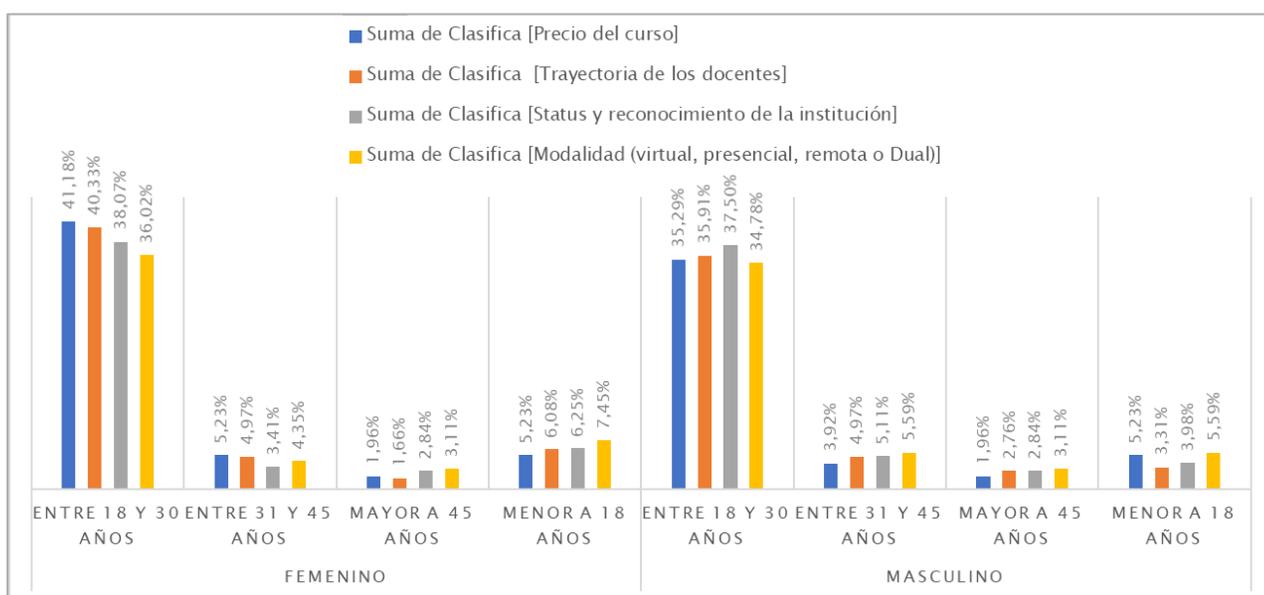
Fuente: (Autora, 2022)

Frente a la pregunta *¿Cuánto sería la inversión que harías por un curso de 10 horas?*, el 25.58% del género femenino opina que invertiría entre \$150.000 y \$300.000 y un 18.6% menos de \$150.000, en cuanto al género masculino el 20.93% pagaría menos de \$150.000 y el 18.6%

entre \$150.000 y \$300.000. Se resalta solo el 4.65% estaría dispuesto a pagar más de \$500.000.

En la figura 9 *clasificación de criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación por parte de los estudiantes teniendo en cuenta el género y la edad*, se observa el género femenino con el 53.59% seleccionando la formación teniendo 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.

Figura 9 *Clasificación de criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación por parte de los estudiantes teniendo en cuenta el género y la edad.*

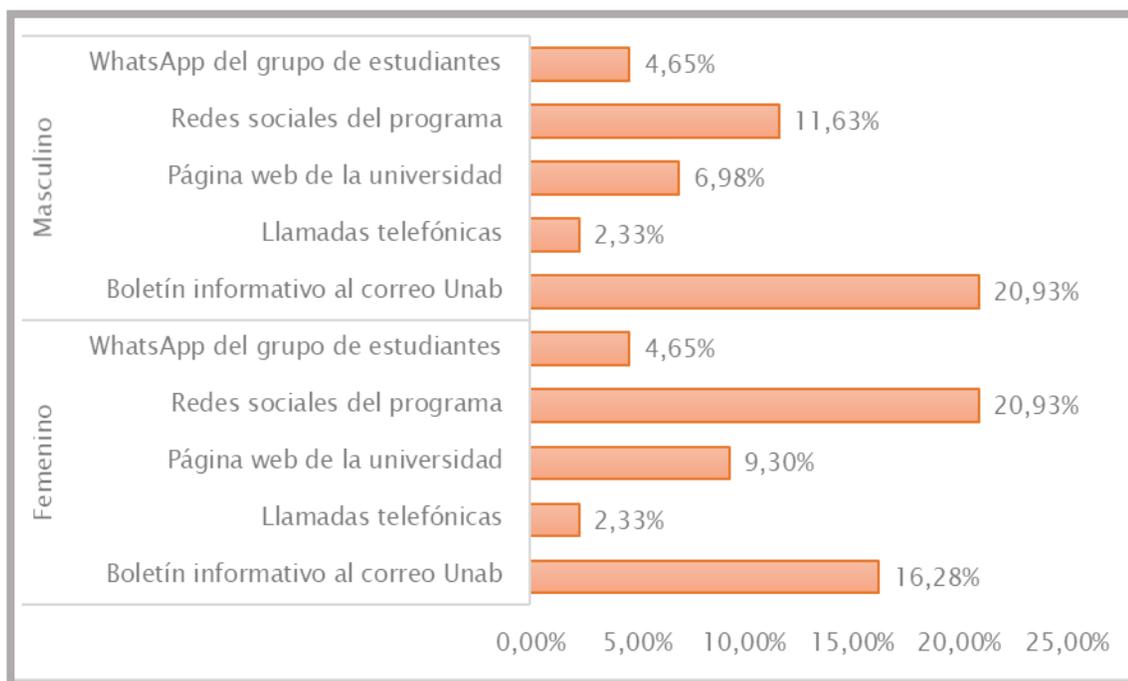


Fuente: (Autora, 2022)

En la figura 10 se presenta el medio más eficaz para dar a conocer la oferta de cursos según los estudiantes. En cuanto al género masculino, el 20.93% le gustaría obtener la información mediante el boletín informativo que se envía al correo Unab, mientras en el caso

del género femenino, el 20.93% prefiere encontrar la información en las redes sociales del programa.

Figura 10 Medio más eficaz para dar a conocer la oferta de cursos según los estudiantes



Fuente (Autora, 2022)

4.1.3 Encuestas realizadas a graduados de programas de gastronomía UNAB

A continuación, se presenta en la tabla 6 la *ficha técnica de la encuesta aplicada a los graduados de programas de gastronomía UNAB*.

Tabla 6 Ficha Técnica encuesta para la recolección primaria de datos y/o información de graduados de los programas de gastronomía UNAB. Colombia. 2022

Nombre de la encuesta	Encuesta para la recolección primaria de datos y/o información de graduados de los programas de gastronomía UNAB.
Universo (Mercado potencial)	Bucaramanga
Universidad de muestreo	Graduados de la Tecnología en Gestión Gastronómica y de la Profesional en Gastronomía y Alta Cocina

Área de cobertura	Local
Técnica de recolección de datos	Encuesta enviada por correo electrónico corporativo
N° de encuestas realizadas	22
Objetivo de la encuesta	Conocer la percepción frente a la necesidad de formación continuada
N° de preguntas formuladas	11
Tipo de preguntas aplicadas (abiertas, cerradas, de escala)	9 (cerradas), 1 (abiertas), 1 (escala)

Fuente: (Autora, 2022)

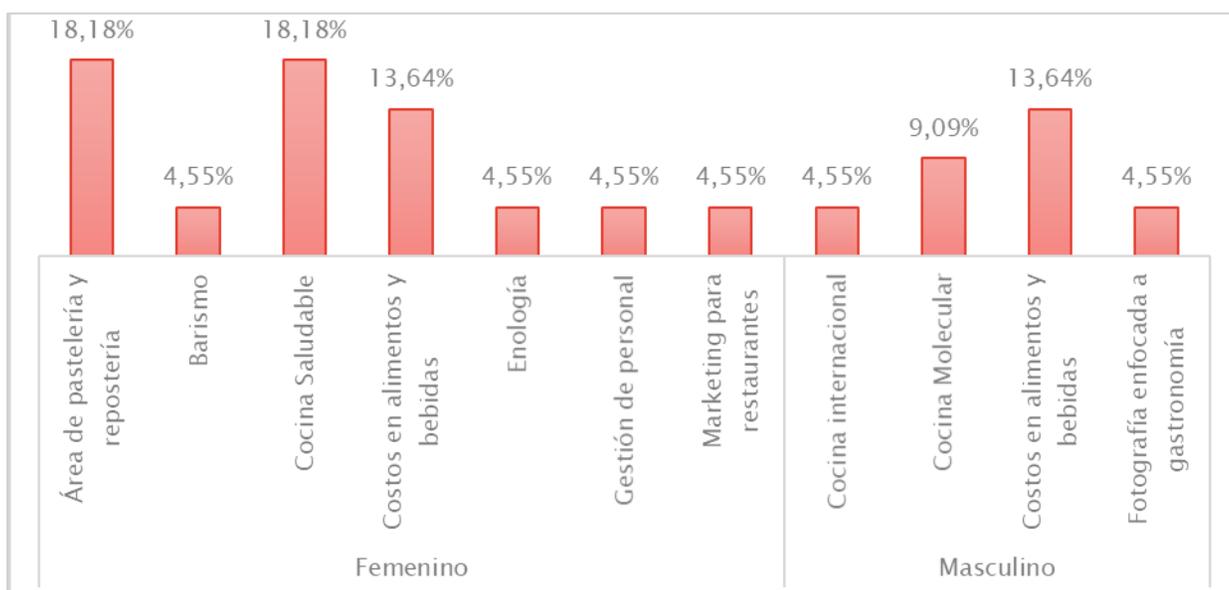
En cuanto a los graduados, todos autorizaron el tratamiento de datos personales. A nivel general, el 68.18% de los encuestados se encuentra en un rango de edad entre los 18 y 30 años, el 22.73% se encuentra entre 31 y 45 años y el 9.09% es mayor a 45 años. En cuanto al género, el 68.18% es femenino y el 31.82% masculino.

Frente a la ocupación actual, el 45.45% es empleado de una empresa, el 36.36% es independiente, el 13.64% se encuentra en búsqueda de empleo y el 4.55% restante actualmente es estudiante. El porcentaje mas alto de desempleo (9.09%) e independiente (31.82%) se encuentra en el género femenino.

El 89.5% de los encuestados expresan que tiene la necesidad de complementar la formación con un curso corto, relacionan pertinencia en formación continuada en los campos de cocina saludable, administración, técnicas de cocina, barismo, comida rápida, pastelería y repostería, costos en alimentos y bebidas, enología, fotografía, marketing e innovación. La mayoría de los anteriores temas se relacionan con los cursos que hacen parte de los programas de gastronomía, se resalta que las áreas solicitadas son similares a la necesidad expuesta por los estudiantes.

En la figura 11 se exponen los temas de interés para 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%.

Figura 11 *Temas de interés para los graduados de programas de gastronomía UNAB*

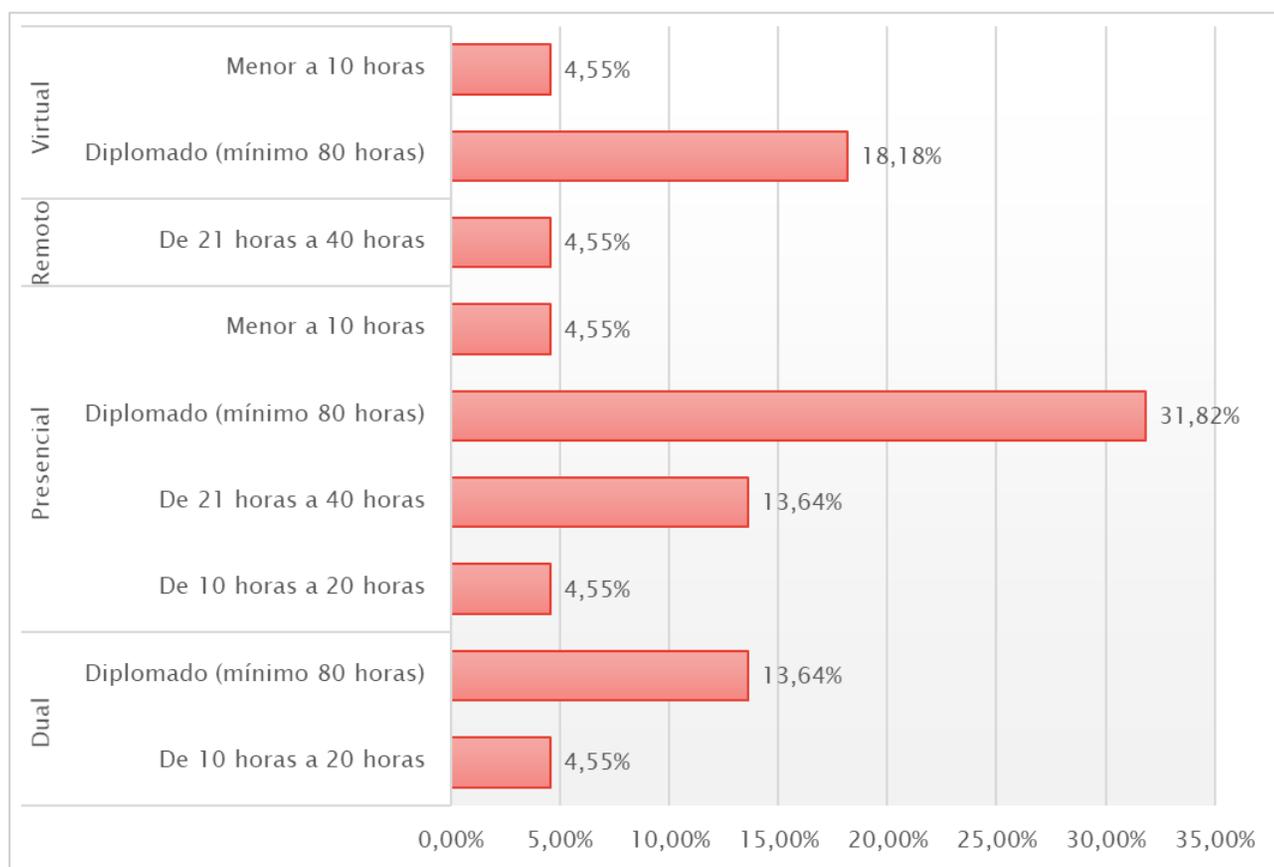


Fuente: (Autora, 2022)

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. Por otro lado, el 18.18% desearía tomar la formación con el modelo dual y 4.55% en remoto.

En la figura 12 se establece la duración de la formación según preferencia de los graduados, teniendo en cuenta la modalidad. Se observa una tendencia alta representada en 63.64% referente a diplomados con intensidad mínima de 80 horas, preferiblemente en modalidad presencial o virtual.

Figura 12 Duración de la formación según preferencia de los graduados teniendo en cuenta la modalidad

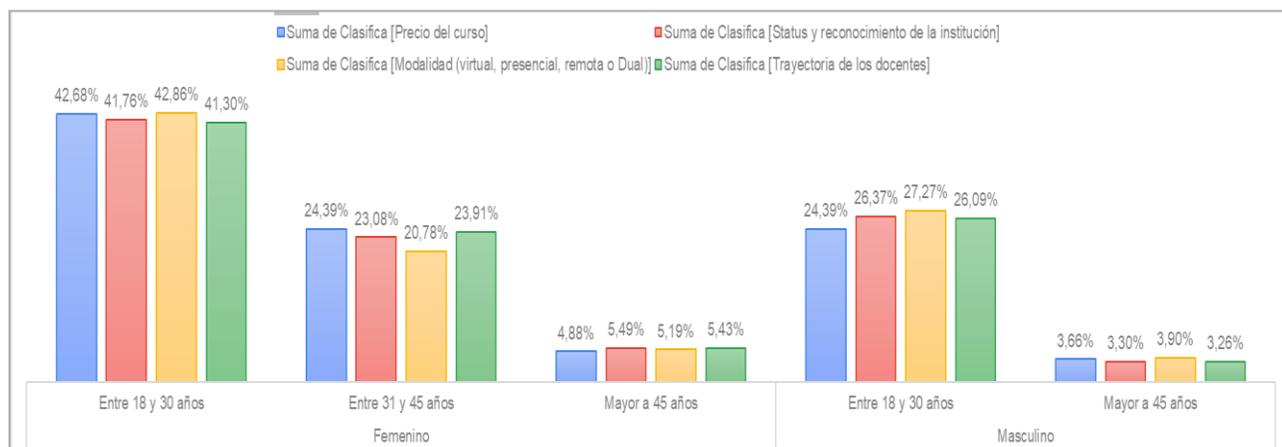


Fuente: (Autora, 2022)

Frente a la pregunta ¿Cuánto sería la inversión que harías por un curso de 10 horas?, el 36.36% pagaría una tarifa menor a \$150.000, el 36.36% entre \$150.000 y \$300.000, el 18.18% entre \$300.001 y \$500.000 y el 9.09% más de \$500.000.

En la figura 13 *clasificación de criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación por parte de los graduados de programas de gastronomía UNAB* teniendo en cuenta el género y la edad, 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.

Figura 13 *Clasificación de criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación por parte de los graduados de programas de gastronomía UNAB teniendo en cuenta el género y la edad.*



Fuente: (Autora, 2022)

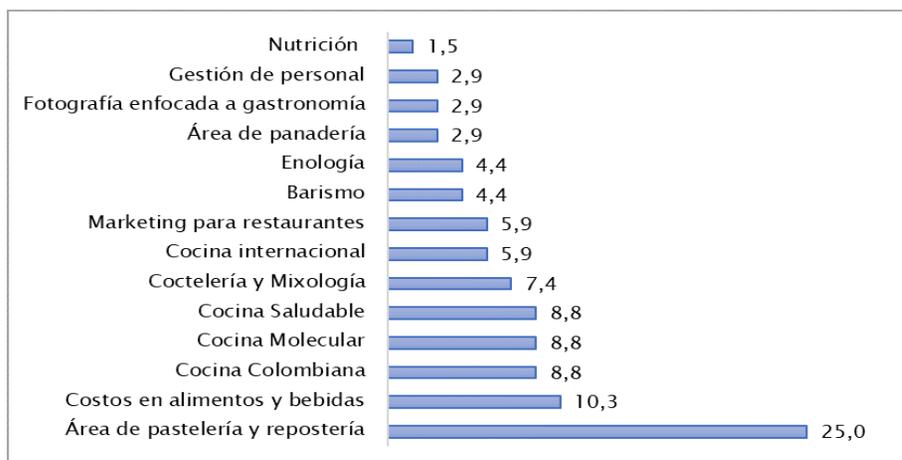
En relación al medio más eficaz para dar a conocer la oferta de cursos según los graduados, en el caso del género femenino, el 22.73% prefiere que la información sea enviada al grupo de WhatsApp de graduados, en cuanto al género masculino el 18.18% le gustaría observar la información en las redes sociales del programa.

4.1.4 Demanda reuniendo grupos de interés

Al consolidar la información de los grupos de interés: graduados y estudiantes de programas de gastronomía UNAB, así como los representantes empresariales del gremio, se obtiene que el 49.3% prefiere la formación tipo diplomado (mínimo 80 horas), seguido por 21.5% que hace referencia a cursos de 21 a 40 horas, 15.1% opta por formaciones de 10 a 20 horas, y el 13.9% programas de menos de 10 horas. Sin embargo, al identificar cuanto estarían dispuestos a invertir en un curso de 10 horas, la proporción de personas que pagarían más de \$500.000 solo es de 5% frente a 42% que pagarían entre \$150.000 y \$300.000, 40% que pagarían menos de \$150.000 y 13% que pagarían entre \$300.001 y \$500.000.

A continuación, en la figura 14 temas de interés identificados por los grupos de interés: empresarios, graduados y estudiantes de programas de gastronomía UNAB, se resalta la temática relacionada con el área de pastelería y repostería, costos en alimentos y bebidas, cocina colombiana, molecular y saludable respectivamente.

Figura 14 Temas de interés identificados por los grupos de interés: empresarios, graduados y estudiantes de programas de gastronomía UNAB



Fuente: (Autora, 2022)

4.1.5 Benchmarking de la oferta ofrecida por instituciones locales

Para el desarrollo del benchmarking se identificaron las 3 instituciones con más oferta en el área gastronómica, los establecimientos seleccionados son reconocidos a nivel local y regional, igualmente, cuentan con programas Técnicos relacionados con cocina, pastelería y panadería. A continuación, en la tabla 7 se presenta el benchmarking de la oferta de programas de Educación Continua en el área de gastronomía ofrecidos por las instituciones Colombia College, Cajasan y Comfenalco Santander en el transcurso de enero a mayo de 2022. Los ítems a identificar son: nombre de Institución de formación para el trabajo y desarrollo humano EDTH, tipo de formación (curso, taller, diplomado, seminario), nombre de la formación, modalidad (presencial, virtual, dual), precio, duración y fecha de inicio.

Tabla 7 Benchmarking oferta de programas de Educación Continua en el área de gastronomía ofrecida por instituciones locales en el transcurso de enero a mayo de 2022

EDTH ¹	Tipo de formación	Nombre	Modalidad	Precio	Duración	Fecha de inicio
Colombia College	Curso	Comida rápida	Presencial	\$480.000	12 horas	14 mayo
Colombia College	Taller	Cena italiana mamá	Presencial	\$90.000	3 horas	14 mayo
Colombia College	Taller	Sushi y pescados	Presencial	\$100.000	3 horas	7 mayo
Colombia College	Taller	Junior chef pizzero	Presencial	\$35.000	2 horas	30 abril
Colombia College	Curso	Pastelería y repostería	Presencial	\$480.000	12 horas	30 abril
Colombia College	Taller	Junior chef pizzero	Presencial	\$80.000	3 horas	23 abril
Colombia College	Taller	Canoas de plátano con	Presencial	\$50.000	3 horas	9 abril

¹ Institución de Formación para el Trabajo y Desarrollo Humano

viuda de pescado seco						
Colombia College	Curso	Panadería	Presencial	-	12 horas	26 marzo
Colombia College	Curso	Cocina gourmet	Presencial	\$480.000	12 horas	22 marzo 5 febrero
Colombia College	Taller	Cocina Mediterránea	Presencial	\$180.000	3 horas	19 marzo
Colombia College	Taller	Chocolatería	Presencial	\$150.000	-	19 febrero
Colombia College	Taller	Micheladas	Presencial	\$30.000	2 horas	12 febrero
Colombia College	Taller	Junior chef Pastelero	Presencial	\$120.000	3 horas	29 enero
Colombia College	Taller	Asados	Presencial	\$120.000	4 horas	22 enero
Colombia College	Taller	Junior chef Pastelero	Presencial	\$380.000	12 horas	18 enero
Cajasan²	Taller	Ceviche peruano	Virtual	\$42.000	4 horas	24 abril
Cajasan	Taller	Pastelería francesa	Presencial	\$42.000	4 horas	23 abril
Cajasan	Taller	Chocolatería nivel I	Presencial	\$42.000	4 horas	20 abril
Cajasan	Taller	Pescados y mariscos	Presencial	\$42.000	4 horas	18 abril
Cajasan	Taller	Tortas especiales	Virtual	\$42.000	4 horas	10 abril 23 marzo 26 marzo
Cajasan	Taller	Cocina mediterránea	Presencial	\$42.000	4 horas	9 de abril
Cajasan	Taller	Crepes y ensaladas	Presencial	\$42.000	4 horas	26 marzo
Cajasan	Taller	Galletería comercial	Presencial	\$42.000	4 horas	21 marzo 12 febrero
Cajasan	Taller	Hojaldrados	Presencial	\$42.000	4 horas	18 marzo
Cajasan	Taller	Cocina fácil y rápida	Presencial	\$42.000	4 horas	15 marzo

² En el caso de Cajasan el valor de los cursos se define según la clasificación del afiliado o si es particular, para el ejercicio se propuso el valor para particulares.

Cajasan	Taller	Carnes y ensaladas	Presencial	\$42.000	4 horas	12 marzo
Cajasan	Taller	Comida Mediterránea	Presencial	\$42.000	4 horas	27 febrero
Cajasan	Taller	Pasta fresca	Presencial	\$42.000	4 horas	26 febrero
Cajasan	Taller	Cocina en air fryer	Virtual	\$42.000	4 horas	19 febrero
Cajasan	Taller	Alta pastelería francesa	Presencial	\$42.000	4 horas	18 febrero
Cajasan	Taller	Chocolatería	Presencial	\$42.000	4 horas	11 febrero
Cajasan	Taller	Loncheras	Virtual	\$42.000	4 horas	5 febrero
Cajasan	Taller	Panes integrales y semillas	Presencial	\$42.000	4 horas	29 enero
Cajasan	Taller	Postres con beneficios	Presencial	\$42.000	4 horas	29 enero
Cajasan	Taller	Desayunos saludables	Presencial	\$42.000	4 horas	22 enero
Cajasan	Taller	Ensaladas	Virtual	-	4 horas	22 enero
Cajasan	Taller	Bebidas detox	Virtual	-	4 horas	15 enero
Comfenalco³	Taller	Galletas de avena	Virtual	\$28.400	2 horas	31 mayo
Comfenalco	Taller	Patacones rellenos	Virtual	\$28.400	2 horas	26 mayo 26 febrero
Comfenalco	Taller	Torta de chocolates	Virtual	\$28.400	2 horas	19 mayo
Comfenalco	Taller	Cheesecake New York	Virtual	\$28.400	2 horas	15 mayo
Comfenalco	Curso	Conserva de alimentos	Presencial	\$148.000	20 horas	14 mayo
Comfenalco	Taller	Alfajores rellenos	Virtual	\$28.400	2 horas	9 mayo
Comfenalco	Curso	Panadería II	Presencial	\$230.500	32 horas	7 mayo
Comfenalco	Curso	Comida típica	Presencial	\$148.000	20 horas	3 mayo
Comfenalco	Curso	Coctelería y Técnicas de Bar I	Presencial	\$148.000	20 horas	3 mayo
Comfenalco	Curso	Pasabocas	Presencial	\$148.000	20 horas	3 mayo

³ En el caso de Comfenalco el valor de los cursos se define según la clasificación del afiliado o si es particular, para el ejercicio se propuso el valor para particulares.

Comfenalco	Curso	Pizzas y crepes	Presencial	\$148.000	20 horas	2 mayo
Comfenalco	Curso	Pastelería y repostería II	Presencial	\$230.500	32 horas	30 abril
Comfenalco	Curso	Cocina para jóvenes	Presencial	\$230.500	32 horas	30 abril
Comfenalco	Curso	Pastelería saludable	Presencial	\$148.000	20 horas	25 abril 28 febrero
Comfenalco	Curso	Comida al wok	Presencial	\$94.200	12 horas	23 abril
Comfenalco	Curso	Coctelería y Técnicas de bar II	Presencial	\$148.000	20 horas	23 abril
Comfenalco	Curso	Tortas frías	Presencial	\$230.500	32 horas	19 abril
Comfenalco	Curso	Cenas especiales	Presencial	\$94.200	12 horas	18 abril
Comfenalco	Taller	Arepas saludables	Virtual	\$28.400	2 horas	25 marzo
Comfenalco	Taller	Emplatados de chocolate	Virtual	\$28.400	2 horas	24 marzo
Comfenalco	Taller	Cazuela de bagre con camarón	Virtual	\$28.400	2 horas	23 marzo
Comfenalco	Curso	Menú para aniversarios	Presencial	\$94.200	12 horas	5 marzo
Comfenalco	Curso	Conserva de alimentos	Presencial	\$230.500	32 horas	28 febrero
Comfenalco	Taller	Arreglo dulce	Virtual	\$28.400	2 horas	26 febrero
Comfenalco	Taller	Sangría para reuniones sociales	Virtual	\$28.400	2 horas	25 febrero
Comfenalco	Taller	Mousse de chocolate saludable	Presencial	\$41.900	4 horas	14 febrero
Comfenalco	Taller	Saint honore en hojaldre	Presencial	\$41.900	4 horas	11 febrero
Comfenalco	Taller	Milhojas	Presencial	\$41.900	4 horas	10 febrero
Comfenalco	Taller	Macarrons	Presencial	\$41.900	4 horas	9 febrero
Comfenalco	Taller	Pan árabe y tortillas	Presencial	\$41.900	4 horas	7 febrero
Comfenalco	Taller	Ponqué arcoíris	Presencial	\$41.900	4 horas	5 febrero

Fuente: (Colombia College, 2022), (Cajasan, 2022), (Comfenalco Santander, 2022)

A nivel general se observan 68 programas desarrollados por las instituciones locales, se distingue que la institución con mayor oferta de cursos y talleres es Comfenalco con 31 propuestas, mientras que Cajasan cuenta con 22 y Colombia College con 15. Igualmente, solo se ofertan talleres y cursos, dejando a un lado seminarios y diplomados en el área.

Para el análisis por segmento se identificaron las siguientes áreas: panadería, pastelería y repostería, cocina colombiana, cocina internacional, bebidas, técnicas de cocina y cocina básica, y cocina para niños y jóvenes. En la tabla 8 se muestran la clasificación por áreas de los diferentes cursos y talleres ofrecidos por las instituciones locales Cajasan, Colombia College y Comfenalco.

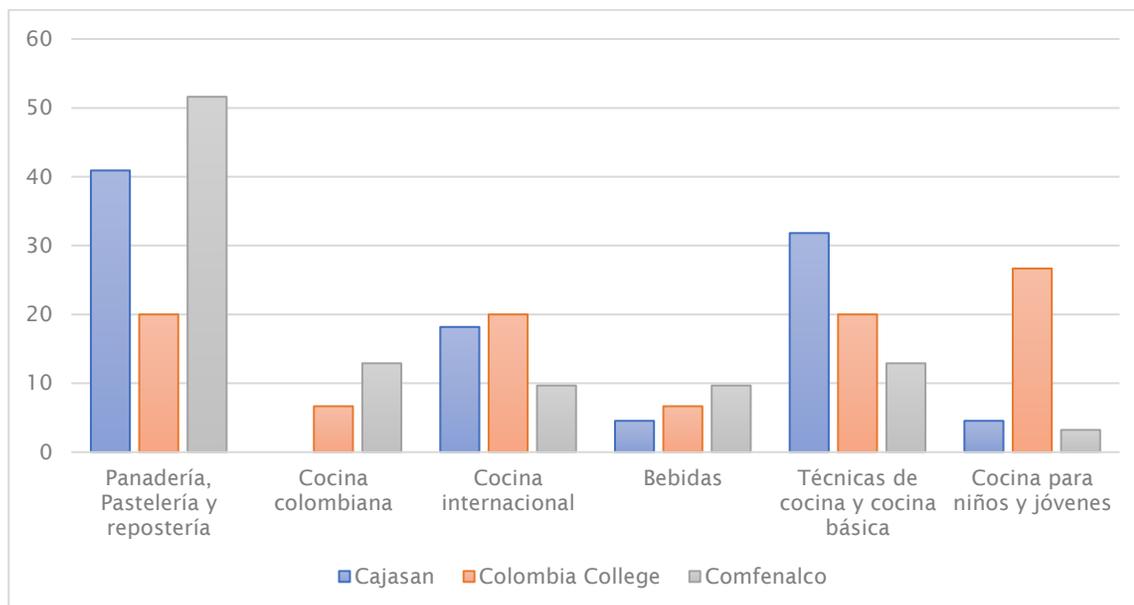
Tabla 8 Clasificación por áreas de los cursos y talleres ofrecidos por las instituciones locales Cajasan, Colombia College y Comfenalco

	Panadería, Pastelería y repostería	Cocina colombiana	Cocina internacional	Bebidas	Técnicas de cocina y cocina básica	Cocina para niños y jóvenes	Propuestas Totales
Cajasan	9	0	4	1	7	1	22
Colombia College	3	1	3	1	3	4	15
Comfenalco	16	4	3	3	4	1	31

Fuente: (Autora, 2022)

A continuación, en la figura 15 *Participación de las propuestas de Educación Continua de las instituciones locales según el área gastronómica*, se identifica un gran enfoque a la línea de panadería, pastelería y repostería, se resalta que Comfenalco es la institución que más oferta dicha temática, seguido por Cajasan, quien en el histórico de enero a mayo de 2022 registra 3 cohortes del curso de tortas especiales y 2 de galletas comerciales.

Figura 15 Participación de las propuestas de Educación Continua de las instituciones locales según el área gastronómica

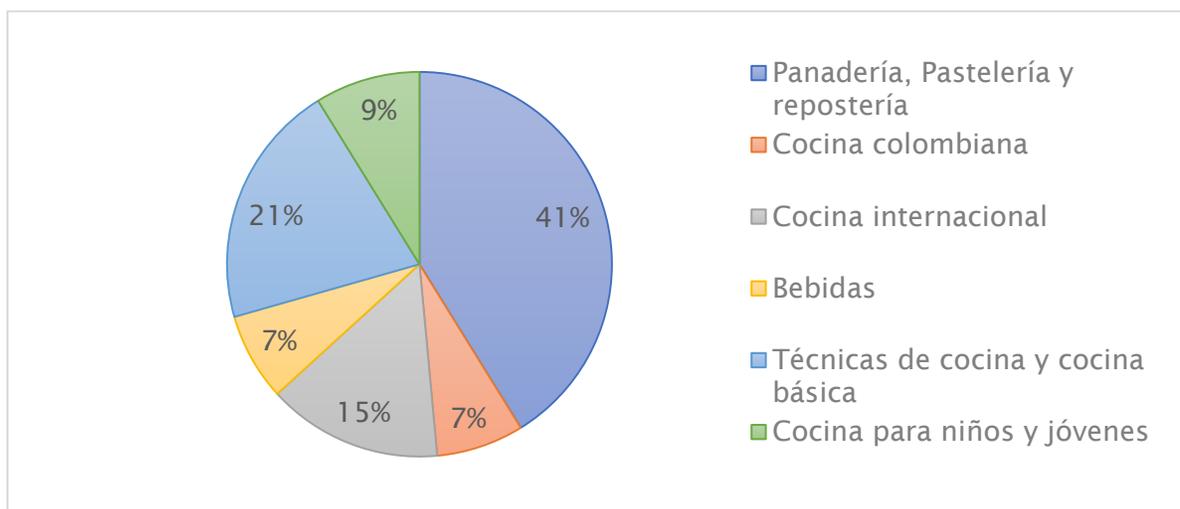


Fuente: (Autora, 2022)

En el caso de la oferta de cursos y talleres de cocina para el grupo de interés relacionado con niños y jóvenes, el líder es el Colombia College debido a sus cursos sellos “baby chef y Junior chef”. Así mismo, Cajasan lidera los cursos relacionados con técnicas de cocina y cocina básica, y hace un gran aporte a las áreas de panadería, pastelería y repostería y Cocina internacional. Las bebidas y la cocina colombiana son áreas aun en exploración para el caso de los cursos y talleres de Educación Continua.

En la figura 16 *participación por área gastronómica* 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%

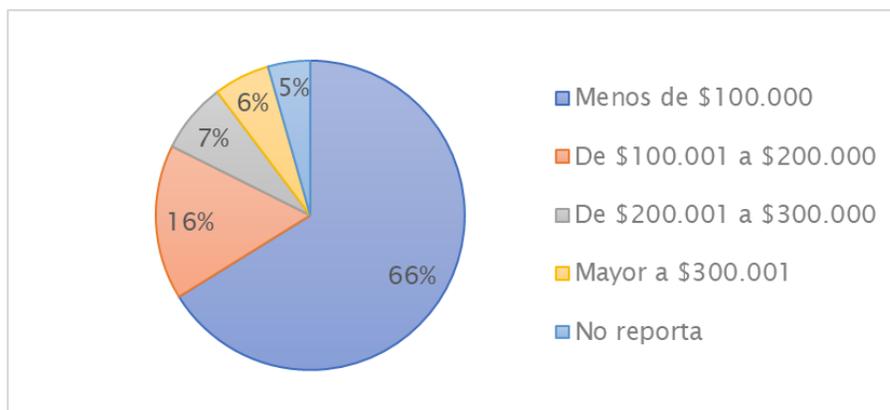
Figura 16 Participación por área gastronómica



Fuente: (Autora, 2022)

En cuanto a los precios, se aprecia en la figura 17 el rango de las tarifas de los cursos y talleres del área gastronómica ofrecidos por las instituciones locales. El 66% de la oferta presenta un costo menor a \$100.000, frente al 6% que hace referencia a tarifas mayores a \$300.001. En cuanto al precio por hora, en el Colombia College, la hora tiene un valor entre \$15.000 y \$60.000, normalmente aportan ingredientes para los talleres. En el caso de Cajasan el precio de la hora está a \$10.500 y en Comfenalco el rango de precio se encuentra entre \$7200 y \$14200, se resalta que en estos 2 últimos establecimientos subsidian los programas de bienestar dado que son cajas de compensación y dependiendo del taller los participantes algunas veces llevan sus materias primas.

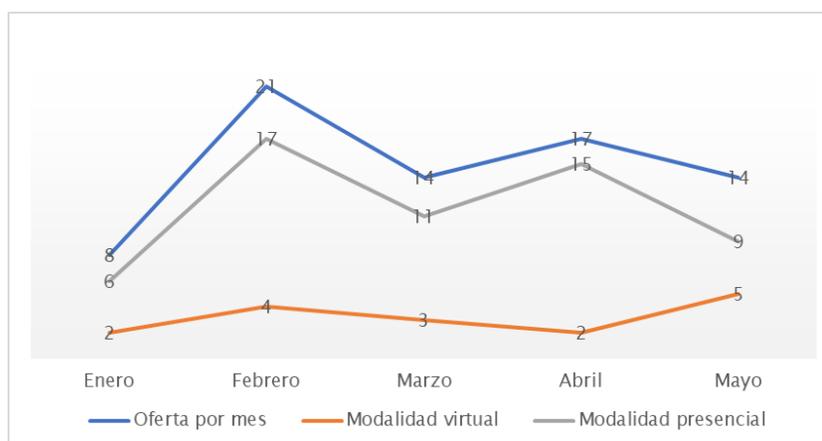
Figura 17 Rango de las tarifas de los cursos y talleres del área gastronómica ofrecidos por las instituciones locales



Fuente: (Autora, 2022)

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. Se resalta que aún se mantiene la oferta modalidad virtual, a continuación, en la figura 18 número de programas de Educación Continua ofertados de enero a mayo de 2022 según modalidad, se expone las cifras en el histórico:

Figura 18 Número de programas de Educación Continua ofertados de enero a mayo de 2022



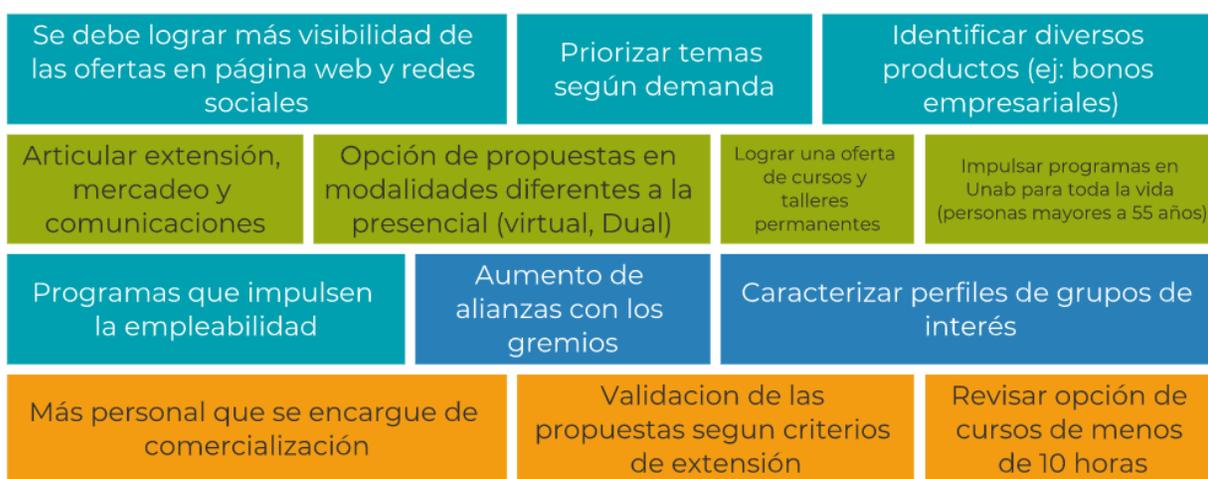
Fuente: (Autora, 2022)

4.1.6 Entrevistas no estructuradas a jefes de dependencias UNAB

Se realizó una depuración de la información recolectada mediante entrevistas a 3 jefes de dependencias UNAB, los cuales se relacionan con procesos derivados de Educación Continua.

A continuación, se comparte el análisis de los hallazgos derivados de las entrevistas, los cuales sirvieron de aportes para el diseño de las propuestas de Educación Continua en el área de gastronomía. En la figura 19 *Aportes de jefes de dependencias UNAB relacionados con Educación Continua* se sintetiza la información

Figura 19 *Aportes de jefes de dependencias UNAB relacionados con Educación Continua*



Fuente: (Autora, 2022)

A nivel general, se expresa que se debe mejorar la sinergia entre las dependencias: 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.

4.2 Diseño de oferta piloto con las propuestas de Educación Continua trazadas desde el área de gastronomía

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. Por último, se revisaron los aspectos comerciales y de mercado para evaluar la viabilidad comercial y con ello el verdadero atractivo para el público.

Anexo 4 Formato guía de Educación Continua

En la tabla 9 *propuestas diseñadas para el área de gastronomía* se exponen las características principales de cada programa.

Tabla 9 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)

A continuación, se presentan las guías de Educación Continua para cada propuesta diseñada:

4.2.1 Guía Diplomado en Diseño e innovación gastronómica

1. Identificación del programa							
Nombre del programa: Diplomado en Diseño e innovación gastronómica	Línea de conocimiento*	Código materia*	Créditos*	Horas totales		Horas Clase	110
						Horas Independientes	
	NO DILIGENCIAR			Valor		Participantes*	
Facultad/ Departamento/ Unidad Administrativa	Facultad de Estudios Técnicos y Tecnológicos						
Programa Profesional que administra	Tecnología en Gestión Gastronómica						
Coordinador Académico designado	Mariana Alfaro Wisaquillo						
Espacio de Formación	Seminario			Simposio			
	Congreso			Encuentro			
	Taller (Metodología Práctica)			Curso			
	Diplomado (Desde 80Horas)		X	Otro			
Modalidad Educativa	Presencial		Dual				
	ONLINE (Remoto)	X	Virtual				
Orientado a	Abierto al público		X	Corporativo			
Fecha de actualización de la guía	Mayo 2022						
2. Presentación							
Descripción del programa	Principales características del programa						
Dirigido a	Estudiantes y profesionales de la gastronomía, así como profesionales involucrados en la industria de alimentos y gastronomía desde las áreas de desarrollo e innovación de productos.						
Objetivos	General	Conocer y aplicar diferentes herramientas y metodologías en el diseño y la innovación de alimentos y productos en gastronomía.					
	Específicos	<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciar las metodologías de desarrollo de productos - Interpretar y analizar estudios de mercados en gastronomía y alimentos. - Utilizar herramientas para el diseño de productos alimentarios y gastronómicos - Diseñar y Evaluar proyectos relacionados con la elaboración de nuevos productos. 					
Logro(s) de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> - Explicar los conceptos básicos asociados al desarrollo de productos gastronómicos y Conocer dinámicas implicadas en la ideación de proyectos asociados al diseño de nuevos productos. - Utilizar herramientas científicas, investigativas y tecnológicas en el diseño de productos. - Aplicar las fases del diseño de productos y la metodología Food design thinking - Reconocer las tendencias e interpreta estudios de mercado en alimentos. - Diseñar y evalúa proyectos de productos gastronómicos innovadores con diferentes herramientas metodológicas, tecnológicas, digitales y creativas. 						
3. Justificación							

Las tendencias alimentarias han venido cambiando constantemente desde hace unos años, inclinándose hacia productos gastronómicos saludables, sostenibles, orientados a plantas, y de alto valor gastronómico; adicionalmente la Covid-19 originó un mayor interés por parte de los consumidores hacia los productos que les permitan cuidar la salud y el fortalecimiento de su inmunidad. Se hace necesario que los profesionales de la gastronomía y alimentación conozcan estas nuevas tendencias y diferentes herramientas y metodologías innovadoras para diseñar productos y servicios gastronómicos con el enfoque de las tendencias alimentarias actuales. La salud de los consumidores, así como una demanda exigente en la propuesta gastronómica de valor, requiere de nuevos conocimientos basados en las nuevas tendencias que viene tomando el mercado.

4. Metodología

Metodologías activas de aprendizaje:

- Clases magistrales sobre conceptos generales de diseño de productos gastronómicos, metodologías y herramientas de aplicación.
- Talleres y dinámicas de clase para incentivar las metodologías de creatividad e ideación.
- Conversatorio con expertos en innovación y desarrollo de productos gastronómicos (caso Alchemist en Dinamarca).
- Desarrollo de proyecto de diseño de producto, incluyendo los criterios para evaluarlos aplicando todos los conceptos y teorías aprendidos.

5. Competencias de formación

(PARA CURSOS QUE POR SU DURACIÓN SE ADQUIERAN COMPETENCIAS Y DIPLOMADOS)

Competencia	Resultado de aprendizaje esperado (RAE)
Conocimientos Generales	Explicar los conceptos básicos asociados al desarrollo de productos gastronómicos. Conocer dinámicas implicadas en la ideación de proyectos asociados al diseño de nuevos productos en gastronomía.
Capacidad de análisis	Interpretar los resultados de estudios de mercados, identificar tendencias y reconocer casos de éxito en innovación gastronómica
Gestión de información	Aplicar las fases del diseño de productos y la metodología Food design thinking en el desarrollo de productos innovadores en gastronomía.
Investigativa	Utilizar herramientas científicas, de investigación y de tecnología en el diseño y la innovación de productos alimentarios y gastronómicos.
Diseño de productos	Manejar herramientas y conocimientos de metodologías para crear y diseñar productos innovadores.
Evaluación de proyectos	Conoce los criterios para diferencias y evaluar proyectos de innovación en alimentos y gastronomía.

6. Contenidos

Unidad/Módulo	Temáticas	Docente	Estrategia de Aprendizaje
Introducción al diseño y la innovación.	Definición y conceptos asociados, metodologías de ideación y creatividad, teorías de innovación.		Clases magistrales
Tendencias de consumo en alimentos.	Estudios de mercados en gastronomía, tendencias de consumo, ideas innovadoras en gastronomía. Ejemplos prácticos (Caso Alchemist)		Videos y exploración de portales web

Metodologías de diseño	Fases del diseño de un producto: investigación, creatividad, desarrollo. Metodología Food Desing thinking.		Talleres creativos en clase
La ciencia, la investigación y la tecnología en la innovación.	Método científico aplicado a un modelo gastronómico, la investigación y la información científica en la innovación. Herramientas digitales y de Inteligencia artificial.		Clases magistrales, conversatorio con científico gastronómico.
Alimentos y productos innovadores.	Tendencias de los alimentos fermentados, Plant-based, proteínas alternativas, comida saludable.		Desarrollo de proyecto durante el diplomado.

Insumos requeridos

Equipos	Equipos de computo
Papelería	Ninguna
Materiales	Herramientas Digitales
Otros	

7. Actividades/Evidencias a desarrollar

Talleres participativos en clase
Investigaciones en Páginas web y estudios de mercados
Conversatorio participativo con experto
Exploración de revistas científicas indexadas sobre ciencia y gastronomía
Desarrollo de proyecto durante el diplomado sobre diseño de producto
Evaluación de proyectos de pares

8. Bibliografía sugerida

Básica/Complementaria/Enlaces de Internet

El chef Giuseppe anuncia una nueva era culinaria. (n.d.). Retrieved February 21, 2021, from https://es.unesco.org/courier/2018-3/chef-giuseppe-anuncia-nueva-era-culinaria
Home Page. (n.d.). Retrieved February 21, 2021, from https://inspire.foodpairing.com/
Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2018). The Design Thinking Playbook : Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystems.
Martínez de Albeniz, I. (2018). Foundations for an analysis of the gastronomic experience: From product to process. International Journal of Gastronomy and Food Science, 13(October 2017), 108-116.
Moskowitz, H. R., Beckley, J. H., & Resurreccion, A. V. A. (2012). Sensory and Consumer Research in Food Product Design and Development.
Vega, C., Ubbink, J., & Linden, E. van der. (2012). The Kitchen As Laboratory : Reflections on the Science of Food and Cooking.
Zampollo, F. (2018). Food Design Thinking The Complete Methodology Francesca Zampollo.

9. Información Complementaria

Cronograma

Unidad/Módulo/Tema	HRS	Docente/Experto	Fecha	Horario	Tipo de Aula
Introducción al diseño y la innovación.	10				
Tendencias de consumo en alimentos.	20				

Metodologías de diseño	20				
La ciencia, la investigación y la tecnología en la innovación.	30				
Alimentos y productos innovadores.	30				
Docente(s)/Experto(s) sugeridos					
Nombre	Documento Identidad	Perfil (máximo 10 renglones)		Correo - Celular	Indique si es Docente Unab o Docente Externo (indicar ciudad de origen)

4.2.2 Guía Catando vinos como profesionales. Vinos tintos, vinos blancos, vinos rosados y vinos espumantes.

1. Identificación del programa							
Nombre del programa: Catando vinos como profesionales. Vinos tintos, vinos blancos, vinos rosados y vinos espumantes.	Línea de conocimiento *	Código materia *	Créditos*	Horas totales	8	Horas Clase	
	NO DILIGENCIAR			Valor		Horas Independientes	
						Participantes*	
Facultad/ Departamento/Unidad Administrativa	Facultad de Estudios Técnicos y Tecnológicos						
Programa Profesional que administra	Tecnología en Gestión Gastronómica						
Coordinador Académico designado	Yudy Mariana Alfaro Wisaquillo						
Espacio de Formación	Taller (Metodología Práctica)		X	Curso			
	Seminario, Simposios, Encuentros			Diplomado (Desde 80Horas)			
Modalidad Educativa	Presencial	X	Dual	Virtual			
Orientado a	Abierto al público		X	Corporativo			
Fecha de actualización de la guía	Mayo 2022						
2. Presentación							
Descripción del programa	Aprendiendo como catar vino de forma profesional y conocer un poco más sobre los diferentes tipos de vinificación y cepas para vinos blancos, rosados, tintos y espumantes.						
Dirigido a	Personas amantes del vino y aquellos que trabajan en el sector gastronómico y comercial de vinos.						
Objetivos	General	Conocer las principales características de elaboración, desarrollo de los aromas y sabores de los vinos blancos, tintos, rosados y espumantes.					
	Específicos						
Logro(s) de aprendizaje							
3. Justificación							

<p>La buena mesa se ha convertido en un tema de interés común, cada día las personas quieren comer mejor explorando nuevas tendencias gastronómicas y es aquí donde aparece “el vino” como el mejor acompañamiento de cualquier plato. Así mismo el sector gastronómico y comercial necesita de personal capacitado en el tema para atender de manera óptima esta demanda que requiere de orientación profesional.</p>					
4. Metodología					
<p>A través de una conferencia didáctica se darán a conocer los principales estilos de vinificación, cepas, composición y análisis organoléptico. Así como los detalles esenciales del vino en cuando a la guarda, servicio, degustación y su correcto maridaje.</p> <p>Así mismo se analizarán las diferencias entre los principales vinos blancos, rosados, tintos y espumantes partiendo del país de origen, estilo del vino y su vinificación.</p>					
5. Competencias de formación (PARA CURSOS QUE POR SU DURACIÓN SE ADQUIERAN COMPETENCIAS Y DIPLOMADOS)					
Competencia		Resultado de aprendizaje esperado (RAE)			
6. Contenidos					
Unidad/Módulo	Temáticas	Docente	Estrategia de Aprendizaje		
Catando vinos como profesionales.	Técnicas y pasos para catar el vino				
Insumos requeridos					
Equipos	TV, pc, micrófono, cámara HD				
Papelería					
Materiales					
Otros	Materias primas (<i>vinos tintos, vinos blancos, vinos rosados y vinos espumantes.</i>)				
7. Actividades/Evidencias a desarrollar					
Conferencia magistral					
Cata					
8. Bibliografía sugerida					
Básica/Complementaria/Enlaces de Internet					
9. Información Complementaria					
Cronograma					
Unidad/Módulo/Tema	HRS	Docente/Experto	Fecha	Horario	Tipo de Aula
Catando vinos como profesionales.	2				Hostal UNAB
Docente(s)/Experto(s) sugeridos					
Nombre	Perfil (máximo 10 renglones)		Correo – Celular		Docente Interno / Docente Externo (indicar ciudad de origen)

4.2.3 Guía Coctelería

1. Identificación del programa							
Nombre del programa: Coctelería	Línea de conocimiento*	Código materia*	Créditos*	Horas totales	4	Horas Clase	4
	NO DILIGENCIAR			Valor		Horas Independientes	
						Participantes*	
Facultad/ Departamento/ Unidad Administrativa	Facultad de estudios técnicos y tecnológicos						
Programa Profesional que administra		Tecnología en gestión gastronómica					
Coordinador Académico designado		Yudy Mariana Alfaro Wisaquillo					
Espacio de Formación	Taller (Metodología Práctica)		x	Curso (40Horas)			
	Seminario, Simposios, Encuentros			Diplomado (Desde 80Horas)			
Modalidad Educativa	Presencial	X	Dual		Virtual		
Orientado a	Abierto al público		x	Corporativo			
Fecha de actualización de la guía	Mayo 2022						
2. Presentación							
Descripción del programa	Este es un taller básico de coctelería en el cual se darán a conocer los aspectos necesarios para la preparación y el servicio de bebidas alcohólicas. Los participantes de este curso conocerán datos generales de las bebidas alcohólicas como historia, menaje y métodos de preparación. Con el propósito de que apliquen los conocimientos adquiridos en la preparación de bebidas.						
Dirigido a	Comunidad en general						
Objetivos	General	Dar a conocer las bases del servicio y la preparación de bebidas alcohólicas					
	Específicos	Aplicar los conocimientos adquiridos en la preparación de bebidas.					
Logro(s) de aprendizaje	Al finalizar el curso los integrantes del mismo tendrán la capacidad de diseñar, preparar y dar a conocer los aspectos generales de una bebida alcohólica.						
3. Justificación							
Se ha identificado una creciente demanda del mercado por conocer a detalle las características de las bebidas alcohólicas. Cada vez son más las personas que quieren aprender a catar vino, cerveza o destilados y a elaborar los cócteles más reconocidos como el mojito, la margarita y el daiquiri.							
4. Metodología							
El siguiente curso ha sido diseñado con el ánimo de impartirse de manera presencial. Los participantes del curso podrán participar de una clase maestra impartida por el docente a cargo. En la cual se les dará a conocer aspectos generales sobre las bebidas alcohólicas. Adicionalmente el docente a cargo estará activo durante la duración del curso y alentará a los participantes a llevar a cabo una serie de preparaciones. Los estudiantes deberán elaborar dichas preparaciones en paralelo con el docente para que él pueda asesorarlos de la mejor manera posible.							
5. Competencias de formación (PARA CURSOS QUE POR SU DURACIÓN SE ADQUIERAN COMPETENCIAS Y DIPLOMADOS)							
Competencia	Resultado de aprendizaje esperado (RAE)						

6. Contenidos					
Unidad/Módulo	Temáticas		Docente	Estrategia de Aprendizaje	
Unidad 1	Coctelería básica		Luis Rodrigo Moreno	Práctica en hostel UNAB	
Insumos requeridos					
Equipos	Licuadora, menaje y cristalería				
Papelería					
Materiales	Variedad de destilados, azúcar, fruta, hielo, sal				
Otros					
7. Actividades/Evidencias a desarrollar					
Clase maestra de coctelería					
Preparaciones básicas de bebidas					
8. Bibliografía sugerida					
Básica/Complementaria/Enlaces de Internet					
Diageo bar academy https://www.diageobaracademy.com/es_LAC/					
Regan G. 2003. 2018. The joy of mixology. Clarkson Potter. Nueva York.					
9. Información Complementaria					
Cronograma					
Unidad/Módulo/Tema	HRS	Docente/Experto	Fecha	Horario	Tipo de Aula
Coctelería Básica	4				Hostal Unab
Docente(s)/Experto(s) sugeridos					
Nombre	Perfil (máximo 10 renglones)		Correo - Celular		Docente Interno / Docente Externo (indicar ciudad de origen)

4.2.4 Guía Manipulación de alimentos

1. Identificación del programa							
Nombre del programa: Manipulación de Alimentos	Línea de conocimiento *	Código materia*	Créditos*	Horas totales	10	Horas Clase	10
	NO DILIGENCIAR			Valor		Horas Independientes	
						Participantes*	
Facultad/ Departamento/ Unidad Administrativa	Facultad de Estudios Técnicos y Tecnológicos						
Programa Profesional que administra	Tecnología en Gestión Gastronómica						
Coordinador Académico designado	Yudy Mariana Alfaro Wisaquillo						
Espacio de Formación	Taller (Metodología Práctica)			Curso		X	
	Seminario, Simposios, Encuentros			Diplomado (Desde 80Horas)			
Modalidad Educativa	Presencial	X	Dual		Virtual		

Orientado a	Abierto al público	X	Corporativo	X
Fecha de actualización de la guía	mayo 2022			
2. Presentación				
Descripción del programa	Los manipuladores de alimentos (personas que por su actividad laboral tiene contacto directo con los alimentos durante su preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro y servicio) deben conocer la responsabilidad que poseen al tener contacto con alimentos, así mismo es responsabilidad de la persona realizar cada año una actualización frente al tema.			
Dirigido a	Empleados en empresas de alimentos y o Restaurantes, transportadores, vendedores, estudiantes de cocina, entre otros			
Objetivos	General	Brindar estrategias para la implementación de hábitos inocuos en la manipulación de alimentos		
	Específicos			
Logro(s) de aprendizaje				
3. Justificación				
Para el manipulador de alimentos debería ser indispensable ofrecer alimentos inocuos y de calidad. Se espera que al finalizar el curso los asistentes estén en condición de identificar los focos de contaminación en productos alimentarios y determinen las mejoras a realizar para ofrecer un producto inocuo.				
4. Metodología				
Se desarrollarán presentaciones, videos relacionados con la temática. Se apoyará en talleres dinámicos y estudios de casos.				
5. Competencias de formación (PARA CURSOS QUE POR SU DURACIÓN SE ADQUIERAN COMPETENCIAS Y DIPLOMADOS)				
Competencia	Resultado de aprendizaje esperado (RAE)			
6. Contenidos				
Unidad/Módulo	Temáticas	Docente	Estrategia de Aprendizaje	
1	Clasificación de los alimentos Normatividad	Ingeniera Agroindustrial de alimentos o Química de alimentos	Estudios de caso	
2	Contaminantes alimentarios Limpieza y desinfección	Ingeniera Agroindustrial de alimentos o Química de alimentos	Estudios de caso	
3	El papel del manipulador de alimentos Enfermedades transmitidas por alimentos	Ingeniera Agroindustrial de alimentos o Química de alimentos	Talleres	
Insumos requeridos				
Equipos	Pc, Video beam, parlante			
Papelería	Certificado			
Materiales	Fotocopias			
Otros				
7. Actividades/Evidencias a desarrollar				
8. Bibliografía sugerida				
Básica/Complementaria/Enlaces de Internet				

MANUAL PARA MANIPULADORES DE ALIMENTOS ALUMNO http://www.fao.org/3/a-i7321s.pdf					
Manual sobre las cinco claves para la inocuidad de los alimentos https://www.who.int/foodsafety/publications/consumer/manual_keys_es.pdf					
Resolución 2674 de 2013 https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf					
9. Información Complementaria					
Cronograma					
Unidad/Módulo/Tema	HRS	Docente/Experto	Fecha	Horario	Tipo de Aula
1	4	Ingeniera Agroindustrial de alimentos o Química de alimentos			Preferiblemente el bloque D si es en la UNAB, también se puede brindar directamente en un auditorio de cada empresa si se orienta a corporativo
2	3	Ingeniera Agroindustrial de alimentos o Química de alimentos			Preferiblemente el bloque D si es en la UNAB, también se puede brindar directamente en un auditorio de cada empresa si se orienta a corporativo
3	3	Ingeniera Agroindustrial de alimentos o Química de alimentos			Preferiblemente el bloque D si es en la UNAB, también se puede brindar directamente en un auditorio de cada empresa si se orienta a corporativo
Docente(s)/Experto(s) sugeridos					
Nombre	Perfil (máximo 10 renglones)		Correo - Celular	Docente Interno / Docente Externo (indicar ciudad de origen)	

4.2.5 Guía Pastelería

1. Identificación del programa							
Nombre del programa: Pastelería	Línea de conocimiento*	Código materia*	Créditos*	Horas totales	50	Horas Clase	
	NO DILIGENCIAR			Valor		Horas Independientes	
						Participantes*	
Facultad/ Departamento/ Unidad Administrativa	Facultad de estudios Técnicos y Tecnológicos						
Programa Profesional que administra	Tecnología en Gestión Gastronómica						
Coordinador Académico designado	Yudy Mariana Alfaro Wisaquillo						
Espacio de Formación	Taller (Metodología Práctica)			Curso (50Horas)		X	
	Seminario, Simposios, Encuentros			Diplomado (Desde 80Horas)			
Modalidad Educativa	Presencial		Dual		Virtual	x	
Orientado a	Abierto al público		x	Corporativo			
Fecha de actualización de la guía	Mayo 2022						

2. Presentación			
Descripción del programa	<i>El curso tiene como objetivo dar a conocer a los participantes reglamentaciones, técnicas y conocimientos necesarios para realizar las preparaciones básicas de la pastelería. Además, el participante tendrá la oportunidad de poner en práctica los conocimientos aprendidos en el módulo virtual.</i>		
Dirigido a	<i>Aficionados a la pastelería</i>		
Objetivos	General	Realizar preparaciones con técnicas e ingredientes de pastelería, como masas, cremas y productos de chocolatería.	
	Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las medidas de higiene y manipulación de alimentos que se deben implementar para desarrollar productos de calidad • Conocer medidas y equivalencias en pastelería • Identificar la maquinaria y herramientas en pastelería 	
Logro(s) de aprendizaje			
3. Justificación			
El estudiante requiere obtener conocimientos detallados de los ingredientes usados en pastelería, y preparaciones como masas quebradas, hojaldradas, masas batidas cremosas, masas batidas aireadas, masas de doble cocción, chocolatería, cheesecake, crema frías y calientes. Los aspectos generales de la pastelería; se deben tener claras las medidas y equivalencias de las materias primas, con relación a las porciones y el pesaje exacto de los ingredientes, los tiempos de elaboración y cocción ya que de este conjunto va a depender un correcto resultado y le ayudará a desenvolverse en su trabajo.			
4. Metodología			
El curso se desarrollará mediante el estudio y exploración de un módulo virtual, con videos demostrativos propios del chef docente y material digital de apoyo. Posteriormente el estudiante realizará videos en donde realizará las diferentes preparaciones propuestas en el módulo para poder ser retroalimentado por el tutor pedagógico. Es importante resaltar que a todos los estudiantes se les brindara asistencia remota.			
5. Competencias de formación (PARA CURSOS QUE POR SU DURACIÓN SE ADQUIERAN COMPETENCIAS Y DIPLOMADOS)			
Competencia		Resultado de aprendizaje esperado (RAE)	
6. Contenidos			
Unidad/Módulo	Temáticas	Docente	Estrategia de Aprendizaje
Unidad de Trabajo 1. BPM Y FUNDAMENTOS DE PASTELERIA	<ul style="list-style-type: none"> • Higiene y manipulación alimentos. 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Medidas y equivalencias en pastelería • Maquinaria y herramientas en pastelería 		
Unidad de Trabajo 2. LA PASTELERIA	<ul style="list-style-type: none"> • Masas Quebradizas para galletería, tartas y tartaletas. • Masas hojaldradas. • Masas batidas cremosas • Masas batidas aireadas • Masas de doble cocción: eclairs y profiterol • Cremas preparadas en frio • Cremas preparadas en caliente • Cheesecake • Chocolatería 		

Insumos requeridos					
Equipos	Horno, batidora, moldes, bandejas, espátulas, globos, coladores, bowl, vaso medidor, gramera.				
Papelería	Certificado				
Materiales					
Otros					
7. Actividades/Evidencias a desarrollar					
<ul style="list-style-type: none"> • Estudio individual • Ejercicio práctico: Desarrollo de diferentes productos de pastelería y/o repostería (Masas quebradas y cheesecake) • Ejercicio práctico: Desarrollo de diferentes productos de pastelería y/o repostería (Masas Hojaldradas) • Ejercicio práctico: Desarrollo de diferentes productos de pastelería y/o repostería (Batidos Cremoso y aireado) • Ejercicio práctico: Desarrollo de diferentes productos de pastelería y/o repostería (Chocolatería) • Ejercicio práctico: Desarrollo de diferentes productos de pastelería y/o repostería (Cremas frías y calientes) • Ejercicio práctico: Desarrollo de diferentes productos de pastelería y/o repostería (Masas de doble cocción) 					
8. Bibliografía sugerida					
Básica/Complementaria/Enlaces de Internet					
9. Información Complementaria					
Cronograma					
Unidad/Módulo/Tema	HRS	Docente/Experto	Fecha	Horario	Tipo de Aula
UNIDAD 1: <ul style="list-style-type: none"> • BPM • Medidas y equivalencias en pastelería • Maquinaria y herramientas en pastelería 	10 horas				Virtual
UNIDAD 2: <ul style="list-style-type: none"> • Masas Quebradizas para galletería, tartas y tartaletas. • Masas hojaldradas. • Masas batidas cremosas • Masas batidas aireadas • Masas de doble cocción: eclairs y profiterol • Cremas preparadas en frío • Cremas preparadas en caliente • Cheesecake • Chocolatería 	40 horas				Virtual
Docente(s)/Experto(s) sugeridos					
Nombre	Perfil (máximo 10 renglones)	Correo - Celular		Docente Interno / Docente Externo (indicar ciudad de origen)	

4.2.6 Guía diplomado panadería

1. Identificación del programa							
Nombre del programa: Panadería	Línea de conocimiento*	Código materia*	Créditos*	Horas totales	110	Horas Clase	
	NO DILIGENCIAR			Valor		Horas Independientes	
Facultad/ Departamento/ Unidad Administrativa	Facultad de estudios Técnicos y Tecnológicos						
Programa Profesional que administra	Tecnología en Gestión Gastronómica						
Coordinador Académico designado	Yudy Mariana Alfaro Wisaquillo						
Espacio de Formación	Taller (Metodología Práctica)			Curso (50Horas)			
	Seminario, Simposios, Encuentros			Diplomado (Desde 80Horas)		X	
Modalidad Educativa	Presencial		Dual	X	Virtual		
Orientado a	Abierto al público		x	Corporativo			
Fecha de actualización de la guía	Mayo 2022						
2. Presentación							
Descripción del programa	<i>El diplomado tiene como objetivo dar a conocer a los participantes reglamentaciones, técnicas y conocimientos necesarios para realizar las preparaciones básicas de la panadería. Además, el participante tendrá la oportunidad de poner en práctica los conocimientos aprendidos en el módulo con la metodología Dual (Aprenda, practique, revise).</i>						
Dirigido a	<i>Aficionados a la panadería</i>						
Objetivos	General	Realizar preparaciones con técnicas e ingredientes de panadería.					
	Específicos	<ul style="list-style-type: none"> Identificar las medidas de higiene y manipulación de alimentos que se deben implementar para desarrollar productos de calidad Conocer medidas y equivalencias en panadería Identificar la maquinaria y herramientas en panadería 					
Logro(s) de aprendizaje							
3. Justificación							
El estudiante requiere obtener conocimientos detallados de los ingredientes usados en panadería, y preparaciones tradicionales e internacionales. Los aspectos generales de la panadería, se deben tener claras las medidas y equivalencias de las materias primas, con relación a las porciones y el pesaje exacto de los ingredientes, los tiempos de elaboración y cocción ya que de este conjunto va a depender un correcto resultado y le ayudará a desenvolverse en su trabajo.							
4. Metodología							
El curso se desarrollará mediante modalidad Dual. El estudiante tiene contacto con el docente para conocer la teoría, esta etapa se denomina "Aprenda", seguidamente el estudiante práctica en su domicilio manteniendo contacto asincrónico con el docente quien soluciona las inquietudes, etapa denominada "Practique" y posteriormente el docente hace una revisión de los productos o procesos desarrollados por el estudiante, etapa "Revise".							
Panadería	Solución Creativa de Problemas A - P - R Horas Horas Horas	Teoría de la Panadería A - P - R Horas Horas Horas	Técnicas Aplicadas Panadería A - P - R Horas Horas Horas	Panadería Tradicional A - P - R Horas Horas Horas	Panadería Moderna A - P - R Horas Horas Horas	Panadería internacional A - P - R Horas Horas Horas	
5. Competencias de formación							

(PARA CURSOS QUE POR SU DURACIÓN SE ADQUIERAN COMPETENCIAS Y DIPLOMADOS)

Competencia	Resultado de aprendizaje esperado (RAE)
Identifica las normas de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) relacionadas con la producción en panadería reconociendo la importancia de las mismas en el nivel de calidad y competencia de sus productos, asegurando la calidad de los alimentos.	RA1 Reconoce la historia del pan como alimento básico, sus cualidades nutritivas de las regiones del mundo describiendo los hechos más relevantes. RA2 Describe cereales e ingredientes básicos y adicionales, evolución del pan y su importancia en la alimentación diaria. RA3 Identifica la terminología Gastronómica de la Panificación implementando un glosario
Identifica el comportamiento de los principales y adicionales ingredientes, necesarios para realizar preparaciones clásicas de la Panadería siguiendo recetas estándar.	RA1 Prepara panes típicos conocidos mundialmente y modernos usando recetas estándar. RA2 Prepara panes rústicos con y sin levadura usando receta estándar. RA3 Prepara panes de diversos países, aplicando las técnicas de elaboración variadas usando recetas estándar
Prepara diferentes tipos de masas necesarias para elaborar productos de Panadería clásica de la Gastronomía internacional, siguiendo recetas y procedimientos estándar que garantizan la calidad y la homogeneidad del producto final.	RA1 Prepara panes y pasteles adicionando frutos secos y deshidratados, dulces de frutas, carnes, quesos de figuras diferentes usando recetas estándar. RA2 Prepara panes integrales combinando cereales, semillas, nueces usando recetas estándar. RA3 Prepara panes combinando cereales con tubérculos y legumbres.

6. Contenidos

Unidad/Módulo	Temáticas	Docente	Estrategia de Aprendizaje
Módulo 1.	• Solución creativa de problemas		
Módulo 2.	• Teoría de la panadería		
Módulo 3.	• Técnicas aplicadas panadería		
Módulo 4.	• Panadería tradicional		
Módulo 5.	• Panadería moderna		
Módulo 6.	• Panadería internacional		

Insumos requeridos

Equipos	Horno, batidora, moldes, bandejas, espátulas, globos, coladores, bowl, vaso medidor, gramera.
Papelería	Certificado
Materiales	Materias primas
Otros	

7. Actividades/Evidencias a desarrollar

- Productos desarrollados en casa

8. Bibliografía sugerida

Básica/Complementaria/Enlaces de Internet

9. Información Complementaria**Cronograma**

Unidad/Módulo/Tema	HRS	Docente/Experto	Fecha	Horario	Tipo de Aula
---------------------------	------------	------------------------	--------------	----------------	---------------------

• Módulo 1.	15 horas				
• Módulo 2.	15 horas				
• Módulo 3.	15 horas				
• Módulo 4.	15 horas				
• Módulo 5.	25 horas				
• Módulo 6.	25 horas				
Docente(s)/Experto(s) sugeridos					
Nombre	Perfil (máximo 10 renglones)		Correo - Celular		Docente Interno / Docente Externo (indicar ciudad de origen)

4.2.7 Guía diplomado pastelería y repostería

1. Identificación del programa							
Nombre del programa: Pastelería y repostería	Línea de conocimiento*	Código materia*	Créditos*	Horas totales	110	Horas Clase	
	NO DILIGENCIAR			Valor		Horas Independientes	
						Participantes*	
Facultad/ Departamento/ Unidad Administrativa	Facultad de estudios Técnicos y Tecnológicos						
Programa Profesional que administra	Tecnología en Gestión Gastronómica						
Coordinador Académico designado	Yudy Mariana Alfaro Wisaquillo						
Espacio de Formación	Taller (Metodología Práctica)			Curso (50Horas)			
	Seminario, Simposios, Encuentros			Diplomado (Desde 80Horas)			X
Modalidad Educativa	Presencial		D u a l	X	Virtual		
Orientado a	Abierto al público		X	Corporativo			
Fecha de actualización de la guía	Mayo 2022						
2. Presentación							
Descripción del programa	<i>El diplomado tiene como objetivo dar a conocer a los participantes reglamentaciones, técnicas y conocimientos necesarios para realizar las preparaciones básicas de la pastelería y repostería. Además, el participante tendrá la oportunidad de poner en práctica los conocimientos aprendidos en el módulo con la metodología Dual (Aprenda, practique, revise).</i>						
Dirigido a	<i>Aficionados a la pastelería</i>						
Objetivos	General	Realizar preparaciones con técnicas e ingredientes de pastelería y repostería.					
	Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las medidas de higiene y manipulación de alimentos que se deben implementar para desarrollar productos de calidad • Conocer medidas y equivalencias en pastelería y repostería • Identificar la maquinaria y herramientas en pastelería y repostería 					

Logro(s) de aprendizaje

3. Justificación

El estudiante requiere obtener conocimientos detallados de los ingredientes usados en pastelería y repostería. Los aspectos generales de la pastelería y repostería, se deben tener claras las medidas y equivalencias de las materias primas, con relación a las porciones y el pesaje exacto de los ingredientes, los tiempos de elaboración y cocción ya que de este conjunto va a depender un correcto resultado y le ayudará a desenvolverse en su trabajo.

4. Metodología

El curso se desarrollará mediante modalidad Dual. El estudiante tiene contacto con el docente para conocer la teoría, esta etapa se denomina "Aprenda", seguidamente el estudiante práctica en su domicilio manteniendo contacto asincrónico con el docente quien soluciona las inquietudes, etapa denominada "Practique" y posteriormente el docente hace una revisión de los productos o procesos desarrollados por el estudiante, etapa "Revise".

Pastelería y Repostería	Solución Creativa de Problemas	Técnicas de Pastelería	Galletería y tartas	Masas Hojaldres	Merengues y Cremas	Chocolatería
	A - P - R Horas Horas Horas					

5. Competencias de formación

(PARA CURSOS QUE POR SU DURACIÓN SE ADQUIERAN COMPETENCIAS Y DIPLOMADOS)

Competencia	Resultado de aprendizaje esperado (RAE)
Identifica las normas de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) relacionadas con la producción en pastelería reconociendo la importancia de las mismas en el nivel de calidad y competencia de sus productos, asegurando la calidad de los alimentos.	RA1 Reconoce los tipos de contaminación existentes y aplica las normas y procedimientos para prevenirlos RA2 Mantiene el área de trabajo y utensilios en perfectas condiciones de higiene. RA3 Asume la limpieza y presentación personal como una condición necesaria para el desarrollo de los productos
Identifica el comportamiento de los ingredientes necesarios para realizar preparaciones de pastelería y repostería siguiendo recetas estándar.	RA1 Prepara productos de pastelería y repostería cumpliendo BPM
Elabora merengues, cremas batidas en frío y en caliente.	RA1 Selecciona los ingredientes y la preparación correspondiente al producto final. RA2 Prepara los diferentes tipos de merengues, cremas batidas en frío y en caliente, siguiendo técnicas y procedimientos de la receta estándar
Manipula los diferentes tipos de cobertura de chocolate: semi amarga, con leche y blanco, implementando adecuadamente las técnicas básicas de pastelería que aseguran la calidad del producto final.	RA1 Selecciona los ingredientes y la preparación correspondiente al producto final. RA2 Prepara los diferentes tipos de coberturas de chocolate: semi amarga, con leche y blanco, siguiendo técnicas y procedimientos de la receta estándar.

6. Contenidos

Unidad/Módulo	Temáticas	Docente	Estrategia de Aprendizaje
Módulo 1.	• Solución creativa de problemas		
Módulo 2.	• Técnicas de pastelería		
Módulo 3.	• Galletería y tartas		
Módulo 4.	• Masas hojaldre		
Módulo 5.	• Merengues y cremas		
Módulo 6.	• Chocolatería		

Insumos requeridos					
Equipos	Horno, batidora, moldes, bandejas, espátulas, globos, coladores, bowl, vaso medidor, gramera.				
Papelería	Certificado				
Materiales	Materias primas				
Otros					
7. Actividades/Evidencias a desarrollar					
<ul style="list-style-type: none"> • Productos desarrollados en casa 					
8. Bibliografía sugerida					
Básica/Complementaria/Enlaces de Internet					
9. Información Complementaria					
Cronograma					
Unidad/Módulo/Tema	HRS	Docente/Experto	Fecha	Horario	Tipo de Aula
• Módulo 1.	15 horas				
• Módulo 2.	15 horas				
• Módulo 3.	15 horas				
• Módulo 4.	15 horas				
• Módulo 5.	25 horas				
• Módulo 6.	25 horas				
Docente(s)/Experto(s) sugeridos					
Nombre	Perfil (máximo 10 renglones)	Correo - Celular		Docente Interno / Docente Externo (indicar ciudad de origen)	

4.3 Presupuesto de los cursos de Educación Continua propuestos desde el área de gastronomía

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 10 *Presupuesto de propuestas diseñadas para el área de gastronomía* se exponen la tarifa de cada programa.

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 10 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)

A continuación, se presenta el presupuesto realizado para cada propuesta diseñada:

4.3.1 Presupuesto diplomado diseño e innovación gastronómica

 PRESUPUESTO PARA PROGRAMA PROPIO			
NOMBRE DEL PROGRAMA:		Diplomado Diseño e innovación gastronómica	
Fecha Realización:	0/01/1900	Duración:	110
<u>INGRESOS</u>			
EDUC INFORMAL-CONTINUADA -TALLERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<u>Admisión</u>	20	\$ 70.000	\$ 1.400.000
<u>Matrícula</u>	20	\$ 1.800.000	\$ 36.000.000
<u>CON DESCUENTO</u>	0	\$ -	\$ -
<u>DESCUENTOS BECAS Y DEVOLUCIONES</u>	0%	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESO (A)			\$ 37.400.000
<u>EGRESOS</u>			
COSTOS (B)			\$ 14.850.000
COSTO DE HONORARIOS			\$ 14.850.000
COSTOS DE VIAJE			\$ -
COSTO DE TRANSPORTE			\$ -
EQUIPO VIDEOPROYEC, COMPUTO Y COMUN			\$ -
COSTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
0			\$ -
0			\$ -
EXCEDENTE BRUTO (A - B)			60,3% \$ 22.550.000
GASTOS (C)			\$ 2.155.000
GASTO DE HONORARIOS			\$ 2.035.000
GASTOS DE VIAJE			\$ -
GASTO DE TRANSPORTE			\$ -
AVISOS, PROMOCION Y PUBLICIDAD			\$ -
GASTOS DE REPRESENTACION			\$ -
GASTOS DE GRADO			\$ 120.000
GASTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
GASTOS DE UTILES DE ESCRITORIO Y PAPELERIA			\$ -
LEGALES			\$ -
CUMPLIMIENTO			\$ -
SEGURO TODO RIESGO			\$ -
BIENESTAR UNIVERSITARIO		0,0%	\$ -
ALQUILER			\$ -
0			\$ -
TOTAL COSTOS Y GASTOS (B + C)			45,5% \$ 17.005.000
EXCEDENTE ANTES DE COMISIONES (A - B - C)			54,53% \$ 20.395.000
COMISIONES DE EXITO			8% \$ 1.631.600
FONDO DE SOSTENIBILIDAD CDE			2% \$ 407.900
EXCEDENTE NETO (A - B - C)			50,17% \$ 18.763.400
Presupuesto Elaborado por:		Precio del servicio	\$ 37.400.000
Mariana Alfaro Wisaquillo		IVA % (Asesorías)	\$ -
		Total a cobrar	\$ 37.400.000

4.3.2 Presupuesto taller catando vinos como profesionales. Vinos tintos, vinos blancos, vinos rosados y vinos espumantes.

		PRESUPUESTO PARA PROGRAMA PROPIO	
NOMBRE DEL PROGRAMA:		Catando vinos como profesionales	
Fecha Realización:	1/08/2022	Duración:	8
INGRESOS			
EDUC INFORMAL-CONTINUADA -TALLERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<u>Admisión</u>	0	\$ 70.000	\$ -
<u>Matrícula</u>	15	\$ 250.000	\$ 3.750.000
<u>CON DESCUENTO</u>	0	\$ -	\$ -
<u>DESCUENTOS BECAS Y DEVOLUCIONES</u>	0%	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESO (A)			\$ 3.750.000
EGRESOS			
COSTOS (B)			\$ 1.830.000
COSTO DE HONORARIOS			\$ 1.080.000
COSTOS DE VIAJE			\$ -
COSTO DE TRANSPORTE			\$ -
EQUIPO VIDEOPROYEC, COMPUTO Y COMUN			\$ -
COSTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
0			\$ -
0			\$ 750.000
EXCEDENTE BRUTO (A - B)			51,2% \$ 1.920.000
GASTOS (C)			\$ 90.000
GASTO DE HONORARIOS			\$ -
GASTOS DE VIAJE			\$ -
GASTO DE TRANSPORTE			\$ -
AVISOS, PROMOCION Y PUBLICIDAD			\$ -
GASTOS DE REPRESENTACION			\$ -
GASTOS DE GRADO			\$ 90.000
GASTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
GASTOS DE UTILES DE ESCRITORIO Y PAPELERIA			\$ -
LEGALES			\$ -
CUMPLIMIENTO			\$ -
SEGURO TODO RIESGO			\$ -
BIENESTAR UNIVERSITARIO		0,0%	\$ -
ALQUILER			\$ -
0			\$ -
TOTAL COSTOS Y GASTOS (B + C)			51,2% \$ 1.920.000
EXCEDENTE ANTES DE COMISIONES (A - B - C)			48,80% \$ 1.830.000
COMISIONES DE EXITO		8%	\$ 146.400
FONDO DE SOSTENIBILIDAD CDE		2%	\$ 36.600
EXCEDENTE NETO (A - B - C)			44,90% \$ 1.683.600
Presupuesto Elaborado por:		Precio del servicio	\$ 3.750.000
Mariana Alfaro Wisaquillo		IVA % (Asesorías)	\$ -
		Total a cobrar	\$ 3.750.000

4.3.3 Presupuesto taller coctelería

 PRESUPUESTO PARA PROGRAMA PROPIO			
NOMBRE DEL PROGRAMA:		Coctelería	
Fecha Realización:	1/08/2022	Duración:	4
<u>INGRESOS</u>			
EDUC INFORMAL-CONTINUADA -TALLERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Admisión	0	\$ 70.000	\$ -
Matrícula	15	\$ 200.000	\$ 3.000.000
CON DESCUENTO	0	\$ -	\$ -
DESCUENTOS BECAS Y DEVOLUCIONES	0%	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESO (A)			\$ 3.000.000
<u>EGRESOS</u>			
COSTOS (B)			\$ 1.740.000
COSTO DE HONORARIOS		\$	540.000
COSTOS DE VIAJE		\$	-
COSTO DE TRANSPORTE		\$	-
EQUIPO VIDEOPROYEC, COMPUTO Y COMUN		\$	-
COSTO DE MATERIAL DIDACTICO		\$	-
0		\$	-
0		\$	1.200.000
EXCEDENTE BRUTO (A - B)		42,0%	\$ 1.260.000
GASTOS (C)			\$ 90.000
GASTO DE HONORARIOS		\$	-
GASTOS DE VIAJE		\$	-
GASTO DE TRANSPORTE		\$	-
AVISOS, PROMOCION Y PUBLICIDAD		\$	-
GASTOS DE REPRESENTACION		\$	-
GASTOS DE GRADO		\$	90.000
GASTO DE MATERIAL DIDACTICO		\$	-
GASTOS DE UTILES DE ESCRITORIO Y PAPELERIA		\$	-
LEGALES		\$	-
CUMPLIMIENTO		\$	-
SEGURO TODO RIESGO		\$	-
BIENESTAR UNIVERSITARIO	0,0%	\$	-
ALQUILER		\$	-
0		\$	-
TOTAL COSTOS Y GASTOS (B + C)		61,0%	\$ 1.830.000
EXCEDENTE ANTES DE COMISIONES (A - B - C)		39,00%	\$ 1.170.000
COMISIONES DE EXITO		8%	\$ 93.600
FONDO DE SOSTENIBILIDAD CDE		2%	\$ 23.400
EXCEDENTE NETO (A - B - C)		35,88%	\$ 1.076.400
Presupuesto Elaborado por:		Precio del servicio	\$ 3.000.000
Mariana Alfaro Wisaquillo		IVA % (Asesorías)	\$ -
		Total a cobrar	\$ 3.000.000

4.3.4 Presupuesto curso manipulación de alimentos

 PRESUPUESTO PARA PROGRAMA PROPIO			
NOMBRE DEL PROGRAMA:		Manipulación de alimentos	
Fecha Realización:	1/08/2022	Duración:	10
INGRESOS			
EDUC INFORMAL-CONTINUADA -TALLERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Admisión	0	\$ 70.000	\$ -
Matrícula	20	\$ 180.000	\$ 3.600.000
CON DESCUENTO	0	\$ -	\$ -
DESCUENTOS BECAS Y DEVOLUCIONES	0%	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESO (A)			\$ 3.600.000
EGRESOS			
COSTOS (B)			\$ 1.350.000
COSTO DE HONORARIOS			\$ 1.350.000
COSTOS DE VIAJE			\$ -
COSTO DE TRANSPORTE			\$ -
EQUIPO VIDEOPROYEC, COMPUTO Y COMUN			\$ -
COSTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
0			\$ -
0			\$ -
EXCEDENTE BRUTO (A - B)			62,5%
			\$ 2.250.000
GASTOS (C)			\$ 120.000
GASTO DE HONORARIOS			\$ -
GASTOS DE VIAJE			\$ -
GASTO DE TRANSPORTE			\$ -
AVISOS, PROMOCION Y PUBLICIDAD			\$ -
GASTOS DE REPRESENTACION			\$ -
GASTOS DE GRADO			\$ 120.000
GASTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
GASTOS DE UTILES DE ESCRITORIO Y PAPELERIA			\$ -
LEGALES			\$ -
CUMPLIMIENTO			\$ -
SEGURO TODO RIESGO			\$ -
BIENESTAR UNIVERSITARIO		0,0%	\$ -
ALQUILER			\$ -
0			\$ -
TOTAL COSTOS Y GASTOS (B + C)			40,8%
			\$ 1.470.000
EXCEDENTE ANTES DE COMISIONES (A - B - C)			59,17%
			\$ 2.130.000
COMISIONES DE EXITO			8%
FONDO DE SOSTENIBILIDAD CDE			2%
EXCEDENTE NETO (A - B - C)			54,43%
			\$ 1.959.600
Presupuesto Elaborado por:		Precio del servicio	\$ 3.600.000
Mariana Alfaro Wisaquillo		IVA % (Asesorías)	\$ -
		Total a cobrar	\$ 3.600.000

4.3.5 Presupuesto curso pastelería

 PRESUPUESTO PARA PROGRAMA PROPIO			
NOMBRE DEL PROGRAMA:		Pastelería virtual	
Fecha Realización:	1/08/2022	Duración:	50
<u>INGRESOS</u>			
EDUC INFORMAL-CONTINUADA -TALLERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Admisión	0	\$ 70.000	\$ -
Matrícula	30	\$ 150.000	\$ 4.500.000
CON DESCUENTO	0	\$ -	\$ -
DESCUENTOS BECAS Y DEVOLUCIONES	0%	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESO (A)			\$ 4.500.000
<u>EGRESOS</u>			
COSTOS (B)			\$ 2.025.000
COSTO DE HONORARIOS			\$ 2.025.000
COSTOS DE VIAJE			\$ -
COSTO DE TRANSPORTE			\$ -
EQUIPO VIDEOPROYEC, COMPUTO Y COMUN			\$ -
COSTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
0			\$ -
0			\$ -
EXCEDENTE BRUTO (A - B)			55,0% \$ 2.475.000
GASTOS (C)			\$ 180.000
GASTO DE HONORARIOS			\$ -
GASTOS DE VIAJE			\$ -
GASTO DE TRANSPORTE			\$ -
AVISOS, PROMOCION Y PUBLICIDAD			\$ -
GASTOS DE REPRESENTACION			\$ -
GASTOS DE GRADO			\$ 180.000
GASTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
GASTOS DE UTILES DE ESCRITORIO Y PAPELERIA			\$ -
LEGALES			\$ -
CUMPLIMIENTO			\$ -
SEGURO TODO RIESGO			\$ -
BIENESTAR UNIVERSITARIO		0,0%	\$ -
ALQUILER			\$ -
0			\$ -
TOTAL COSTOS Y GASTOS (B + C)			49,0% \$ 2.205.000
EXCEDENTE ANTES DE COMISIONES (A - B - C)			51,00% \$ 2.295.000
COMISIONES DE EXITO		8%	\$ 183.600
FONDO DE SOSTENIBILIDAD CDE		2%	\$ 45.900
EXCEDENTE NETO (A - B - C)			46,92% \$ 2.111.400
Presupuesto Elaborado por:		Precio del servicio	\$ 4.500.000
Mariana Alfaro Wisaquillo		IVA % (Asesorías)	\$ -
		Total a cobrar	\$ 4.500.000

4.3.6 Presupuesto diplomado panadería

 PRESUPUESTO PARA PROGRAMA PROPIO			
NOMBRE DEL PROGRAMA:		Diplomado en panadería	
Fecha Realización:	1/08/2022	Duración:	110
INGRESOS			
EDUC INFORMAL-CONTINUADA -TALLERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Admisión	20	\$ 70.000	\$ 1.400.000
Matrícula	20	\$ 2.200.000	\$ 44.000.000
CON DESCUENTO	0	\$ -	\$ -
DESCUENTOS BECAS Y DEVOLUCIONES	0%	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESO (A)			\$ 45.400.000
EGRESOS			
COSTOS (B)			\$ 18.850.000
COSTO DE HONORARIOS			\$ 14.850.000
COSTOS DE VIAJE			\$ -
COSTO DE TRANSPORTE			\$ -
EQUIPO VIDEOPROYEC, COMPUTO Y COMUN			\$ -
COSTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
0			\$ -
0			\$ 4.000.000
EXCEDENTE BRUTO (A - B)			58,5%
			\$ 26.550.000
GASTOS (C)			\$ 2.155.000
GASTO DE HONORARIOS			\$ 2.035.000
GASTOS DE VIAJE			\$ -
GASTO DE TRANSPORTE			\$ -
AVISOS, PROMOCION Y PUBLICIDAD			\$ -
GASTOS DE REPRESENTACION			\$ -
GASTOS DE GRADO			\$ 120.000
GASTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
GASTOS DE UTILES DE ESCRITORIO Y PAPELERIA			\$ -
LEGALES			\$ -
CUMPLIMIENTO			\$ -
SEGURO TODO RIESGO			\$ -
BIENESTAR UNIVERSITARIO		0,0%	\$ -
ALQUILER			\$ -
0			\$ -
TOTAL COSTOS Y GASTOS (B + C)			46,3%
			\$ 21.005.000
EXCEDENTE ANTES DE COMISIONES (A - B - C)			53,73%
			\$ 24.395.000
COMISIONES DE EXITO		8%	\$ 1.951.600
FONDO DE SOSTENIBILIDAD CDE		2%	\$ 487.900
EXCEDENTE NETO (A - B - C)			49,43%
			\$ 22.443.400
Presupuesto Elaborado por:		Precio del servicio	\$ 45.400.000
Mariana Alfaro Wisaquillo		IVA % (Asesorías)	\$ -
		Total a cobrar	\$ 45.400.000

4.3.7 Presupuesto diplomado pastelería y repostería

 PRESUPUESTO PARA PROGRAMA PROPIO			
NOMBRE DEL PROGRAMA:		Diplomado en pastelería	
Fecha Realización:	1/08/2022	Duración:	110
<u>INGRESOS</u>			
EDUC INFORMAL-CONTINUADA -TALLERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<u>Admisión</u>	20	\$ 70.000	\$ 1.400.000
<u>Matrícula</u>	20	\$ 2.200.000	\$ 44.000.000
<u>CON DESCUENTO</u>	0	\$ -	\$ -
<u>DESCUENTOS BECAS Y DEVOLUCIONES</u>	0%	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESO (A)			\$ 45.400.000
<u>EGRESOS</u>			
COSTOS (B)			\$ 20.850.000
COSTO DE HONORARIOS			\$ 14.850.000
COSTOS DE VIAJE			\$ -
COSTO DE TRANSPORTE			\$ -
EQUIPO VIDEOPROYEC, COMPUTO Y COMUN			\$ -
COSTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
0			\$ -
0			\$ 6.000.000
EXCEDENTE BRUTO (A - B)		54,1%	\$ 24.550.000
GASTOS (C)			\$ 2.155.000
GASTO DE HONORARIOS			\$ 2.035.000
GASTOS DE VIAJE			\$ -
GASTO DE TRANSPORTE			\$ -
AVISOS, PROMOCION Y PUBLICIDAD			\$ -
GASTOS DE REPRESENTACION			\$ -
GASTOS DE GRADO			\$ 120.000
GASTO DE MATERIAL DIDACTICO			\$ -
GASTOS DE UTILES DE ESCRITORIO Y PAPELERIA			\$ -
LEGALES			\$ -
CUMPLIMIENTO			\$ -
SEGURO TODO RIESGO			\$ -
BIENESTAR UNIVERSITARIO		0,0%	\$ -
ALQUILER			\$ -
0			\$ -
TOTAL COSTOS Y GASTOS (B + C)		50,7%	\$ 23.005.000
EXCEDENTE ANTES DE COMISIONES (A - B - C)		49,33%	\$ 22.395.000
COMISIONES DE EXITO		8%	\$ 1.791.600
FONDO DE SOSTENIBILIDAD CDE		2%	\$ 447.900
EXCEDENTE NETO (A - B - C)		45,38%	\$ 20.603.400
Presupuesto Elaborado por:		Precio del servicio	\$ 45.400.000
Mariana Alfaro Wisaquillo		IVA % (Asesorías)	\$ -
		Total a cobrar	\$ 45.400.000

Se espera ofertar el portafolio propuesto en el segundo semestre de 2022, con el apoyo de la coordinación de programa, dirección de extensión y mercadeo, con el fin de cerrar con éxito las ventas de cada propuesta.

Capítulo V: Conclusiones

En el presente capítulo se exponen las conclusiones y recomendaciones obtenidas en el marco del trabajo de grado según la información obtenida por los diversos grupos de interés:

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_/

Comfenalco Santander. (2022). *Facebook*. Obtenido de
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

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_Lizbeth.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

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
- 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%20Adopción%20del%20reglamento%20de%20los%20programas%20de%20educación%20continua.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

Anexo 1. Encuesta formulada a estudiantes de programas de gastronomía UNAB.

CUESTIONARIO PARA LA RECOLECCIÓN PRIMARIA DE DATOS Y/O INFORMACIÓN DE ESTUDIANTES DE LOS PROGRAMAS DE GASTRONOMÍA UNAB. BUCARAMANGA, COLOMBIA, 2022.

Instrucciones

Estimado estudiante, en el marco del trabajo de grado "FORTALECIMIENTO DE PROPUESTAS DE EDUCACIÓN CONTINUA EN EL PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA" comparto el siguiente formulario, encontrarás preguntas personales y sobre la percepción frente a la necesidad de formación continuada.

Por favor lee detenidamente cada una de las preguntas y responde de la forma más precisa y sincera posible, teniendo en cuenta que vas a encontrar diferentes formas de respuesta.

En este cuestionario no encontrarás respuestas del tipo "correctas o incorrectas". Selecciona la respuesta que consideres más apropiada, por lo tanto, se te pide la mayor sinceridad posible. Si hay alguna pregunta que no entiendas, por favor solicita la orientación del aplicador del cuestionario para aclarar cualquier duda.

La información obtenida aquí se va a emplear para realizar cálculos totales y promedios, y se cruzará con la de otros participantes, por lo tanto, toda la información recolectada aquí se tratará con absoluta confidencialidad, es decir, será tratada con anonimato.

Se estima que el tiempo que te tomará responder este cuestionario es de 15 minutos, aunque no hay un tiempo límite.

Situación actual

¿Cuál es tu edad al momento de responder este cuestionario? *

- Menor a 18 años
- Entre 18 y 30 años
- Entre 31 y 45 años
- Mayor a 45 años

Género *

- Femenino
- Masculino

¿Cuál es tu ocupación actualmente? *

- Empleado de una empresa
- Independiente
- En búsqueda de empleo
- Ama de casa
- Estudiante
- No sabe/No responde

Oferta de Educación continua

¿Estarías en la necesidad de complementar tu formación con un curso corto? *

Sí

No

¿En qué tema relacionado con la gastronomía crees que hay necesidad de formación continuada? *

Tu respuesta _____

De los siguientes temas, selecciona el de tu interés *

Área de panadería

Área de pastelería y repostería

Costos en alimentos y bebidas

Gestión de personal

Barismo

Coctelería y Mixología

Cocina Molecular

Cocina Colombiana

Cocina internacional

Fotografía enfocada a gastronomía

Marketing para restaurantes

Bebidas fermentadas

Cocina Saludable

Enología

Otros: _____

¿Qué modalidad es de tu interés para recibir capacitación? *

- Presencial (instalaciones cocinas UNAB)
- Virtual (Curso en plataforma Canvas)
- Remoto (Docente ubicado en cocina UNAB y estudiantes conectados desde dispositivos en otros lugares)
- Dual (Una parte de la formación se realiza de manera presencial o remota y la otra parte de la formación el estudiante la realiza de manera autónoma en su domicilio)

Frente a la duración de los cursos ¿Cuál es de tu preferencia? *

- Menor a 10 horas
- De 10 horas a 20 horas
- De 21 horas a 40 horas
- Diplomado (mínimo 80 horas)

¿Cuánto sería la inversión que harías por un curso de 10 horas? *

- Menor a \$150.000
- Entre \$150.000 y 300.000
- Entre \$300.001 y \$500.000
- Más de \$500.000

Clasifica los siguientes criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación, ten presente que 1 hace referencia a muy bajo y 5 muy alto *

	1	2	3	4	5
Precio del curso	<input type="radio"/>				
Modalidad (virtual, presencial, remota o Dual)	<input type="radio"/>				
Status y reconocimiento de la institución	<input type="radio"/>				
Trayectoria de los docentes	<input type="radio"/>				

¿Qué medio sería el más eficaz para dar a conocer la oferta de cursos? *

- Página web de la universidad
- Boletín informativo al correo unab
- Redes sociales del programa
- WhatsApp del grupo de estudiantes
- Llamadas telefónicas
- Otros: _____

Atrás

Enviar

Borrar formulario

Anexo 2. Encuesta formulada a graduados de programas de gastronomía UNAB.

**CUESTIONARIO PARA LA RECOLECCIÓN
PRIMARIA DE DATOS Y/O INFORMACIÓN
DE GRADUADOS DE LOS PROGRAMAS
DE GASTRONOMÍA UNAB.
BUCARAMANGA, COLOMBIA, 2022.**

Instrucciones

Estimado graduado, en el marco del trabajo de grado "FORTALECIMIENTO DE PROPUESTAS DE EDUCACIÓN CONTINUA EN EL PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA" comparto el siguiente formulario, encontrarás preguntas personales y sobre la percepción frente a la necesidad de formación continuada.

Por favor lee detenidamente cada una de las preguntas y responde de la forma más precisa y sincera posible, teniendo en cuenta que vas a encontrar diferentes formas de respuesta.

En este cuestionario no encontrarás respuestas del tipo "correctas o incorrectas". Selecciona la respuesta que consideres más apropiada, por lo tanto, se te pide la mayor sinceridad posible. Si hay alguna pregunta que no entiendas, por favor solicita la orientación del aplicador del cuestionario para aclarar cualquier duda.

La información obtenida aquí se va a emplear para realizar cálculos totales y promedios, y se cruzará con la de otros participantes, por lo tanto, toda la información recolectada aquí se tratará con absoluta confidencialidad, es decir, será tratada con anonimato.

Se estima que el tiempo que te tomará responder este cuestionario es de 15 minutos, aunque no hay un tiempo límite.

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES DE GRADUADOS UNAB En virtud a la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013 , LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA como Institución que recolecta datos personales requiere obtener su consentimiento para que de manera libre, previa y expresa, autorice el tratamiento y disposición de los datos personales que sean suministrados y que se incorporen en las distintas bases o bancos de datos, o en repositorios electrónicos de todo tipo con que cuenta la UNAB, y en especial la OFICINA DE BECAS Y GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD . Lo anterior con la finalidad de comunicar a la comunidad egresada/graduada información relacionada a programas académicos ofertados por la Universidad y sus aliados estratégicos, eventos de la Universidad, movilidad en el exterior, bolsa de empleo impulsa Unab, posibles ofertas laborales y otros servicios propios de esta la oficina de Graduados que permiten el cumplimiento de las funciones misionales institucionales. Si desea obtener más información en relación con los medios y mecanismos dispuestos por la UNAB para el ejercicio de los derechos que le asisten como titular, la Oficina de Becas y Graduados de la Universidad lo invita a consultar la política de tratamiento de la información y datos personales siguiendo el enlace "Aviso de Privacidad" disponible en el portal institucional www.unab.edu.co

- Autorizo
- No autorizo

Situación actual

¿Cuál es tu edad al momento de responder este cuestionario? *

Menor a 18 años

Entre 18 y 30 años

Entre 31 y 45 años

Mayor a 45 años

Género *

Femenino

Masculino

¿Cuál es tu ocupación actualmente? *

Empleado de una empresa

Independiente

En búsqueda de empleo

Ama de casa

Estudiante

No sabe/No responde

Atrás Siguiente Borrar formulario

Oferta de Educación continua

¿Estarías en la necesidad de complementar tu formación con un curso corto? *

- Sí
- No

¿En qué tema relacionado con la gastronomía crees que hay necesidad de formación continuada? *

Tu respuesta _____

De los siguientes temas, selecciona el de tu interés *

- Área de panadería
- Área de pastelería y repostería
- Costos en alimentos y bebidas
- Gestión de personal
- Barismo
- Coctelería y Mixología
- Cocina Molecular
- Cocina Colombiana
- Cocina internacional
- Fotografía enfocada a gastronomía
- Marketing para restaurantes
- Bebidas fermentadas
- Cocina Saludable
- Enología
- Otros: _____

 Esta pregunta es obligatoria.

¿Qué modalidad es de tu interés para recibir capacitación?

- Presencial (instalaciones cocinas UNAB)
- Virtual (Curso en plataforma Canvas)
- Remoto (Docente ubicado en cocina UNAB y estudiantes conectados desde dispositivos en otros lugares)
- Dual (Una parte de la formación se realiza de manera presencial o remota y la otra parte de la formación el estudiante la realiza de manera autónoma en su domicilio)

Frente a la duración de los cursos ¿Cuál es de tu preferencia? *

- Menor a 10 horas
- De 10 horas a 20 horas
- De 21 horas a 40 horas
- Diplomado (mínimo 80 horas)

¿Cuánto sería la inversión que harías por un curso de 10 horas? *

- Menor a \$150.000
- Entre \$150.000 y 300.000
- Entre \$300.001 y \$500.000
- Más de \$500.000

Clasifica los siguientes criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación, ten presente que 1 hace referencia a muy bajo y 5 muy alto *

	1	2	3	4	5
Precio del curso	<input type="radio"/>				
Modalidad (virtual, presencial, remota o Dual)	<input type="radio"/>				
Status y reconocimiento de la institución	<input type="radio"/>				
Trayectoria de los docentes	<input type="radio"/>				

¿Qué medio sería el más eficaz para dar a conocer la oferta de cursos? *

- Página web de la universidad
- Boletín informativo al correo unab
- Redes sociales del programa
- WhatsApp del grupo de graduados
- Llamadas telefónicas
- Otros: _____

Atrás

Enviar

Borrar formulario

Anexo 3. Encuesta formulada a representantes empresariales del gremio gastronómico.

CUESTIONARIO PARA LA RECOLECCIÓN PRIMARIA DE DATOS Y/O INFORMACIÓN DE EMPRESARIOS DEL SECTOR GASTRONÓMICO. COLOMBIA, 2022.

Instrucciones

Estimado empresario, en el marco del trabajo de grado "FORTALECIMIENTO DE PROPUESTAS DE EDUCACIÓN CONTINUA EN EL PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA" comparto el siguiente formulario, encontrarás preguntas personales y sobre la percepción frente a la necesidad de formación continuada.

Por favor lee detenidamente cada una de las preguntas y responde de la forma más precisa y sincera posible, teniendo en cuenta que vas a encontrar diferentes formas de respuesta.

En este cuestionario no encontrarás respuestas del tipo "correctas o incorrectas". Selecciona la respuesta que consideres más apropiada, por lo tanto, se te pide la mayor sinceridad posible. Si hay alguna pregunta que no entiendas, por favor solicita la orientación del aplicador del cuestionario para aclarar cualquier duda.

La información obtenida aquí se va a emplear para realizar cálculos totales y promedios, y se cruzará con la de otros participantes, por lo tanto, toda la información recolectada aquí se tratará con absoluta confidencialidad, es decir, será tratada con anonimato.

Se estima que el tiempo que te tomará responder este cuestionario es de 15 minutos, aunque no hay un tiempo límite.

Situación actual

¿Cuál es tu edad al momento de responder este cuestionario? *

- Entre 18 y 30 años
- Entre 31 y 45 años
- Mayor a 45 años

Género *

- Femenino
- Masculino

Selecciona el enfoque de la empresa en la que laboras *

- Restaurante
- Hotel
- Club
- Casino de alimentación
- Hospital / Clínica
- Otros: _____

Por favor indica el cargo que desempeñas en la empresa *

Tu respuesta _____

Oferta de Educación continua

¿La empresa tiene la necesidad de complementar la formación de los trabajadores con un curso corto? *

- Sí
- No

¿En qué tema relacionado con la gastronomía crees que hay necesidad de formación continuada? *

Tu respuesta _____

De los siguientes temas, selecciona el de interés para la empresa *

- Área de panadería
- Área de pastelería y repostería
- Costos en alimentos y bebidas
- Gestión de personal
- Barismo
- Coctelería y Mixología
- Cocina Molecular
- Cocina Colombiana
- Cocina internacional
- Fotografía enfocada a gastronomía
- Marketing para restaurantes
- Bebidas fermentadas
- Cocina Saludable
- Enología
- Otros: _____

¿Qué modalidad es de interés de la empresa para recibir capacitación relacionada con gastronomía? *

- Presencial (instalaciones cocinas UNAB)
- Virtual (Curso en plataforma Canvas)
- Remoto (Docente ubicado en cocina UNAB y estudiantes conectados desde dispositivos en otros lugares)
- Dual (Una parte de la formación se realiza de manera presencial o remota y la otra parte de la formación el estudiante la realiza de manera autónoma en su domicilio)

Frente a la duración de los cursos ¿Cuál es de preferencia de la empresa? *

- Menor a 10 horas
- De 10 horas a 20 horas
- De 21 horas a 40 horas
- Diplomado (mínimo 80 horas)

¿Cuánto sería la inversión que harías por un curso de 10 horas? *

- Menor a \$150.000
- Entre \$150.000 y 300.000
- Entre \$300.001 y \$500.000
- Más de \$500.000

Clasifica los siguientes criterios a la hora de seleccionar una propuesta de capacitación, ten presente que 1 hace referencia a muy bajo y 5 muy alto *

	1	2	3	4	5
Precio del curso	<input type="radio"/>				
Modalidad (virtual, presencial, remota o Dual)	<input type="radio"/>				
Status y reconocimiento de la institución	<input type="radio"/>				
Trayectoria de los docentes	<input type="radio"/>				

¿Qué medio sería el más eficaz para dar a conocer la oferta de cursos? *

- Página web de la universidad
- Boletín informativo al correo corporativo
- Redes sociales del programa
- WhatsApp
- Llamadas telefónicas
- Otros: _____

Atrás

Enviar

Borrar formulario

Anexo 4. Guía Educación Continua

	Extensión Universitaria			Código:	
	Educación Continua			Versión:	
	Solicitud Creación Contenido			Fecha:	
				Hoja:	Página 1 de 3
1. Identificación del programa					
Nombre del programa:	Línea de conocimiento*	Código materia*	Créditos*	Horas totales	Horas Clase
	NO DILIGENCIAR			Valor	Horas Independientes
Facultad/ Departamento/ Unidad Administrativa					
Programa Profesional que administra					
Coordinador Académico designado					
Espacio de Formación	Seminario			Simposio	
	Congreso			Encuentro	
	Taller (Metodología Práctica)			Curso	
	Diplomado (Desde 80Horas)			Otro	
Modalidad Educativa	Presencial		Dual		
	ONLINE (Remoto)		Virtual		
Orientado a	Abierto al público			Corporativo	
Fecha de actualización de la guía					
2. Presentación					
Descripción del programa	<i>Principales características del programa</i>				
Dirigido a	<i>Descripción de público objetivo</i>				
Objetivos	General				
	Específicos				
Logro(s) de aprendizaje					
3. Justificación					
<i>Reconocer elementos de la demanda del mercado, que hacen de este programa una oferta pertinente y actualizada.</i>					
4. Metodología					

	Extensión Universitaria Educación Continua Solicitud Creación Contenido			Código:	
				Versión:	
				Fecha:	
				Hoja:	Página 3 de 3
8. Bibliografía sugerida					
Básica/Complementaria/Enlaces de Internet					
9. Información Complementaria					
Cronograma					
Unidad/Módulo/Tema	HRS	Docente/Experto	Fecha	Horario	Tipo de Aula
Docente(s)/Experto(s) sugeridos					
Nombre	Documento Identidad	Perfil <i>(máximo 10 renglones)</i>	Correo – Celular	Indique si es Docente Unab o Docente Externo <i>(indicar ciudad de origen)</i>	