



**Proponer la viabilidad del diseño y estructuración del modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación “CORPOEDI”**

Carlos Fernando Torres Velásquez

Universidad EAN  
Facultad de Ingeniería  
Programa de Maestría en Gerencia de Sistemas de Información y Proyectos  
Tecnológicos  
Bogotá, Colombia  
14/04/2024

**Proponer la viabilidad del diseño y estructuración del modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación "CORPOEDI"**

**Carlos Fernando Torres Velásquez**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

**Magister en Gerencia de Sistemas de Información y Proyectos Tecnológicos**

Director (a):

Alfredo Antonio Uribe Arias

Modalidad:

**Trabajo Dirigido**

Universidad EAN

Facultad de Ingeniería

Programa de Maestría en Gerencia de Sistemas de Información y Proyectos Tecnológicos

Bogotá, Colombia

14/04/2024

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

A mi esposa y mis dos hijos por aguantar el vacío en sus vidas y hogar, mientras me ocupaba de este lindo y gratificante proyecto personal y profesional.

## Resumen

Este estudio aborda la viabilidad del diseño y estructuración de un modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano "CORPOEDI", una entidad sin ánimo de lucro centrada en impulsar el desarrollo socioeconómico a través de la educación y la tecnología. Frente a un contexto de alta competitividad y constante evolución tecnológica, este trabajo se fundamenta en la necesidad crítica de dotar a CORPOEDI de un marco estratégico robusto que guíe sus acciones hacia el logro de sus metas de impacto social y sostenibilidad económica.

Mediante un enfoque metodológico mixto, que combina el análisis cualitativo y cuantitativo de datos recolectados a través de encuestas y entrevistas con interesados clave, el estudio propone un modelo estratégico que responde a las dinámicas del sector educativo y las demandas de la sociedad digital actual. Los resultados evidencian que la adopción de un direccionamiento estratégico claro y coherente potencia la capacidad de CORPOEDI para responder de manera efectiva a los desafíos del entorno, maximizando su impacto en la comunidad y mejorando su posicionamiento en el sector.

Las conclusiones subrayan la importancia de la innovación constante, la transformación y la adaptabilidad como pilares fundamentales para el éxito y la relevancia continua de organizaciones educativas en la era digital.

**Palabras clave:** Direccionamiento estratégico, ESAL, MiPymes, Educación para el Trabajo y Desarrollo Humano (ETDH), Transformación Digital, Tablero de Comando Extendido BSC - SIMEG, Transformación Social, Territorio.

### **Abstract**

This study examines the feasibility of designing and structuring a strategic direction model for the Digital Educational Corporation for Work and Human Development "CORPOEDI", a non-profit organization aimed at fostering socioeconomic development through education and technology. In the face of highly competitive environments and ongoing technological evolution, this work is grounded in the critical need to equip CORPOEDI with a strong strategic framework to guide its actions towards achieving social impact and economic sustainability goals. Employing a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative data analysis from surveys and interviews with key stakeholders, this study proposes a strategic model that aligns with the dynamics of the educational sector and the demands of today's digital society. The findings highlight that the adoption of a clear and coherent strategic direction enhances CORPOEDI's ability to effectively meet environmental challenges, maximizing its community impact and improving its sector positioning. Conclusions emphasize the importance of constant innovation and adaptability as fundamental pillars for the success and ongoing relevance of educational organizations in the digital age.

**Keywords:** Strategic Direction, ESAL, MiPymes, Education for Work and Human Development (ETDH), Digital Transformation, Extended Command Dashboard BSC - SIMEG "Balanced Scorecard", Social Transformation, Territory

## Contenido

	Pág.
<b>Lista de Figuras .....</b>	<b>11</b>
<b>Lista de Tablas.....</b>	<b>13</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>14</b>
<i>Planteamiento del problema.....</i>	<i>15</i>
<i>Pregunta de investigación.....</i>	<i>16</i>
<b>Objetivos.....</b>	<b>17</b>
<i>Objetivo general.....</i>	<i>17</i>
<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>17</i>
<b>Justificación.....</b>	<b>18</b>
<b>Marco Institucional.....</b>	<b>22</b>
<b>Marco de Referencia.....</b>	<b>49</b>
<b>Diseño Metodológico.....</b>	<b>64</b>
<b>Diagnóstico Organizacional.....</b>	<b>77</b>
<i>Procesamiento estadístico de datos.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabulación de la Encuesta.....</i>	<i>84</i>
<i>Análisis de los resultados.....</i>	<i>92</i>

Proponer la viabilidad del diseño y estructuración del modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación “CORPOEDI”	9
<i>Estructura Corporativa</i> .....	92
<i>Trabajo Colaborativo y Cooperativo</i> .....	94
<i>Lectura de Realidades de Contexto</i> .....	96
<i>Proceso de Incorporación a la Organización.</i> .....	97
<i>Proyección de la Organización en el Medio.</i> .....	98
<i>Índices de Satisfacción. Fuente: elaboración propia.</i> .....	99
<i>Aspectos Económicos y de Sostenibilidad.</i> .....	100
<b>Plan de Intervención</b> .....	<b>112</b>
<i>Desarrollo del Modelo de Direccionamiento Estratégico</i> .....	112
<i>Formulación de la Dirección Estratégica</i> .....	113
<i>Análisis Estratégico</i> .....	115
<i>Mapa de despliegue estratégico</i> .....	118
<i>Tablero de Comando Extendido (BSC – SIMEG)</i> .....	122
<i>Propuesta de estructuración e implementación para el Modelo</i> .....	124
<i>Plan estratégico implementación del modelo</i> .....	127
<i>Propuesta plataforma estratégica CORPOEDI</i> .....	128
<i>Formulación de la Misión</i> .....	128
<i>Criterios de medición de la Misión</i> .....	130
<i>Formulación de la Visión</i> .....	131
<i>Criterios de Medición de la Visión</i> .....	133
<i>Formulación de Valores Corporativos</i> .....	136

Proponer la viabilidad del diseño y estructuración del modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación “CORPOEDI”	10
<b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>138</b>
<i>Conclusiones.....</i>	<i>138</i>
<i>Recomendaciones.....</i>	<i>138</i>
<b>Referencias .....</b>	<b>140</b>
<b>A. Anexo. Matriz PESTEL CORPOEDI .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Anexo. Matriz DOFA CORPOEDI, factores internos .....</b>	<b>1</b>
<b>C. Anexo. Matriz DOFA CORPOEDI, factores externos.....</b>	<b>5</b>
<b>D. Anexo. Matriz EFI CORPOEDI, fortalezas .....</b>	<b>16</b>
<b>E. Anexo. Matriz EFI CORPOEDI, debilidades.....</b>	<b>20</b>
<b>F. Anexo. Matriz EFE CORPOEDI, oportunidades .....</b>	<b>24</b>
<b>G. Anexo. Resultados validación V de Aiken Instrumento de medición: encuesta.....</b>	<b>34</b>
<b>H. Anexo. Instrumento para evaluación del diseño modelo direccionamiento estratégico .....</b>	<b>51</b>
<b>I. Anexo. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter .....</b>	<b>63</b>
<b>J. Anexo. Despliegue Estratégico.....</b>	<b>64</b>
<b>K. Anexo. Tablero de comando extendido (BSC - SIMEG).....</b>	<b>126</b>

### Lista de Figuras

	<b>Pág.</b>
<b>Ilustración 1</b> .....	23
<b>Ilustración 2</b> .....	27
<b>Ilustración 3</b> .....	31
<b>Ilustración 4</b> .....	34
<b>Ilustración 5</b> .....	38
<b>Ilustración 6</b> .....	39
<b>Ilustración 7</b> .....	40
<b>Ilustración 8</b> .....	41
<b>Ilustración 9</b> .....	44
<b>Ilustración 10</b> .....	44
<b>Ilustración 11</b> .....	45
<b>Ilustración 12</b> .....	48
<b>Ilustración 13</b> .....	65
<b>Ilustración 14</b> .....	66
<b>Ilustración 15</b> .....	80
<b>Ilustración 16</b> .....	81
<b>Ilustración 17</b> .....	82
<b>Ilustración 18</b> .....	83
<b>Ilustración 19</b> .....	84
<b>Ilustración 20</b> .....	84
<b>Ilustración 21</b> .....	86
<b>Ilustración 22</b> .....	87
<b>Ilustración 23</b> .....	88
<b>Ilustración 24</b> .....	89

Proponer la viabilidad del diseño y estructuración del modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación "CORPOEDI"	12
--	----

---

<b>Ilustración 25</b> .....	91
<b>Ilustración 26</b> .....	119
<b>Ilustración 27</b> .....	123
<b>Ilustración 28</b> .....	127

### Lista de Tablas

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1</b> .....	47
<b>Tabla 2</b> .....	52
<b>Tabla 3</b> .....	56
<b>Tabla 4</b> .....	67
<b>Tabla 5</b> .....	69
<b>Tabla 6</b> .....	72
<b>Tabla 7</b> .....	93
<b>Tabla 8</b> .....	95
<b>Tabla 9</b> .....	96
<b>Tabla 10</b> .....	97
<b>Tabla 11</b> .....	98
<b>Tabla 12</b> .....	99
<b>Tabla 13</b> .....	100
<b>Tabla 14</b> .....	102
<b>Tabla 15</b> .....	105
<b>Tabla 16</b> .....	106
<b>Tabla 17</b> .....	116
<b>Tabla 18</b> .....	129
<b>Tabla 19</b> .....	130
<b>Tabla 20</b> .....	132
<b>Tabla 21</b> .....	133

## Introducción

En la era actual, marcada por rápidos avances tecnológicos y una dinámica global de cambio constante, las organizaciones educativas enfrentan desafíos sin precedentes. La Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano "CORPOEDI", una institución sin ánimo de lucro ubicada en Antioquia, Colombia, se sitúa en el epicentro de estos retos, buscando promover el desarrollo socioeconómico a través de la educación y la innovación tecnológica. Este contexto exige un modelo de direccionamiento estratégico que no solo responda a las necesidades actuales, sino que también anticipe los desafíos futuros, asegurando así la sostenibilidad y el impacto social de la organización.

La importancia de esta iniciativa radica en su enfoque en diseñar y estructurar un modelo de direccionamiento estratégico viable para "CORPOEDI". A través de este modelo, se pretende dotar a la corporación de las herramientas necesarias para navegar en un entorno complejo y competitivo, maximizando su capacidad para generar valor educativo y social. La investigación se sustenta en un análisis exhaustivo de los antecedentes, desafíos y oportunidades específicas que enfrenta "CORPOEDI", proyectándola como un caso emblemático de cómo las entidades educativas pueden adaptarse y prosperar en la era digital.

Este trabajo de intervención empresarial, al abordar la viabilidad de diseñar y estructurar un modelo estratégico para "CORPOEDI", no solo tiene el potencial de transformar la trayectoria de la corporación, sino que también contribuye al campo académico y práctico de la gestión estratégica en el sector educativo. Al establecer un vínculo entre la teoría estratégica y su aplicación en el contexto de la educación para el trabajo y el desarrollo humano, esta investigación ilumina el camino para que otras organizaciones educativas fortalezcan su impacto y sostenibilidad en un mundo en constante evolución.

### **Planteamiento del problema**

En el contexto actual de rápida evolución tecnológica y cambio socioeconómico, la Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano "CORPOEDI", una entidad privada sin ánimo de lucro ubicada en Envigado, Antioquia, desempeña un papel fundamental en el desarrollo de proyectos y actividades con un fuerte enfoque social. A través de la colaboración con organizaciones sociales de base, CORPOEDI aspira a fomentar la mejora de la calidad de vida y la productividad de los sectores sociales menos favorecidos, aprovechando la educación para el trabajo y el desarrollo humano en ambientes virtuales como su principal herramienta.

Sin embargo, se enfrenta a un desafío crítico: la ausencia de un modelo de direccionamiento estratégico que guíe eficazmente sus operaciones y gestión. Sin una estrategia definida, la corporación se enfrenta a la incertidumbre en la toma de decisiones, la asignación ineficiente de recursos y la dificultad para adaptarse a las dinámicas cambiantes del sector educativo y tecnológico, esta carencia obstaculiza su capacidad para identificar y aprovechar las oportunidades del mercado educativo, anticipar escenarios futuros, superar desafíos y alcanzar sus objetivos de manera efectiva. La necesidad de un enfoque sistémico, robusto y adecuado para la gestión organizacional y operacional es, por lo tanto, evidente y urgente.

La consecución de un modelo de direccionamiento estratégico no solo impulsaría la eficiencia y efectividad de CORPOEDI, sino que también garantizaría su sostenibilidad a largo plazo y fortalecería su compromiso con el bienestar y la satisfacción de todos sus grupos de interés. Este desafío subraya la importancia de nuestra investigación, la cual busca diseñar y estructurar un marco estratégico viable que responda a las dinámicas del sector y sustente el éxito continuo de CORPOEDI en su misión de contribuir al desarrollo socioeconómico y cultural a través de la educación.

### **Pregunta de investigación**

¿Cuál es el modelo de direccionamiento estratégico ideal para que la corporación CORPOEDI defina sus procesos organizacionales, orientados a la pertinencia y posicionamiento de la educación digital para el trabajo y el desarrollo humano (ETDH), impactando el desarrollo del territorio en ambientes educativos y corporativos?

### **Estructura del documento**

El presente trabajo de grado documenta el desarrollo de un modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano “CORPOEDI”, estructurada en una secuencia lógica que comienza con una introducción que sitúa al lector en el contexto y la relevancia de la investigación. Le sigue un marco teórico que fundamenta la estrategia en conceptos y teorías relevantes, y una metodología que detalla el enfoque cualitativo y los procedimientos de recolección y análisis de datos. El cuerpo del documento presenta un diagnóstico de la situación actual de CORPOEDI, el diseño y la formulación del modelo de direccionamiento estratégico y la propuesta de estructuración del mismo, culminando con la evaluación de los resultados esperados y su alineación con los objetivos organizacionales. Finalmente, el documento concluye con un capítulo de conclusiones y recomendaciones, seguido de las referencias bibliográficas y anexos pertinentes, ofreciendo así un recorrido integral desde la conceptualización hasta la proyección de impacto futuro del modelo propuesto.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un modelo de direccionamiento estratégico para la implementación de la Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano “CORPOEDI”, orientado a las nuevas dinámicas educativas, sociales, y culturales pertinentes al posicionamiento y transformación digital desde la interpretación de las necesidades de la educación para el trabajo y el desarrollo humano (ETDH) en los territorios.

### **Objetivos específicos**

- Determinar las variables clave que influirán en el diseño del modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación CORPOEDI, a partir de un análisis exhaustivo del entorno educativo, tecnológico y social en el que opera la corporación.
- Desarrollar el diseño del modelo de direccionamiento estratégico para CORPOEDI, integrando las variables identificadas y aplicando las mejores prácticas de gestión estratégica, adecuadas a las particularidades de la educación para el trabajo y desarrollo humano.
- Elaborar una propuesta de estructuración para el modelo de direccionamiento estratégico diseñado, que especifique los componentes, procesos y herramientas recomendados para su configuración óptima.

### **Justificación**

El propósito principal del proyecto es el direccionamiento estratégico para la implementación de la corporación CORPOEDI, orientada a las transformaciones educativas, sociales culturales desde el escenario del mundo digital, buscando el emprendimiento, la planeación, el direccionamiento estratégico y la educación para el trabajo y el desarrollo humano.

Con el fin de aportar al desarrollo de la enseñanza y el aprendizaje a través de las herramientas tecnológicas y digitales, permitiendo además la formación de diferentes entornos sociales mediante la educación digital, con recursos de fácil acceso y disposición.

A su vez, CORPOEDI busca desarrollar una estrategia competitiva que permita llegar a los escenarios empresariales con propuestas de sistematización digital de procesos que aporten a la productividad y al crecimiento de las organizaciones.

A través de esta propuesta investigativa, se reconoce la evidente importancia del desarrollo de un plan de contingencia que le permita a las empresas manejar, de la mejor forma posible, las situaciones que atenten contra la continuidad del negocio. Según Asobancaria (2018) por cada 100 nuevas micro, pequeñas y medianas empresas, se estima que solo 43 permanecen en el tiempo, lo que hace que la creación y supervivencia de las MiPymes en Colombia sea un reto cada vez mayor. Por tal motivo resulta esencial adoptar el uso de las TIC (Tecnologías de la información y las comunicaciones), con el fin de lograr una formación digital que propicie la potenciación de competencias para el trabajo y desarrollo humano desde la producción y operación de las empresas.

Sin embargo, las MiPymes en Colombia, que representan una parte significativa del tejido empresarial del país, según Asobancaria (2018), se enfrentan a diversos desafíos en un mercado cada vez más competitivo. Asobancaria (2018) también asegura que uno

de los problemas cruciales que afrontan estas empresas es la necesidad de adoptar estrategias de innovación efectivas para asegurar su supervivencia y crecimiento.

La innovación no solo se relaciona con la invención de nuevos productos o servicios, sino también con la capacidad de las MiPymes para mejorar procesos, implementar modelos de negocio innovadores y adaptarse a las cambiantes demandas del mercado. Este desafío subraya la importancia de la presente investigación, que busca explorar estrategias de direccionamiento estratégico que pueden ser cruciales para el fortalecimiento y sostenibilidad de las MiPymes en el contexto colombiano. En este sentido, el uso de nuevos productos financieros, el potencial exportador, la educación y la pedagogía financiera, las herramientas digitales son oportunidades relevantes para reducir la probabilidad de fracaso de las MiPymes, con los efectos positivos que esto genera sobre la economía. (Asobancaria, 2018, p. 2)

Otro de los propósitos principales de este proyecto es la promoción de la competencia, la cual, es probablemente la mayor fuerza de que dispone la sociedad para conseguir que las cosas sean mejores, en múltiples aspectos de la vida. La competencia es el impulso que anima a explorar nuevas oportunidades de generar valor para las personas, generar nuevas soluciones más sofisticadas y sacar provecho de toda la innovación y la tecnología del momento. La competencia es dinamismo, cambio e innovación (Mejora Competitiva, 2015).

Esta investigación busca la integración de los negocios y la sociedad, entendiendo que el desarrollo de las compañías de cualquier naturaleza depende de una evolución social. La educación, los servicios de salud y la igualdad de oportunidades son esenciales para una fuerza laboral productiva.

En síntesis, todas las estrategias que se pretenden ejecutar tienen como escenario el mundo digital y de las TIC que son el vehículo necesario para trabajar en pro de la educación, el emprendimiento, la transformación y el desarrollo humano y social.

Por su parte, la conveniencia de la presente investigación está enmarcada en los componentes de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), las cuales como lo expresan Dini y Stumpo (2020), representan el 99% de las empresas formales en Latinoamérica con un peso en el empleo formal generado del 61%, lo cual, "las convierte en un actor central para garantizar la viabilidad y eficacia de la transformación generadora de una nueva dinámica de desarrollo que permita un crecimiento económico más rápido y continuo, que al mismo tiempo sea incluyente y sostenible" (p. 491).

En el contexto del departamento de Antioquia, se ratifica como la primera economía a nivel nacional, si se analiza la base empresarial, es vista y reconocida como una región de empuje, desarrollo empresarial, innovadora y con una sólida infraestructura. El sector económico del Valle de Aburrá visto desde el número de empresas registradas en las Cámaras de Comercio se explica por el comercio, la industria manufacturera, servicios tecnológicos, de alojamiento y comida; mientras que vista desde la valoración de activos el orden sería: sector financiero y seguros e industria (CCAS, 2021).

Frente a las oportunidades de consolidación y crecimiento de nuevos emprendimientos e iniciativas de negocio, es importante resaltar que el Sur del Valle de Aburrá (espacio físico en el que encuentra CORPOEDI), se precia de contar con ocho instituciones de educación superior, algunos centros de formación para el trabajo, un conjunto de instituciones que vienen promoviendo formación especializada para el sector software y tecnologías de la información y que además goza de una base industrial no puede estar de espaldas a estas realidades, ni puede asumir que la desindustrialización es un fenómeno irreversible.

El presente proyecto de investigación mixta se justifica en la importancia que tiene el diseño y aplicación de un modelo de direccionamiento estratégico que permita realizar la intervención de los procesos misionales y cadena de valor de CORPOEDI, lo cual redundará en múltiples beneficios tales como: poder establecer una visión clara

enfocando sus esfuerzos en las actividades que son importantes para lograr sus objetivos a mediano y largo plazo, identificar oportunidades para el crecimiento y expansión, conocer amenazas en su entorno externo para anticipar escenarios frente a los cambios rápidos y constantes del mercado, las competencias y los clientes, centrar sus estrategias en los recursos más valiosos y poder utilizarlos de manera más eficiente, responsable y sostenible; finalmente, mejorar la toma de decisiones y asegurar que estén alineadas con su visión a largo plazo evitando comprometer el futuro, consolidación, estabilidad y proyección de la corporación.

Complementario a lo anterior, algunas de las razones que motivan la vinculación y estudio de la Maestría en Gerencia de Sistemas de Información y Proyectos Tecnológicos es la adquisición y desarrollo de las competencias directivas, gerenciales y tecnológicas necesarias para promover dinámicas de transformación organizacional a nivel de procesos, modelos gerenciales, ventajas competitivas – estratégicas, gobernabilidad, buenas prácticas e innovación; como aspectos fundamentales para implementar y desarrollar estrategias gerenciales centradas en el mejoramiento continuo, la gestión eficiente del talento humano, los recursos físicos, de información y tecnológicos, la ética empresarial, la sostenibilidad y la responsabilidad social. Lo cual permite ratificar la conveniencia y favorabilidad de la investigación tanto para la corporación CORPOEDI como para las competencias de los estudiantes que nos encontramos cursando este programa académico.

## **Marco Institucional**

### **Presentación de la empresa**

La Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano “CORPOEDI”, es una organización del régimen común privada sin ánimo de lucro (ESAL) de naturaleza Corporativa, la cual se encuentra ubicada en el municipio de Envigado – Antioquia y que centra sus áreas de acción en las siguientes actividades, de acuerdo con Estatutos CORPOEDI (2022) son:

- Crear y desarrollar proyectos, actividades productivas, cívicas, culturales, deportivas, educativas, científicas, tecnológicas, formativas y ecológicas, en asocio con las organizaciones sociales de base, con entidades públicas, empresarios e inversionistas del sector privado, nacionales e internacionales, con el fin de impulsar la generación de capital social y patrimonial que permita el mejoramiento en la convivencia ciudadana y la calidad de vida, así como mejores niveles de productividad y competitividad en el desempeño individual y asociativo de los distintos sectores sociales, especialmente los menos favorecidos.
- Desarrollar y promover la educación formal y no formal, patrocinar y realizar actividades científicas, artísticas, filosóficas, etnocientíficas, y transculturales orientadas a la divulgación y sistematización de saberes y prácticas del idioma inglés, francés, alemán, portugués, italiano, mandarín, ruso, y en un futuro inmediato otras enseñanzas de educación no formal, carreras afines, técnicas, seminarios, diplomados, entre otros.
- Establecer mecanismos de cooperación con entidades nacionales e internacionales que enriquezcan el trabajo de capacitación, investigación, y experimentación de la corporación o particulares, mediante la enseñanza de tecnología sistematizada y áreas afines, para las distintas ramas del saber que se

van a proporcionar en la corporación para coadyuvar con el perfeccionamiento de las personas.

- Impulsar la cooperación y el intercambio entre las instituciones de educación para el trabajo y desarrollo humano, la construcción y virtualización de contenidos académicos y corporativos y la implementación e incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación a nivel nacional.

Con fundamento en las inscripciones del registro de entidades sin ánimo de lucro y de la economía solidaria registrada ante la Cámara de Comercio Aburrá Sur, su constitución se da mediante el Acta No. 001 del 05 de julio de 2022 de la Asamblea de Corporados de Envigado, inscrito en esta Cámara de Comercio el 09 de septiembre de 2022, con el No. 14096 del Libro I del Registro de entidades sin ánimo de lucro.

CORPOEDI actualmente cuenta con cuatro (4) colaboradores que constituyen su Órgano de Administración, denominados así: presidente, vicepresidente, tesorera y revisor fiscal.

### **Ilustración 1**

*Estructura Órgano de Administración CORPOEDI.*



**Nota:** esquema que muestra la estructura organizacional de la corporación CORPOEDI. Fuente: elaboración propia.

En el marco de la descripción y presentación de CORPOEDI resulta importante mencionar que el isotipo que representa gráficamente la organización y acompaña todas las piezas de comunicación corporativa; está compuesto por un conjunto de elementos gráficos y colores significativos en el área de la tecnología, todo esto para lograr una composición clara de lo qué es y de cómo se proyecta la Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano “CORPOEDI”.

### **Referentes estratégicos**

Debido a la globalización y al cambio constante en el mercado empresarial, las organizaciones experimentan altos niveles de competitividad, que buscan que los productos y servicios sean cada vez de mayor calidad y tengan una mejor eficiencia en el mercado que les permita posicionarse de mejor manera a nivel nacional e internacional, pero sobre todo sostenerse en el tiempo. En esta gestión empresarial, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son una herramienta importante que permite

generar innovación en cada uno de los procesos operacionales y además consolidar actividades de forma integral a través del conocimiento y el aprendizaje.

En este apartado se busca mencionar algunos casos de éxito actuales de empresas y corporaciones que han logrado implementar estrategias de diferentes tipos con el fin de mejorar su productividad, optimizar sus procesos y convertirse en referentes competitivos en el mercado; estas empresas son de diferentes naturalezas y cada uno se desempeña en otros espacios del mercado; sin embargo, se puede tomar referencias importantes de implementación para la construcción del plan estratégico de CORPOEDI.

Uno de los primeros referentes importantes, es el caso de la Fundación Cardiovascular Colombia (FCV), la primera institución en el país acreditada por la Joint Commission International como institución de mayor competencia técnica en el sector, uno de los aspectos que influyeron en esta acreditación fue la adopción de medidas de competitividad como gestión empresarial, el Hospital Internacional de Colombia (HIC) adoptó estrategias de innovación basadas en las TIC y desarrollaron una herramienta denominada Sistema Hospitalario Integrado para Pacientes (SHIPP), una plataforma que ofrece ingreso a redes sociales, correo electrónico, música, películas y telefonía internacional permitiendo además, el seguimiento del paciente por parte del personal de la salud. Adicional, en el desarrollo constante de este proyecto, el hospital espera implementar funciones de domótica que permitan al paciente un control detallado de la habitación sin necesidad de requerir personal médico para acciones cotidianas como iluminación de la habitación, el clima y los llamados de enfermería.

Según Angulo (2016) el Hospital Internacional de Colombia (HIC) es uno de los establecimientos colombianos que más le ha apostado a la adopción de las TIC y esto finalmente les ha permitido consolidarse como una entidad altamente competitiva a través de la innovación y mejora de su capacidad de servicio, específicamente en el sector de la salud. Esto aporta a la construcción de este proyecto, ya que da referencias

importantes sobre el éxito que tiene la implementación de las tecnologías al interior de procesos vitales para la evolución de las sociedades.

Teniendo en cuenta que las TIC funcionan de forma complementaria en los diversos modelos de negocio actuales, es importante mencionar que estas han jugado un papel importante también en la innovación de los procesos del sector turístico, propiciando un canal de comunicación multidireccional que permite la conexión permanente entre empresas y clientes, facilitando la interconexión de los servicios y el crecimiento a nivel nacional e internacional de los negocios.

Por ello, es importante mencionar el caso Airbnb, una plataforma que a través de la experiencia de usuario logró desarrollar en el sector turístico una plataforma digital dedicada a la oferta de alojamiento a particulares y turísticos.

Esta aplicación, que busca promover el turismo en todo el mundo, ha logrado ser uno de los negocios del sector turístico más exitosos, ya que permite el intercambio de bienes y servicios entre particulares por medio de plataformas digitales. Según BBVA (2015) la empresa pasó de ganar 200 euros semanales a convertirse la plataforma digital que ha revolucionado el turismo. Este modelo de negocio tiene una ventaja competitiva en el ámbito de la economía colaborativa en el sector porque permite conectar inversionistas y usuarios de forma permanente a través de herramientas digitales. Este modelo es una referencia importante en el éxito de la implementación de las TIC al interior de los diferentes sectores económicos, ya que a través de ellas se logra simplificar los procesos y optimizar los costos de inversión y consumo de usuario.

Por último, resulta interesante mencionar uno de los referentes que ayuda a proyectar de una forma más directa el direccionamiento estratégico de CORPOEDI y es el caso Sector Educación en Singapur, un proyecto que a través de la apropiación de las Tecnologías de la Información y Comunicación han logrado evolucionar los procesos en el sector educativo.

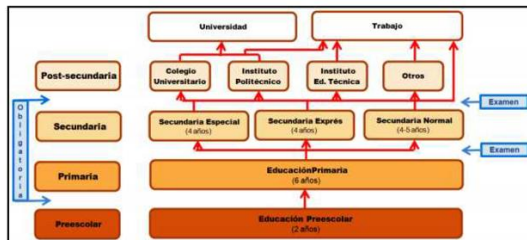
Hoy, Singapur continúa liderando como uno de los sistemas educativos más productivos y competitivos de Asia y del mundo. Conforme a los resultados de PISA 2022, este país ha demostrado una vez más su excelencia, superando el promedio de los países de la OCDE en Matemáticas, Lectura y Ciencias. Esta constante evolución hacia la cima se atribuye a su enfoque en la innovación dentro de sus procesos educativos, donde las TIC desempeñan un papel clave en la adaptabilidad al cambio impulsado por la globalización. La preferencia de los estudiantes por modelos de enseñanza que integran tecnologías es evidente, fomentando un aprendizaje experiencial que comienza desde las primeras etapas educativas, incluyendo la programación de videojuegos y el uso de drones. Singapur no solo consume tecnología, sino que innova y crea, posicionándose como pionero en la adopción de las TIC en espacios académicos.

En la metodología de la enseñanza este país asiático usa métodos que involucran las Tecnologías de la Información y Comunicación, esto permite a los estudiantes aprender de forma didáctica, plantear sus propias formas de pensar y de desarrollar la lógica, esto permite explorar el conocimiento y la enseñanza desde la diversidad y a futuro potenciar procesos sociales de manera distinta y novedosa, es así, como el uso de las TIC en los ambientes educativos, es una política de estado prioritaria, ya que contribuye al desarrollo, la innovación y la competitividad del sistema educativo.

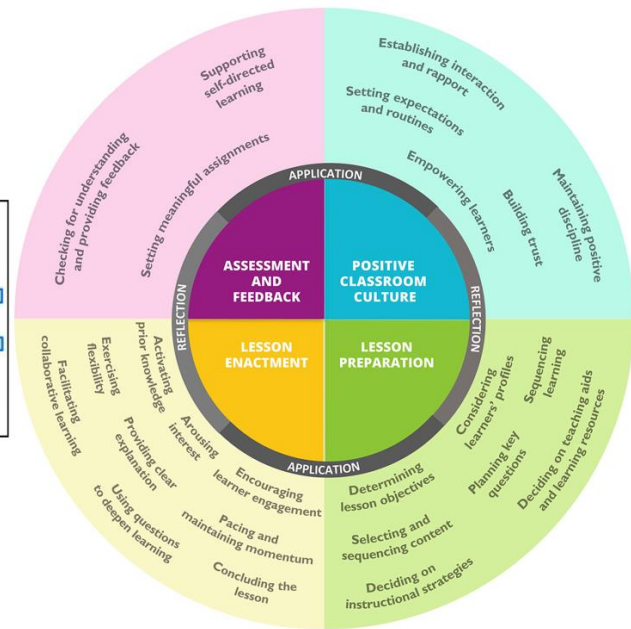
## **Ilustración 2**

*Modelo educativo y del aprendizaje de Singapur.*

### ESTRUCTURA DEL SISTEMA EDUCATIVO DE SINGAPUR



Recuperado de:  
[https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/13097/1/0214-9877\\_2020\\_2\\_1\\_263.pdf](https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/13097/1/0214-9877_2020_2_1_263.pdf)  
<https://blog.asc.education/la-educacion-segun-singapur-parte-4/>



**Nota:** esquemas del modelo educativo, sistema de aprendizaje y gestión docente de Singapur. Fuente: elaboración propia con base en el blog asc education (2018) y el método singapur para el aprendizaje de las matemáticas. Enfoque y concreción de un estilo de aprendizaje (2020).

Con estos referentes y en pro de construir un direccionamiento estratégico adecuado para CORPOEDI, se evidencia que las TIC y la innovación son la forma de hacer más productivas las empresas y llevarlas, además, a un campo de competitividad a nivel internacional. La libertad empresarial es la forma correcta de buscar el desarrollo de los negocios y los intercambios mundiales. las tecnologías de la información y comunicación permiten que las organizaciones evolucionen y logren una competitividad sostenible en el tiempo, que permite además el desarrollo, con estos casos de éxito se comprende que hoy se habla de TIC, innovación y competitividad como la clave del éxito empresarial sin importar el tipo de industria o el tamaño.

### Misión

Teniendo en cuenta que CORPOEDI se encuentra en búsqueda de un direccionamiento estratégico, para la construcción sólida de una misión se debe tener en cuenta las rutas que la corporación se plantea a corto, mediano y largo plazo, es decir, a dónde se espera llegar y cómo se visualiza con respecto a los servicios y productos planificados, siempre teniendo en cuenta la búsqueda permanente de la satisfacción y el escenario ideal de tranquilidad y felicidad de todos los actores y grupos de interés en el entorno organizacional.

Desde esta perspectiva, Botero (2010) indica que los tres primeros pasos del pensamiento y anticipación estratégica están orientados por la plataforma estratégica de la empresa como son, la declaración de Valores, Misión y Visión. En la cual, la segunda (Misión) "identifica el alcance de las operaciones o las actividades de una Organización en los aspectos del producto y del mercado, las necesidades a satisfacer, los clientes, la tecnología y los valores estratégicos que servirán de guía para el accionar de la empresa" (p. 59). Esto indica que, a través de la misión, CORPOEDI podrá encontrar la ruta a través de la cual pueda consolidar las razones de su existencia y la definición del negocio, lo cual permitirá llegar de una forma más consciente a la definición de la visión.

Para definir la misión de la corporación de una forma sólida y sustentable en el tiempo es importante preguntarse ¿cuál es nuestro negocio?, es remitirse al "padre de la administración moderna" como suele calificarse a Peter Drucker. En la misma línea David (2017), ratifica que "la declaración de misión es la expresión perdurable del propósito que distingue a una organización de otras similares; es la declaración de la "razón de ser" de una organización y es la respuesta a la pregunta fundamental "¿Cuál es nuestro negocio?". Una declaración de misión es esencial para establecer los objetivos y formular estrategias efectivas" (p. 34).

Por ello se trabajará en la definición de la misión de CORPOEDI siguiendo las recomendaciones y postulados de los autores referenciados a lo largo de esta investigación.

### **Visión**

CORPOEDI busca convertirse en la solución ideal para todas aquellas personas que deseen encontrar una alternativa para fortalecer sus competencias, conocimientos y experiencias, ya sea en el campo educativo o empresarial. Con una estrategia competitiva enfocada en iniciativas de incorporación, uso y aprovechamiento de herramientas TIC, a través de un equipo global que busca procesos cada vez más tecnificados y automatizados.

Por medio de esta visión estratégica, CORPOEDI pretende definir las aspiraciones de la alta dirección y gerencias, que permitan determinar cuáles son las áreas de negocios en las que se proyecta trabajar, cómo se van a orientar las estrategias de negocio y cuál es la tipología-esencia de la corporación. Todo esto a través de una carta de navegación clara que ayude a proyectar el destino hacia el cual se busca apuntar.

En camino a lograr una proyección clara, se trabajará en la definición de la visión de CORPOEDI siguiendo las recomendaciones y postulados de los autores referenciados a lo largo de esta investigación – proyecto.

### **Valores corporativos**

Con la intención de conformar una estructura de trabajo y proyección empresarial sólida, CORPOEDI considera fundamental trabajar en un modelo de direccionamiento estratégico enfocado en unos valores corporativos que potencien el trabajo y la ejecución de los proyectos. Valores que además representen las convicciones, creencias y filosofía de la corporación, con un enfoque de responsabilidad social que permita, además de alcanzar los objetivos, ejecutar estrategias sostenibles en el tiempo. Aunque actualmente

CORPOEDI se encuentra en construcción de esta filosofía, es posible definir los valores empresariales de la siguiente manera:

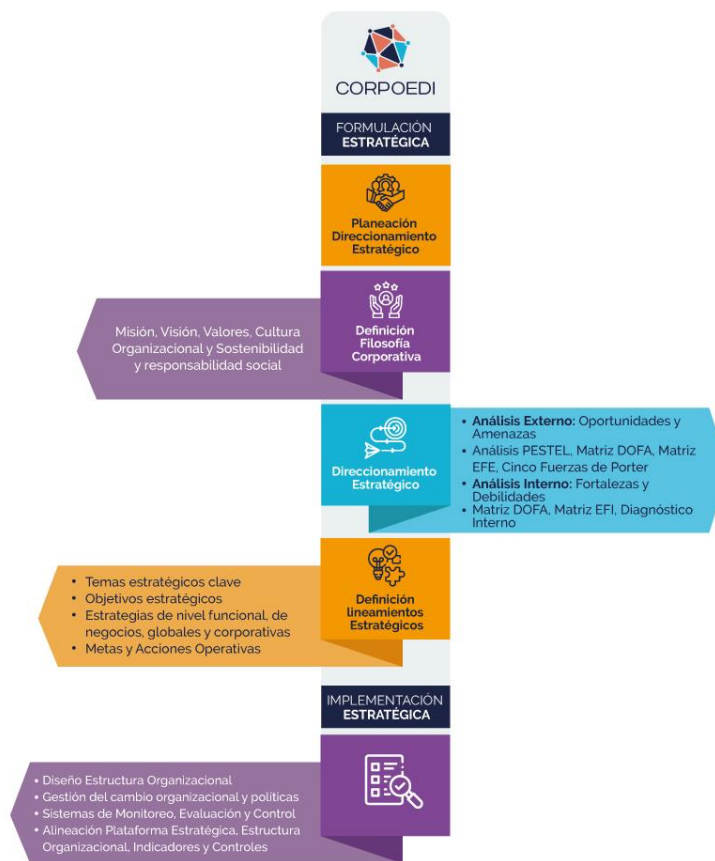
La confianza como herramienta esencial para la conexión de equipos y como estrategia clave en la efectividad organizacional, valor que permite crear entornos de cocreación y trabajo cooperativo, a través de conversaciones y espacios guiados por la transparencia y el aporte genuino de cada integrante de la organización a través de sus diferentes saberes y especialidades.

A su vez, CORPOEDI busca a través del servicio y la colaboración aportar al crecimiento de la sociedad y propiciar espacios de enseñanza y aprendizaje que aporten al crecimiento del saber y al desarrollo integral de las organizaciones, enfocados en aspectos de innovación y uso de las herramientas digitales con un enfoque social que permita la inclusión al saber, la preservación del medioambiente a través de tecnologías limpias, la cohesión social y la cooperación de modelos de negocios innovadores que apuesten a la salud y la educación. Todo esto en búsqueda de desarrollar un plan estratégico enfocado en la responsabilidad social empresarial.

En la ilustración 1 se representan las etapas del proceso de planeación del direccionamiento estratégico:

### **Ilustración 3**

*Proceso de planeación del direccionamiento estratégico para CORPOEDI.*



**Nota:** esquema del proceso de formulación e implementación del modelo de direccionamiento estratégico, planteando una estructura en tres bloques principales: Formulación Estratégica, Direccionamiento Estratégico e Implementación Estratégica.

Fuente: elaboración propia con base en el modelo de direccionamiento estratégico

(Bancóldex, s.f.).

### Estructura organizacional

Teniendo en cuenta que la estructura organizacional es un elemento que nos permite direccionar de forma idónea los proyectos empresariales y controlar cada una de las actividades operacionales, se ha creado una estructura para CORPOEDI que se busca corregir, nutrir e implementar de una forma adecuada con los requerimientos de la corporación y teniendo en cuenta los hallazgos de esta investigación.

La Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano se compone de tres direcciones: dirección docencia, dirección conocimiento e innovación y dirección tecnología y extensión, cada una de ellas funciona así:

Inicialmente, la dirección docencia se encarga de encaminar el desarrollo de los proyectos de educación digital, esto a través de la orientación de una célula de contenidos digitales, la cual está compuesta por un equipo humano que se encarga de la construcción, diseño, producción y desarrollo de contenidos enfocados en la educación para el trabajo y el desarrollo humano.

CORPOEDI también está conformada por una dirección de conocimiento e innovación que busca la constante actualización de los procesos internos a través de las herramientas tecnológicas y se enfoca en la consultoría y vigilancia tecnológica, teniendo en cuenta la transformación digital, la formación especializada y la consultoría I+D+i.

Por último, la corporación cuenta con una dirección tecnológica y extensiva que se encarga de liderar un proyecto de transformación digital e idiomas, que busca principalmente la formación integral de los diferentes entornos sociales, a través de programas de idiomas, iniciativas Edtech y laboratorios virtuales.

CORPOEDI busca que esta composición de estructura empresarial aporte al trabajo en equipo y propicie ambientes de conocimiento compartido, que permitan desde cada dirección ejecutar proyectos con el personal adecuado y las herramientas necesarias para lograr los resultados esperados a nivel interno y cumplir con las necesidades de los ambientes educativos, corporativos y sociales.

### Ilustración 4

Estructura organizacional de la corporación CORPOEDI.



**Nota:** esquema de la estructura organizacional y el enfoque estratégico de CORPOEDI en relación con su oferta educativa y operaciones de innovación, el cual se centra en tres direcciones principales: la Dirección Docencia, la Dirección Conocimiento e Innovación, y la Dirección Tecnológica y Extensión. Fuente: elaboración propia.

### Productos o servicios

La Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano promueve el desarrollo de proyectos y actividades productivas, cívicas, culturales, deportivas, educativas, científicas, tecnológicas y ecológicas, en asocio con las organizaciones sociales de base (entidades públicas, instituciones de educación básica, media, técnica, tecnológica y superior, entes territoriales, organizaciones de cooperación nacional e internacional, ONG, organizaciones comunitarias y asociaciones). Igualmente, enfoca sus

acciones y capacidades en la producción, diseño, desarrollo y digitalización de contenidos, diseño, desarrollo e implementación de laboratorios virtuales, sitios web, plataformas LMS, automatización y digitalización de procesos corporativos y consultoría empresarial.

### **Análisis del sector**

Según el informe sobre el balance 2022 y perspectivas para el 2023 publicado por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI (2023) en el apartado ¿Cómo mantener y generar empleo? El gran reto para el 2023 según Bruce Mac Master, es que:

Colombia finalizó el año 2022 con un sólido crecimiento económico en la mayoría de sus principales actividades económicas, logrando sostener una tasa acumulada del 9,4% en los primeros 10 meses de este año. En este sentido, la mayor dinámica por actividad económica entre enero y septiembre 2022, está representado por actividades artísticas, de entretenimiento y recreación con un 37%, información y comunicaciones con un 17,6%, comercio, transporte, almacenamiento y servicios de comida con un 15,1% e industria manufacturera con un 12,6%. (ANDI, 2023, p. 37).

Ahora bien, si se realiza un análisis, estos sectores de manera conjunta participan con un 37,4% de la economía nacional, generando una contribución del 68% del crecimiento total en los meses anteriormente relacionados (ANDI, 2023, p. 37). De acuerdo con estas cifras, es importante resaltar que la Corporación CORPOEDI tendría las capacidades necesarias para aprovechar estos resultados positivos, participar y vincularse de manera proactiva en mínimo dos de estos sectores y actividades económicas con sus productos y servicios de educación, capacitación, recreación, artísticos, transformación digital, consultoría, automatización de procesos y virtualización de contenidos académicos y corporativos.

El sector al que pertenece CORPOEDI de acuerdo a la división de economía clásica en Colombia se ubica en el sector terciario en la línea de servicios o actividades económicas de la educación para el trabajo y desarrollo humano (ETDH) y las tecnologías de la información. Adicionalmente, por su carácter fundacional y como ya se había referido en otros apartes de la presente investigación, también se encuentra regulada bajo las normas y lineamientos establecidos por el Gobierno Nacional para las entidades sin ánimo de lucro (ESAL), al surgir como un derecho o iniciativa voluntaria de asociación o creación de una o más personas jurídicas con el propósito de desarrollar actividades en procura de obtener beneficios para sus asociados, terceras personas y la comunidad en general.

Otro de los sectores que cobra especial relevancia en este contexto de análisis es el de las ESAL, las cuales en la actualidad generan en gran medida y porcentaje importantes avances en iniciativas de desarrollo social, económico y organizacional tanto a nivel mundial, como nacional y regional. Es así como en la investigación “Gobierno corporativo: en las entidades sin ánimo de lucro en Colombia” (Aristizábal et al., 2019), se destaca el nuevo papel de liderazgo que han asumido estas organizaciones en las últimas décadas, convirtiéndose en actores protagonistas frente a iniciativas de generación de empleo, de Producto Interno (PIB) y como agentes promotores de transformación económica, social y cultural en las comunidades donde operan. Entre las múltiples estrategias de gestión se pueden resaltar las siguientes:

La implementación de programas y proyectos encaminados a la atención de necesidades sociales de las comunidades en áreas como educación, salud, vivienda, necesidades alimentarias, generación de empleo, sostenibilidad, responsabilidad social y medio ambiente.

Promueven la participación ciudadana y la colaboración entre los diversos actores sociales como el gobierno, empresas, organizaciones civiles, juntas de acción comunal,

fundaciones, corporaciones y comunidades locales, generando desarrollo social, impacto positivo en la comunidad y mejora de la calidad y condiciones de vida de sectores menos favorecidos.

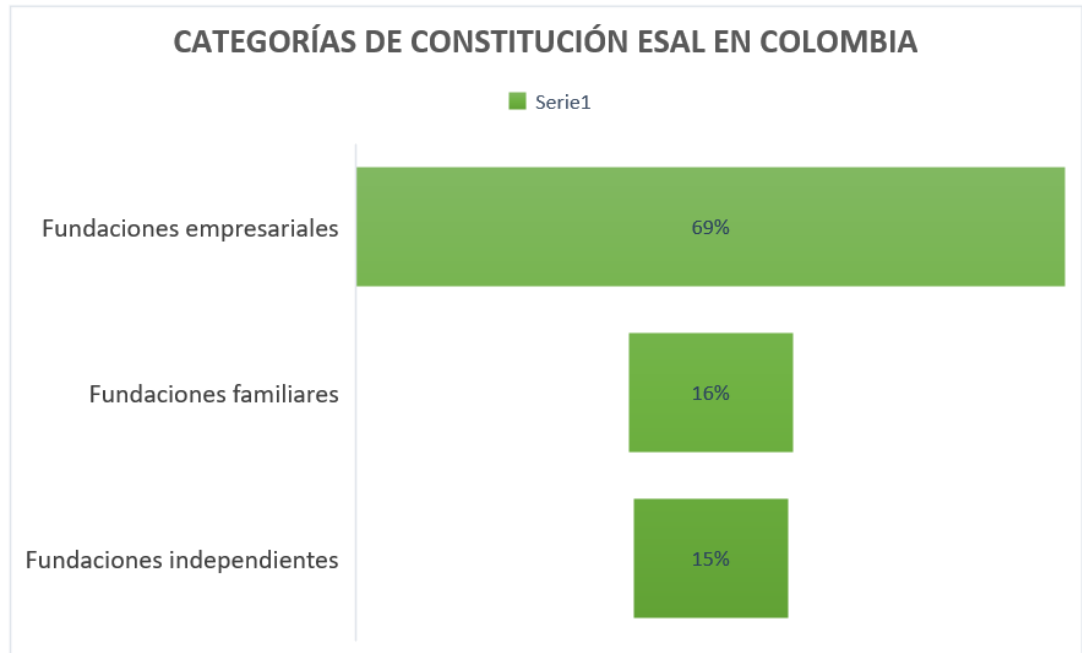
Trabajan en su propio desarrollo y fortalecimiento organizacional, desarrollando capacidades y estructuras internas para mejorar sus procesos de gobernanza, gestión, sostenibilidad, capacidad de personal, búsqueda de recursos y financiamiento, la transparencia y rendición de cuentas.

También y no menos importante, realizan la implementación de estrategias de innovación y desarrollo tecnológico en la ejecución de sus programas y proyectos, apropiando e incorporando las TIC en la automatización de sus procesos, aprovechando las mismas para abordar y resolver problemáticas sociales, promover la transferencia tecnológica y la generación de conocimiento.

Con relación al contexto colombiano, se acude al estudio realizado por Durán y Delgado (2019, citando a Villar, 2018), en el que se analiza el trabajo desarrollado por las fundaciones empresariales, familiares e independientes, con respecto a la participación activa de este tipo de organizaciones frente a la atención y resolución de diversos problemas sociales específicos que enfrenta la comunidad en general. El resultado de dicha investigación abarcó el análisis de 117 fundaciones, logrando reflejar los escenarios mediante los que se constituyen este tipo de entidad – ESAL – a nivel país:

### Ilustración 5

*Categorías de constitución ESAL en Colombia.*



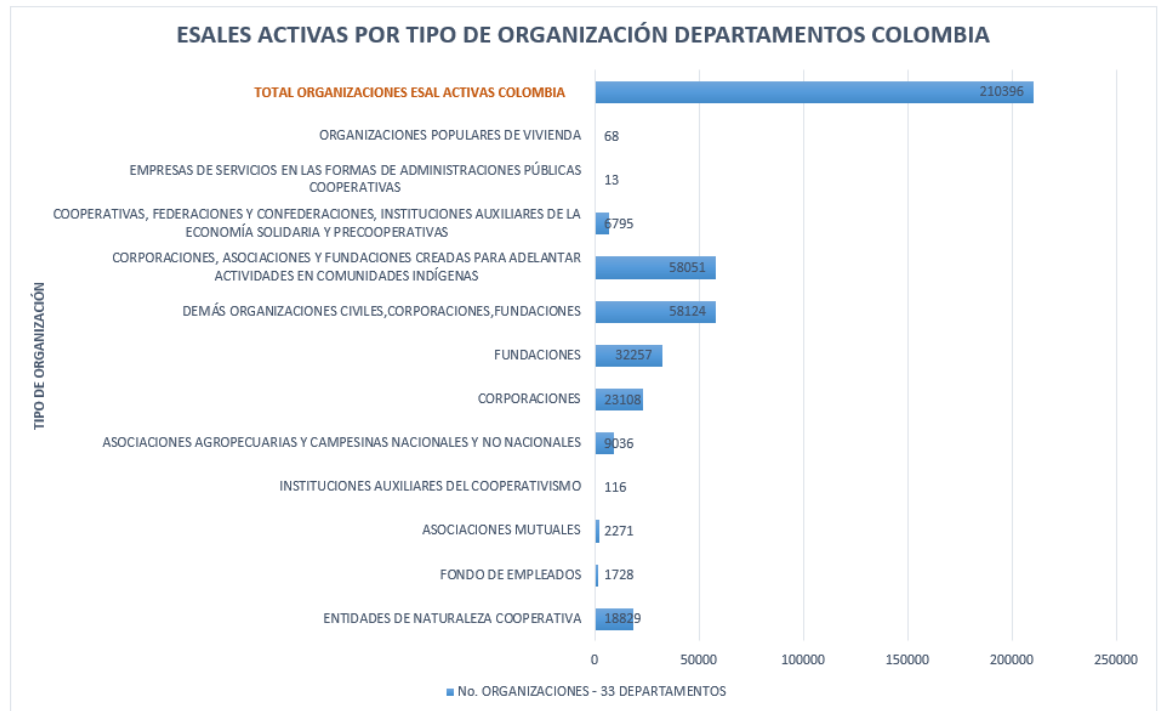
**Nota:** Gráfico de barras que ilustra las categorías de constitución de las Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL) en Colombia. Fuente: elaboración propia con base en Gobierno corporativo en Entidades sin ánimo de lucro en Colombia (Aristizábal et al.,2019).

Así mismo, se consulta la operación estadística de las entidades sin ánimo de lucro – ESALES – publicada por la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias [UAEOS] (2022) y la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio [Confecámaras], las cuales a través del RUES (Registro Único Empresarial) habilitan dicha herramienta con el propósito de brindar información oportuna, veraz y de calidad sobre las ESAL en el país, la cual es difundida por medio de estas tres variables: número de entidades nuevas, números de entidades renovadas y número de entidades canceladas. A continuación, se relacionan las principales estadísticas a corte diciembre 31 de 2022:

Entidades sin ánimo de lucro -ESALES- con matrícula activa, por departamento y tipo de organización.

### Ilustración 6

*ESALES activas por tipo de organización.*



**Nota:** Gráfico de barras horizontal que representa la cantidad de Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL) activas en Colombia, clasificadas por tipo de organización en diversos departamentos. Fuente: elaboración propia con base en cálculos propios Grupo de Planeación y Estadística (UAEOS, 2022).

### Ilustración 7

ESALES nuevas por tipo de organización.



**Nota:** El gráfico muestra la distribución de las nuevas Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL) en Colombia, clasificadas por tipo de organización. Fuente: elaboración propia con base en cálculos propios - Grupo de Planeación y Estadística (UAEOS, 2022).

### Ilustración 8

*ESALES con matrícula renovada.*



**Nota:** Este gráfico ilustra la cantidad de Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL) renovadas en Colombia, distribuidas por tipo de organización en los departamentos del país. Fuente: elaboración propia con base en cálculos propios UAEOS - Grupo de Planeación y Estadística (UAEOS, 2022).

En coherencia con lo anterior, se presentan algunos datos, cifras y tendencias sobre el marco legal y regulatorio, comportamiento, crecimiento económico, retos y oportunidades para el sector de las entidades sin ánimo de lucro en Colombia. Por su parte, el marco legal y de regulación de las ESAL es determinado por la ley 49 de 1990, la cual establece el régimen tributario especial para dichas organizaciones. Adicionalmente y según el Registro Único Tributario (RUT) de la DIAN, hasta diciembre de 2022 se encuentran registradas más de 210.000 ESAL en el país, experimentando un

crecimiento constante en los últimos años, aumentando la demanda de sus servicios en áreas como la educación, salud, cultura, medio ambiente, la transformación digital, de procesos y de incorporación de tecnologías de información.

En cuanto al desarrollo tecnológico se vienen adoptando cada vez más tecnologías para la optimización de sus operaciones y mejorar su gestión; implementando y aprovechando las potencialidades funcionales de sistemas de información, plataformas digitales, herramientas de proyectos y comunicación en línea, mejorando la eficiencia y efectividad en la gestión interna, captación de recursos y prestación de servicios. A su vez, enfrenta también diversos retos como la sostenibilidad financiera, la falta de recursos, la necesidad de fortalecer su capacidad técnica, administrativa, de talento humano, y competitividad. Para lo cual tendrá que identificar oportunidades y definir estrategias de cooperación con los sectores público y privado, la búsqueda de financiamiento diversificado, el buen gobierno y la promoción de la transparencia.

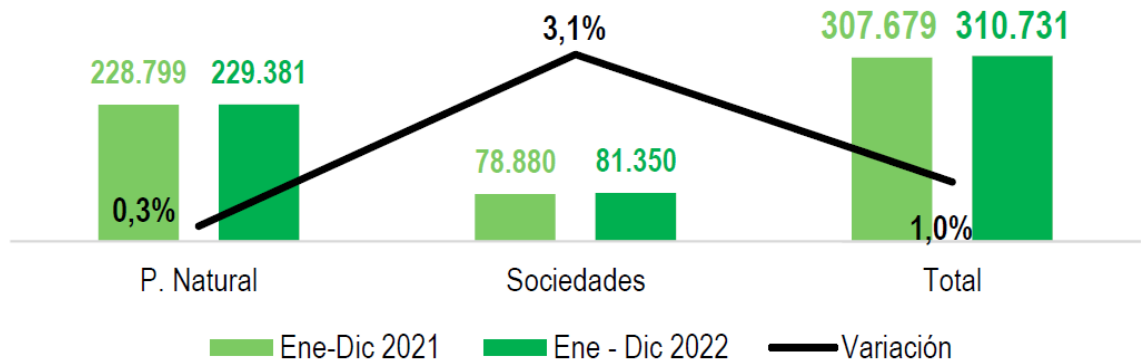
De otro lado y complementario a lo anterior, es importante resaltar que el tejido empresarial de Colombia está constituido por empresas de pequeña escala (Pymes), las cuales de acuerdo a su tamaño y papel que desempeñan son consideradas como el motor esencial de crecimiento y desarrollo de la economía y fuente de empleo a nivel regional y nacional. El sector de las de las MiPymes han venido representando más del 90% de las empresas activas en el país, generando aproximadamente el 79% de las oportunidades de empleo y aportando el 40% al PIB (producto interno bruto). Este tipo de organizaciones logran dinamizar la economía de las regiones al habilitar nuevos espacios de competencia, propiciar la distribución interna de recursos y motivar las iniciativas de emprendimiento. En este orden de clasificación, son consideradas microempresas las que cuentan con menos de 10 empleados, pequeñas empresas entre 10 a 50 empleados y las medianas entre 50 a 200 empleados.

Es así como, este tipo de empresas u organizaciones enfrentan desafíos permanentes como la falta de acceso a líneas de financiación, la informalidad, la poca o nula utilización de tecnologías de la información, capacidad de innovación y acceso a nuevos mercados. Además, adolecen de estrategias para el aprovechamiento de economías de escala, escaso acceso a importantes bases de recursos, habilidades para la gestión de los colaboradores – stakeholders, enfoques gerenciales cortoplacistas y dificultades en la consecución y retención de nuevos clientes. Retos que tendrán que afrontar a través de una estructura organizativa sólida, transparente y sostenible, con el fin de responder a los desafíos que plantea las nuevas dinámicas de la economía mundial y local, la cual es cada vez más cambiante, ágil, interdependiente y tecnificada.

A pesar de los desafíos que enfrentan las MiPymes tanto a nivel latinoamericano como nacional y regional, se ha venido presentando un crecimiento sostenido en los últimos años con respecto a la creación y formalización de empresas, con esfuerzos de los gobiernos y otras entidades en la implementación de programas y políticas para fomentar mejores condiciones de acceso a financiamiento, desarrollo tecnológico, promoción de economía digital, la exportación de bienes y servicios, la diversificación de los mercados de destino, mayor participación en el comercio internacional, fortalecimiento de la infraestructura, transformación de procesos y estrategias de innovación. Por su parte, el informe de Dinámica de Creación de Empresas, Confecámaras (2022), presenta el análisis sobre el comportamiento de la constitución de organizaciones y sociedades entre los meses de enero a diciembre del 2022, permitiendo hacer un seguimiento a la demografía de dichas empresas categorizándolas por tipo de organización jurídica, sectores y tamaño. Entre las principales estadísticas de resultados obtenidos se destacan las siguientes:

**Ilustración 9**

*Unidades productivas creadas según organización jurídica (enero a diciembre 2022/21).*

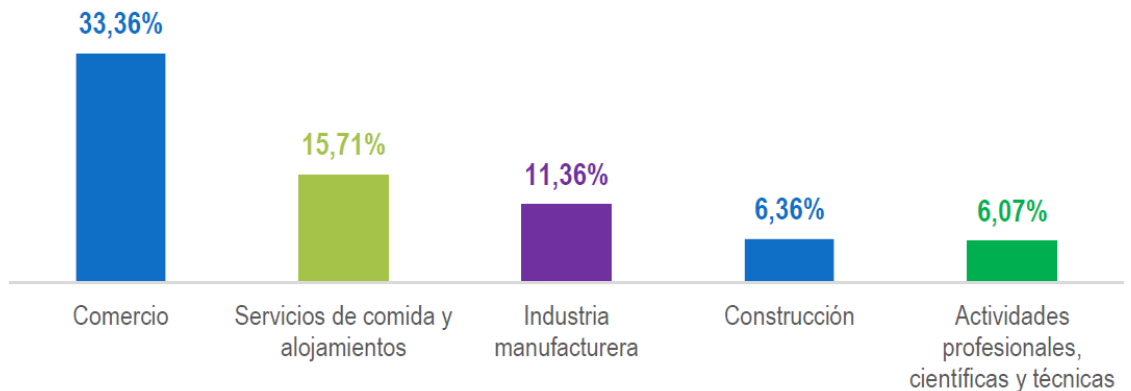


**Nota:** Comparación anual de unidades productivas creadas en Colombia, clasificadas por organización jurídica, entre enero y diciembre de 2021 y el mismo periodo de 2022.

Fuente: informe de dinámica de creación de empresas (UAEOS, 2022).

**Ilustración 10**

*Subsectores con mayor creación de empresas empleadoras (Ene-Dic 2022).*



**Nota:** La gráfica muestra los subsectores con la mayor tasa de creación de empresas empleadoras (nuevas oportunidades de empleo) en Colombia durante el periodo de enero a diciembre de 2022. Fuente: informe de dinámica de creación de empresas

(UAEOS, 2022).

**Ilustración 11**

*Participación sectorial de las sociedades (Ene-Dic 2022/21).*



**Nota:** Gráfico de barras que compara la participación sectorial de las sociedades en Colombia entre enero y diciembre de 2021 y 2022, reflejando la distribución y los cambios en la participación de diferentes sectores económicos en la creación de sociedades en el país. Fuente: informe de dinámica de creación de empresas (UAEOS, 2022).

En el marco de la Educación para el Trabajo y Desarrollo Humano, como lo plantean Restrepo et al. (2021), esta se consolida como un sistema educativo cuyo propósito y razón se centra en la satisfacción de las demandas y necesidades de una región determinada en materia de formación permanente, personal, social y cultural, fundamentada en una concepción integral de la persona. Dicho sistema exige abordajes científicos, industriales, empresariales y tecnológicos, no solo para concretar su génesis

sino para lograr el mejoramiento de las condiciones laborales, sociales y económicas de los trabajadores, promoviendo mayor acceso y oportunidades de empleo, empresarismo y emprendimiento, como pilares de la extensión, el desarrollo de habilidades, competencias, generación de conocimiento, buenas prácticas, innovación y transferencia tecnológica.

Según el Ministerio de Educación Nacional de Colombia (MEN), la oferta de programas ETDH ha venido experimentando un crecimiento significativo en los últimos años. Con base a las cifras publicadas en el informe de análisis estadístico LEE de la Pontificia Universidad Javeriana (2022), al año 2021 Colombia contaba 4.097 instituciones para el trabajo y desarrollo humano (IETDE), siendo Antioquia la de mayor participación con 519 instituciones, equivalente al 12,7%, seguida por Valle del Cauca con una participación del 11,2% y en tercer lugar Bogotá D.C. con el 10,8%. Del total de IETDH existentes (4.097), 657 correspondiente al 16,1% cuentan con certificado de calidad, de las cuales 657 (8,1%) tienen certificación de calidad vigente. En lo referente a los programas que se ofertan por dichas instituciones se cuenta con un total de 21.306 programas, de los cuales 17.463 son técnicos laborales. Con respecto a la certificación de calidad, solo 2.964 programas cuentan con certificación de calidad, de los cuales 1.585 se encuentran vigentes. Finalmente, la población matriculada viene presentando un comportamiento cambiante de crecimiento y decrecimiento de un año a otro, mientras que para el 2019 se inscribieron 634.053 estudiantes, para el año 2020 solo 398.859, cifra que presentó un leve crecimiento en el 2021, con 413.157 matriculas.

En relación a las principales cifras para el año 2022, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] (2022), en la publicación de su boletín técnico "Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) módulo de formación para el trabajo", reporta que el total nacional de la población -hombres y mujeres- que tomaron cursos de formación para el trabajo en el trimestre abril – junio 2022 fue de 38.930 miles

de personas, de las cuales el 5,3% asistieron y el 94,7% no asistieron, mientras que para el mismo trimestre del año 2021, las proporciones se ubicaron en 4,3% y 95,7% respectivamente. Ahora bien, al analizar dicha población clasificándola por sexo para el trimestre abril – junio 2022, el 5,6% fueron hombres y el 5,1% mujeres, mientras que para el mismo periodo 2021 4,5% fueron hombres y 4,1% mujeres.

**Tabla 1**

*Total de población nacional que tomaron cursos de formación para el trabajo.*

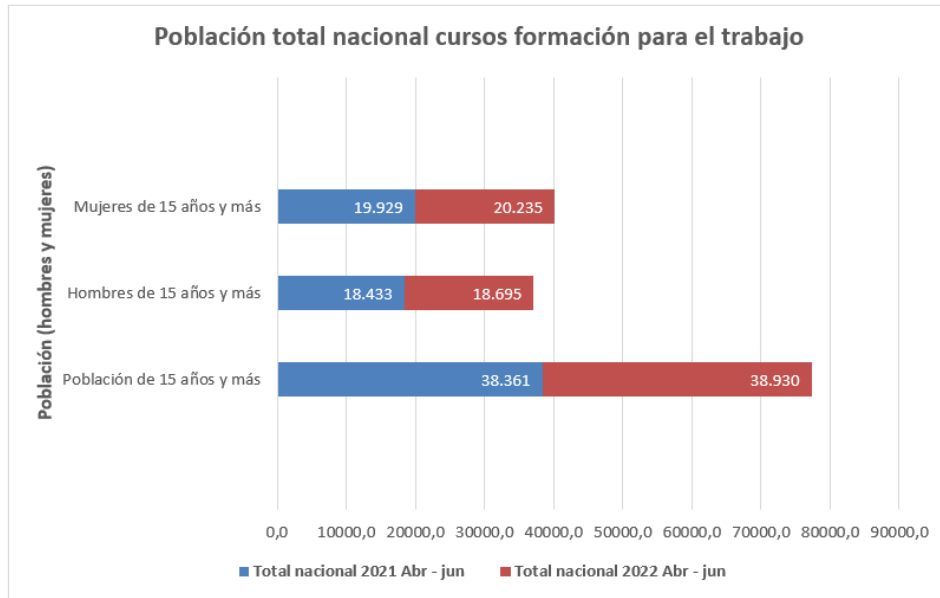
Total, nacional		
Concepto	2021	2022
	Abr - jun	Abr - jun
Población de 15 años y más	38.361	38.930
Hombres de 15 años y más	18.433	18.695
Mujeres de 15 años y más	19.929	20.235

**Fuente:** elaboración propia con base en Gran Encuesta Integrada de Hogares

(GEIH) - Módulo de Formación para el Trabajo (DANE, 2022).

## Ilustración 12

*Población total nacional cursos formación para el trabajo (Abr-Jun 2022/21).*



**Nota:** Población total nacional que participó en cursos de formación para el trabajo, desglosada por género, durante los periodos de abril a junio de 2021 y 2022, mostrando un interés constante en la formación laboral y el desarrollo de habilidades.

Fuente: elaboración propia con base en Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) - Módulo de Formación para el Trabajo (DANE, 2022).

### **Marco de Referencia**

El marco teórico establecido en este documento es el fundamento que facilita la comprensión y el desarrollo del primer objetivo específico: la determinación de las variables clave que influirán en el diseño del modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación CORPOEDI. Dicho marco aborda una exploración detallada de los factores críticos que determinan el entorno operativo de las organizaciones educativas, enfocándose en CORPOEDI como caso de estudio. Se incluye un análisis exhaustivo de la literatura actual en torno a modelos de gestión estratégica, la innovación en la educación y el papel de las TIC dentro del ámbito de la educación orientada al trabajo y desarrollo humano. Mediante un examen riguroso de las teorías y metodologías estratégicas existentes, se procede a la identificación de las variables esenciales para la configuración de un modelo de direccionamiento estratégico que sea a la vez adaptable y visionario. Esta tarea académica no solo demuestra un firme compromiso con la robustez teórica, sino que también prepara el terreno para una identificación precisa y un análisis meticuloso de aquellas variables que permitirán a CORPOEDI avanzar hacia la vanguardia en un contexto educativo que es tanto dinámico como competitivo.

Para profundizar en este proyecto investigativo y definir un rumbo estratégico útil y exitoso para CORPOEDI, es necesario partir de la definición de algunos conceptos básicos para el desarrollo de la empresa desde diferentes puntos de vista teóricos. Estos conceptos están directamente relacionados con la orientación de la empresa y los beneficios competitivos que quiere traer al mercado.

#### **Dirección estratégica**

Para iniciar, es importante definir teóricamente cómo se concibe el concepto de dirección estratégica corporativa. La dirección estratégica, se caracteriza como un proceso continuo que ayuda a alcanzar las metas de largo plazo planteadas en la organización y que incluye en primer lugar el desarrollo de estrategias que sean

comprensibles y aceptadas por cada miembro de la organización, con el fin de llevar a cabo los procesos de manera óptima y alcanzar los objetivos de manera más simple.

Laínez y Bellostas (1991), plantean que algunos modelos de liderazgo y gestión utilizados por los gerentes, pueden no ser efectivos para resolver los problemas que enfrentan las organizaciones, ni aprovechar las oportunidades y desafíos causados por el entorno, porque son patrones que provienen de la dirección externa y no involucran los pequeños desafíos que surgen a diario. Para hacer frente a estas deficiencias, los autores propusieron un sistema de gestión llamado Gestión Estratégica, cuyo objetivo principal es formular la estrategia y el plan de negocios de una empresa, intentando anticiparse a previsible acontecimientos futuros. Cabe señalar, que el proceso involucrado en la gestión estratégica requiere el uso de herramientas eficientes y eficaces, pero también es importante que sea ampliamente conocido en el espacio organizacional.

Por otro lado, Goodstein et al. (1998) ayudan a completar esta definición porque argumentan que "la dirección estratégica se define como la gestión de una organización basada en un plan estratégico claro" (p. 386). Con esta definición, los autores afirman que la gestión estratégica implica la implementación de una propuesta de valor lo suficientemente clara para captar el compromiso de las personas responsables de implementar ese plan, y en este punto, la verdadera trascendencia y principal diferencia con los sistemas de planificación, es que estos buscan centrarse en lograr objetivos formales, en lugar de lograr la participación real de los empleados. De la misma manera, los autores enfatizan que cualquier proceso destinado a guiar el crecimiento de una empresa debe alinearse con los valores, creencias y cultura de sus creadores.

Asimismo, en el proceso de desarrollo de esta estrategia interna, es importante que CORPOEDI se familiarice con los recursos internos y externos que posee, y la empresa debe estar plenamente consciente de los cambios, oportunidades y desafíos

que el mercado plantea constantemente, porque de ahí es posible extraer importantes herramientas y recursos que aumentan la productividad y la ejecución de los proyectos. En el marco del plan estratégico a desarrollar e implementar, es necesario tener en cuenta las estrategias de virtualización y también las formas en que la empresa puede utilizar mejor los recursos tecnológicos de los que dispone, con el objetivo de lograr una ventaja competitiva identificada en su estrategia global (Martínez, 1989, citado por la Corporación Bucaramanga Emprendedora, 2001).

Según Camacho (2002), la dirección estratégica "es un enfoque de gestión que permite a la alta dirección establecer una hoja de ruta clara e impulsar las actividades necesarias para mover a toda la organización en la misma dirección" (p. 2). Es por esto que la gestión estratégica va más allá de la simple y tradicional planificación, pues se trata de brindar a los líderes los elementos para estar preparados en el caso de enfrentar cambios en el entorno, así como los cambios complejos e inesperados que se presentan durante el desarrollo de los proyectos.

A través de estas definiciones es posible obtener conceptos más claros sobre cómo planificar, definir e implementar el plan estratégico de CORPOEDI; sin embargo, es importante encontrar un camino que nos guíe en la búsqueda de la planificación, en este sentido Dess y Lumpkin (2003), plantean que la dirección estratégica consta de tres procesos continuos y básicos: análisis, decisión y acción. En primer lugar, la gestión estratégica implica analizar la jerarquía de los objetivos estratégicos (visión, misión y objetivos estratégicos), en segundo lugar, las decisiones que responden a las preguntas ¿En qué industrias debemos competir y cómo debemos competir en ellas? y el tercero son las acciones a realizar, las cuales deben ser capaces de responder preguntas fundamentales sin desviarse de los objetivos estratégicos.

Con el objetivo de identificar otras teorías que apoyen la definición de este concepto, se expone en la Tabla 2 con algunas definiciones de los principales autores.

Gran parte de la literatura actual se fundamenta en sus teorías, precisiones y conceptualizaciones acerca del direccionamiento estratégico.

**Tabla 2**

*Definiciones del concepto Direccionamiento estratégico.*

Año	Definición	Autor
1980	Patrón o modelo de decisiones de una empresa que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas, que define las principales políticas y planes para lograr estos objetivos y define el tipo de negocios que la empresa va a perseguir, la clase de organización económica y humana que es o intenta ser, y la naturaleza de la contribución económica y no económica que intenta aportar a sus accionistas, trabajadores, clientes y a la comunidad.	Kenneth Andrews (1980)
1985	La estrategia es un modelo, específicamente, un patrón en un flujo de acciones.	Mintzberg y Waters (1985)
2000	Estrategia es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo; esta situación permite lograr ventajas para la organización a través de su configuración de recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las necesidades de los mercados y satisfacer las expectativas de los stakeholders.	JOHNSON-SCHOLES (2000)
2009	La dirección estratégica es el procedimiento a través del cual las organizaciones analizan y aprenden de sus entornos interno y externo, dictan la dirección estratégica, crean estrategias destinadas a la consecución de los objetivos establecidos y ejecutan dichas estrategias, todo ello destinado a satisfacer las exigencias de una parte clave de la organización: los stakeholders (grupos de interés).	Jeffrey S. Harrison, Caron H. St. John (2009)
2013	La administración estratégica se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos. Como lo sugiere esta definición, la administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo, y los sistemas de información, para lograr el éxito de una organización. El término administración estratégica en este texto se utiliza como sinónimo del término planeación estratégica.	Fred R. David (2013)

***Fuente:*** elaboración propia basada en autores citados en la tabla.

Con esto, es posible generar una hoja de ruta que ayude a consolidar claramente las metas y proyectos planteados por CORPOEDI, los cuales buscan implementar y gestionar con un rumbo estratégico que ayude a la organización a convertirse en una empresa competitiva e innovadora en el futuro. Sin embargo, para que la planificación estratégica sea una herramienta que realmente ayude a alcanzar las metas, como lo mencionó Martínez (1989, citado por la Corporación Bucaramanga Emprendedora, 2001), debe tener en cuenta la globalización y los cambiantes intereses del mercado. En el caso de CORPOEDI, se requiere un equipamiento tecnológico que ayude a potenciar los proyectos de enseñanza y aprendizaje a través de los entornos digitales orientados a espacios académicos y laborales.

### **Tecnologías de la Información y las Comunicaciones**

Diversos estudios confirman la eficacia del uso de las TIC en contextos empresariales, especialmente en procesos estratégicos, entre los que destaca el estudio de Fernández et al. (2007), que examina el impacto de las TIC en las empresas españolas. Este impacto se refleja en la comunicación con clientes y proveedores, enfatizando aún más la importancia del correcto uso de las TIC para lograr los resultados organizacionalmente deseados. Dicho esto, es útil comenzar con una definición teórica del término Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Según Fernández (2005) las TIC se denominan colectivamente como microelectrónica, computación (hardware y software), telecomunicaciones y optoelectrónica -microprocesadores, semiconductores, fibras ópticas- innovaciones que:

permiten procesar y acumular en el exterior, distribuyendo rápidamente la información, la conexión de estos dispositivos electrónicos les permite comunicarse entre sí, creando un sistema de información en red basado en protocolos comunes. Cambia fundamentalmente la estructura de comunicación y

acceso a la información, extendiendo el alcance de la red a casi todo el mundo.

(p. 24)

Según Chong (2007), las TIC introducidas en el entorno empresarial se pueden dividir en las siguientes categorías:

- Basado en audio: como conferencias de audio, transmisión de programación por teléfono, correo electrónico, correo de voz y replicación telefónica general.
- Basados en audio y video: videoconferencias especiales, videoconferencias por canales abiertos o cerrados, con respuestas vía fax o sistemas de respuesta por teclado.
- Data-driven: software a la medida de una organización o software genérico y herramientas de Internet (chat, correo electrónico, listas de correo, páginas web y foros) que satisfagan sus necesidades (p. 13).

Como señala Valor (2006), la tecnología juega un papel importante en este contexto:

Las organizaciones que no están acostumbradas a usar tecnología desarrollan una cierta inercia que les impide actualizarse rápidamente e incluso puede amenazar la competitividad de la empresa. Para implementar adecuadamente las TIC en la dirección estratégica de las organizaciones, es necesario generar un proceso de reconocimiento de estos valores para poder utilizarlos adecuadamente. (p. 101)

En este sentido, las empresas pueden reducir costes y competir muy eficazmente con las TIC, incluso sin tecnologías muy avanzadas ni recursos digitales ilimitados.

Así, como mencionan Fernández et al. (2007), también es importante apoyar los beneficios de la adopción de las TIC. "la contribución directa más importante del uso de

las TIC en las empresas es tener mayor conectividad y flujo de información hacia otros actores económicos con los que mantienen relaciones" (p. 68).

Como se mencionó anteriormente, la implementación de las TIC tiene varias ventajas en cualquier entorno. En el ámbito empresarial, las empresas de economía social también pueden beneficiarse del uso de estas herramientas. Por un lado, puede ayudar a aumentar su especificidad, al mismo tiempo que eliminan sus debilidades, al mismo tiempo, se enfrentan a las amenazas ambientales aprovechando las oportunidades que ofrecen las TIC, como lo menciona por ejemplo Bernal-Jiménez y Rodríguez-Ibarra (2019), al promover la expansión de la gama de productos, atención. Y servicio al cliente, capacidad de respuesta a las necesidades, relaciones con proveedores y clientes, que han de mejorar su posición competitiva en el mercado.

Por tanto, las TIC son uno de los elementos claves de cualquier composición empresarial, su flexibilidad funcional y operativa, el apoyo a las necesidades organizacionales y la capacidad de desarrollo son importantes factores de éxito para cualquier posicionamiento institucional (Aportela, 2007). También es importante mencionar algunas herramientas estratégicas orientadas a la información:

1. Minería de datos. Según Huidrobo y Roldán (2005, citado en Aguilera y Riascos, 2009), esta herramienta analítica puede predecir el comportamiento futuro y es útil en el proceso de toma de decisiones estratégicas. Sus aplicaciones actuales se reflejan en el marketing, identificando a los clientes que probablemente respondan a determinadas ofertas y servicios, como la inversión en bolsa y otros servicios. Una herramienta muy adecuada para crear estrategias comerciales dirigidas a clientes finales, por ejemplo, es posible tomar una empresa de retail.
2. Árbol de decisión. Esto tiene un gran impacto en la fase de formulación de estrategias, en este sentido, la herramienta facilita la definición de información

y el examen de los elementos del problema a resolver, así como la elección de posibles cursos de acción. Con el apoyo de esta herramienta se puede elegir la solución, decisión o estrategia más adecuada (Aguilera y Riascos, 2009). La herramienta actúa como una hoja de ruta, que permite identificar oportunamente los riesgos y oportunidades que pueden presentarse en el desarrollo de las actividades diarias del negocio.

3. Sistema Integrado. Hoy en día, las organizaciones intentan integrar mejor su información en relación con el análisis de datos. Actualmente, ERP (Enterprise ResourcePlanning) está recibiendo más atención como un sistema integral de gestión de datos. Según Huidrobo y Roldán (2005, citado en Aguilera y Riascos, 2009), estos sistemas ofrecen a las empresas varias ventajas y están diseñados para modelar y automatizar diversos procesos básicos con el objetivo de integrar toda la información, eliminando conexiones complejas entre sistemas de diferentes proveedores.

Según Cabero (1998), “las TIC giran en torno a tres medios básicos: la microelectrónica, la informática y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo, de manera interactiva, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas” (p. 5).

**Tabla 3**

*Medios básicos de las TIC.*

Microelectrónica	Informática	Telecomunicaciones
Forma parte de una estructura común que tiene a la electricidad como origen y la electrónica	El objetivo de la informática es manipular automáticamente la información.	El telégrafo, el teléfono y la radio constituyen los tres grandes hitos de las telecomunicaciones.

como antecedente más inmediato.		
---------------------------------	--	--

**Fuente:** elaboración propia con información extraída de Cabero (1998).

### **Educación para el trabajo y el desarrollo humano (ETDH)**

En la búsqueda de la sistematización, integración y optimización de los procesos, CORPOEDI debe tener en cuenta todos los enfoques relacionados con la forma y alcance de su trabajo, por lo que es importante mencionar y definir la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano (ETDH). De acuerdo con la información proporcionada por el Ministerio de Educación Nacional - MEN, la educación para el trabajo y el desarrollo humano forma parte del servicio educativo nacional y corresponde a los fines educativos definidos en el artículo 5 de la Ley N° 115 de 1994. Según el Ministerio, la finalidad de este componente es complementar, renovar y proporcionar conocimientos y formación académica o laboral y obtener un certificado de competencia profesional. Los objetivos básicos de este programa formativo basados en la ley son:

1. Promover la formación práctica en el puesto de trabajo, desarrollando conocimientos técnicos y habilidades para desarrollar competencias específicas utilizando los recursos disponibles (Ministerio de Educación Nacional [MEN], 2017).
2. Contribuir al proceso de formación integral, a través de la reposición, renovación y formación académica o profesional, brindando características que satisfagan las necesidades individuales y sociales, del mercado de trabajo, de la industria productiva, de la cultura y el medio ambiente (MEN, 2017).

Por su parte, Sossa (2009), define la educación para el trabajo y el desarrollo humano como “formación permanente, personal, social y cultural basada en una visión holística institucional de la persona, organizada en un programa educativo institucional y

estructurada en un currículo flexible de estructura libre". Sumado a esto, Muñoz (2017), sostiene que la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano (ETDH), se ha posicionado exitosamente de acuerdo a la idea de "formación por competencias" que representa el estado colombiano en su política educativa, respuesta institucionalizada a las necesidades sociales visión de progreso tecnológico.

Lo cual, según Jiménez et al. (2016) ha contribuido al desarrollo del entorno social y al mejoramiento de la economía productiva de las organizaciones. Este modelo educativo consta de motivaciones y herramientas encaminadas a que los sujetos integren los saberes al trabajo social. La mencionada educación, puede leerse como una oportunidad para desarrollar una herramienta que, a través de los conocimientos y comportamientos específicos del individuo, permita construir la sociedad como un todo unificado.

### **Educación digital**

Como parte del desarrollo del proyecto, que tiene como objetivo crear una dirección estratégica que permita a CORPOEDI implementar estrategias accesibles, utilizando la educación mediada digitalmente, Area y Adell (2009) describen cuatro dimensiones pedagógicas dentro de la formación digital: informativa, práctica o experiencial, comunicativa, instructivo y evaluativo. Para facilitar el desarrollo conceptual, se definirán cada una de las siguientes dimensiones:

Inicialmente se definirá la dimensión de la información, que se refiere a "un conjunto de recursos, materiales o elementos que brindan información o contenidos diversos para el aprendizaje autónomo de los estudiantes" (Area y Adell, 2009, p. 8). Según los autores, esta dimensión analiza el tipo de material, el currículo y toda la información relacionada con el contenido que el docente brinda en el aula. A su vez, analiza los materiales didácticos presentados por los docentes u obtenidos de otras fuentes.

Por otro lado, la dimensión práctica o vivencial comprende una serie de acciones, tareas y actividades que el docente planifica e inicia en el aula virtual como una experiencia activa de aprendizaje que contribuye a la construcción del conocimiento. El aprendizaje y la adquisición de conocimientos es producto de la interacción social.

El término "inteligencia colectiva" ha sido estudiado por algunos autores como Lévy (1998) o Jenkins y Alonso (2008) y está directamente relacionado con el conocimiento construido colectivamente. En el ambiente virtual, funciona de la misma manera, trabajar, interactuar y crear en conjunto es imprescindible. El trabajo en grupo permite a los estudiantes construir relaciones y compartir conocimientos y experiencias entre sí.

Permitir a los ciudadanos no solo leer y escribir en plataformas multimedia, sino también comunicarse con el mundo, entendiendo la naturaleza compleja e interconectada de la vida moderna, se ha convertido en un imperativo ético y tecnológico (Pérez, 2012, p. 59). Además del manejo de la plataforma y el uso de la tecnología, es importante entender la necesidad permanente de digitalización de contenidos en el contexto de la educación formal, ya que no es un ente abstracto que siempre ha sido víctima del cambio.

En general, a través de experimentos y de manera errónea, desarrollamos rápidamente una educación digital de emergencia debido a la situación de salud pública creada por COVID-19 (Hodges et al., 2020). De esta manera, es importante definir la dimensión comunicativa, que se refiere a la recopilación de recursos y al comportamiento de interacción social de estudiantes y docentes. En esta dimensión, cabe mencionar el punto de vista de Litwin (2003): "Sin comunicación no hay educación", porque todo proceso educativo es un diálogo continuo que permite la construcción e intercambio de conocimiento. En el aprendizaje virtual, la conversación se lleva a cabo a través de la tecnología.

Por su parte, en el conjunto de dimensiones que componen la educación mediada digitalmente, es importante definir las dimensiones de aprendizaje y pedagogía que se relacionan con la función docente o el rol del docente en la gestión del entorno virtual. Estas funciones incluyen: seguimiento y acompañamiento grupal y/o personal, motivación, refuerzo y orientación sobre hábitos de estudio, organización y dinamización de actividades grupales, además del uso didáctico adecuado de los instrumentos telemáticos (Plaza y Acuña, 2022).

Finalmente, es importante mencionar los entornos virtuales como espacios donde se lleva a cabo el proceso de enseñanza y aprendizaje, que pueden adaptarse prácticamente a las necesidades de los estudiantes, pero también a los métodos de enseñanza de los docentes. Según Rodríguez y Castillo (2019):

[...] no existe una fórmula mágica para crear ambientes virtuales de aprendizaje exitoso (...). Esto se debe a que, por un lado, todos los aprendizajes se dan de una manera muy específica y no todos aprenden a la misma velocidad, ni utilizan la misma tecnología, y, por otro lado, el entorno en el que nos desarrollamos necesita estar acondicionado u optimizado para poder alcanzar los objetivos de aprendizaje propuestos con los alumnos. (p. 24).

Como conclusión y a modo de recopilación, el modelo de direccionamiento estratégico ideal para que la corporación CORPOEDI defina sus procesos organizacionales, orientados al posicionamiento y competitividad digital en la educación para el trabajo y el desarrollo humano (ETDH) e impactando el desarrollo del territorio en ambientes educativos y corporativos se resume en los siguientes conceptos:

- Dirección estratégica: la dirección estratégica se refiere a la formulación, implementación y evaluación de estrategias organizacionales para alcanzar los objetivos y metas establecidas (Aguilera y Riascos, 2009). En este marco

teórico, es importante revisar y analizar diferentes enfoques y modelos de dirección estratégica, como el enfoque basado en el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), el modelo de las 5 fuerzas de Porter, la matriz de Ansoff, el enfoque del análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal), entre otros, que podrían ser relevantes para CORPOEDI al definir sus procesos organizacionales orientados al posicionamiento y competitividad digital en la ETDH.

- Posicionamiento y competitividad digital en la educación para el trabajo y el desarrollo humano: es importante revisar y analizar la literatura existente sobre el concepto de posicionamiento y competitividad digital en la educación para el trabajo y el desarrollo humano. Esto podría incluir el estudio de las tendencias actuales en la incorporación de tecnologías digitales en los procesos educativos, los modelos de negocio digitales aplicados a la educación, el uso de plataformas y herramientas tecnológicas para la formación y el desarrollo de habilidades, así como las estrategias de posicionamiento en el mercado digital educativo (Bernal-Jiménez y Rodríguez-Ibarra, 2019). También es relevante considerar el impacto del posicionamiento y competitividad digital en el desarrollo del territorio, tanto en ambientes educativos como corporativos, identificando los beneficios, retos y oportunidades asociadas a la adopción de estrategias digitales en el ámbito educativo.
- Desarrollo de procesos organizacionales: el desarrollo de procesos organizacionales efectivos es fundamental para implementar estrategias y lograr los objetivos de una organización. En este marco teórico, es importante

revisar y analizar diferentes enfoques y modelos de desarrollo de procesos organizacionales, tales como el enfoque de gestión por procesos, la reingeniería de procesos, la mejora continua, y la gestión del cambio organizacional (UAEOS, 2022). Es relevante identificar las mejores prácticas y enfoques recomendados para el diseño, implementación y evaluación de procesos organizacionales orientados al posicionamiento y competitividad digital en la ETDH.

- Impacto desarrollo del territorio en ambientes educativos y corporativos: para entender cómo el desarrollo del territorio puede impactar en ambientes educativos y corporativos, es importante revisar la literatura relacionada con el tema. Esto podría incluir estudios de caso, investigaciones previas y experiencias de otras organizaciones o instituciones que hayan implementado estrategias de desarrollo del territorio en el ámbito educativo y corporativo. Es relevante analizar cómo el desarrollo del territorio puede influir en la generación de oportunidades, la competitividad, la innovación, la sostenibilidad y otros aspectos clave que pueden tener un impacto en los ambientes educativos y corporativos en el contexto de la educación para el trabajo y el desarrollo humano (Muñoz, 2017).
- Teorías y conceptos relevantes: además de los enfoques y modelos específicos mencionados anteriormente, es importante considerar otras teorías y conceptos relevantes que puedan aportar a la comprensión del tema de investigación. Por ejemplo, teorías de la administración, la gestión estratégica, la innovación, la transformación digital, la gestión del conocimiento, entre otros, podrían tener aplicaciones pertinentes en el marco teórico propuesto.

- Contexto de la corporación CORPOEDI: finalmente, es esencial tener en cuenta el contexto específico de la corporación CORPOEDI al desarrollar el marco teórico. Esto incluye revisar y analizar la situación actual de CORPOEDI en términos de su misión, visión, objetivos, estructura organizativa, recursos, capacidades, estrategias y entorno competitivo. El análisis del contexto de CORPOEDI ayudará a fundamentar la propuesta de marco teórico de manera más precisa y ajustada a la realidad de la organización.

## **Diseño Metodológico**

### **Tipo de investigación**

La presente es una investigación aplicada ya que pretende impactar positivamente a CORPOEDI, mediante la elaboración de un modelo de direccionamiento estratégico fundamentado en la información de diversos autores que describen desde su conocimiento y experiencia las temáticas abordadas durante todo el proyecto; así mismo, esta investigación se cataloga en un enfoque cualitativo, ya que pretende realizar un acercamiento al objeto de estudio buscando responder la pregunta de investigación planteada, desde una transformación educativa, social y cultural, pertinente al posicionamiento y competitividad digital de la organización.

Sobre el enfoque cualitativo, autores como Mason (1996), Eisner (1998), Bartolome (2000) y Sampieri (2014) exponen la característica interpretativa de esta perspectiva y el interés que tiene en comprender, experimentar y producir desde y en el contexto social. Este enfoque supone una inmersión en la realidad cotidiana y una valoración de la expectativa de la organización en los diferentes aspectos considerados a lo largo de la investigación.

### **Análisis externo**

La formulación de la dirección estratégica requiere que el entorno en el que opera la organización se describa en términos de las variables que lo componen y las fuerzas que afectan estas. Todos los planes que requieren análisis se compilan para comprender las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta la organización que se está estudiando (Porter, 2011). Por tanto, el análisis PESTEL es una herramienta que ayudará a caracterizar el entorno externo general de CORPOEDI a través de sus factores constitutivos, la identificación de amenazas y oportunidades en la organización y, con base en ello, desarrollar estrategias acordes a la situación del mercado actual.

Según Yüksel (2012), Los factores que componen este análisis son aquellos que afectan la actividad de la empresa en el corto, mediano y largo plazo, y que son difícilmente controlados por la organización, dentro de estos factores se encuentran: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos, y legales. La descripción de este modelo se puede observar en la ilustración 11 y el análisis PESTEL aplicado para CORPOEDI se puede visualizar en el anexo A del proyecto.

### Ilustración 13

*Concepto del análisis PESTEL: en la ilustración encontrará la definición del concepto PESTEL como herramienta para el análisis empresarial.*



**Fuente:** elaboración propia con base en El Blog de Facchin (2021).

Además del análisis PESTEL, se adopta la herramienta de Las Cinco Fuerzas de Porter para obtener una visión más profunda de la situación competitiva específica de CORPOEDI. Este modelo, propuesto por Michael E. Porter en su seminal obra *Competitive Strategy* (1980), evalúa la intensidad competitiva y la atracción del mercado desde cinco perspectivas clave: la amenaza de nuevos competidores, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los clientes, la amenaza de

productos o servicios sustitutos y la rivalidad entre los competidores existentes. La implementación de este análisis permite a CORPOEDI identificar las dinámicas de poder en su industria y formular estrategias organizacionales informadas, capaces de capitalizar sus fortalezas y oportunidades mientras mitiga sus debilidades y amenazas (Porter, 2008). Según Magretta (2012), una discípula de Porter, la aplicación efectiva de las Cinco Fuerzas proporciona una base sólida para el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible. En la ilustración 12, se presenta el análisis de Las Cinco Fuerzas de Porter aplicado para CORPOEDI, detallando cómo cada fuerza influye en la formulación de su estrategia competitiva y en el anexo I se expone el análisis detallado.

#### Ilustración 14

*Concepto del análisis de las Cinco Fuerzas de Porter como una herramienta para el análisis estratégico competitivo empresarial.*



**Fuente:** elaboración propia con base en El Blog Especializado en Gestión de Calidad ESGinnova Group (2020).

### **Análisis interno**

Del mismo modo, el desarrollo de la dirección estratégica requiere determinar y analizar los factores internos de CORPOEDI para comprender en detalle su forma de operar. Es importante evaluar los recursos financieros y no financieros, descubrir las fortalezas y debilidades de la estrategia, para así lograr mejorar las fortalezas organizacionales y compensar o eliminar las debilidades organizacionales. La matriz DOFA permite realizar una evaluación interna de la empresa y de sus procesos organizacionales, además, ayuda a definir rutas de mejora basadas en las dinámicas actuales, este método será aplicado a CORPOEDI, con el fin de convertirla en una organización moderna y competitiva, con prácticas gerenciales efectivas que promuevan resultados permanentes, desde la operación hasta la productividad. La descripción de este modelo se puede ver en la tabla 4 y el desarrollo de la matriz DOFA implementado se puede visualizar en el anexo B y C del proyecto.

#### **Tabla 4**

*Concepto Matriz DOFA la cual permite identificar Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.*

	<b>Fortalezas (F+)</b>	<b>Debilidades (D-)</b>
<b>Matriz DOFA:</b>	<b>Son los puntos fuertes</b>	<b>Son los puntos débiles</b>
<b>Nombre de matriz</b>	<b>internos</b>	<b>internos</b>

<p><b>Oportunidades (O+)</b> Son las oportunidades que se deben aprovechar</p>	<p><b>Estrategia FO:</b> Es la estrategia a seguir con base en las fortalezas y oportunidades detectadas</p>	<p><b>Estrategias DO:</b> Es la estrategia a seguir con base en las debilidades y oportunidades</p>
<p><b>Amenazas (A-)</b> Son los riesgos externos que se deben afrontar</p>	<p><b>Estrategia FA:</b> Es la estrategia a seguir con base en las fortalezas y amenazas detectadas</p>	<p><b>Estrategia DA:</b> Es la estrategia a seguir con base en las debilidades y amenazas detectadas</p>

**Fuente:** elaboración propia con base en Revista Ingenio Empresa (2021).

Al utilizar la matriz EFI en conjunto con la matriz EFE, se puede obtener una imagen completa y equilibrada de la situación de la organización. La matriz EFI permite identificar áreas de fortaleza que pueden ser aprovechadas y áreas de debilidad que deben ser abordadas. Esto proporciona una base sólida para la formulación de estrategias organizacionales, ya que se pueden capitalizar las fortalezas y mitigar las debilidades internas al enfrentar las oportunidades y amenazas del entorno externo. A través de la matriz DOFA podremos desarrollar las matrices EFE y EFI, ya que posibilita la identificación de factores tanto internos como externos que son indispensable para el desarrollo del proyecto. Y de otro lado, la matriz PESTEL facilitará definir una escala de priorización de cada factor determinado. Los porcentajes que se le asignan a cada factor en las matrices EFE y EFI, se categorizaron por la importancia que se identificó en cada factor desde el PESTEL, según el nivel de priorización arrojado, dividiendo la suma total de los puntajes entre el puntaje obtenido por cada uno de los factores. Las matrices EFI y EFE se podrán visualizar desarrolladas en los anexos E y F del proyecto.

### **Población, muestra y ficha técnica**

Para el presente estudio, la población a considerar está vinculada y se relacionan principalmente con los diversos sectores productivos de la zona sur del Valle de Aburrá, algunos públicos de interés, socios estratégicos de negocio, directivos y colaboradores de la corporación, lo que proporciona una muestra significativa para el análisis. Los participantes abarcaron una amplia gama de roles dentro y fuera de la organización, desde empleados de nivel operativo hasta altos directivos y sectores como finanzas, gobierno, educación, servicio público, TI (tecnología de la información) y fabricación, entre otras. Esto permitirá asegurar la obtención de información y perspectivas desde diferentes funciones, roles y responsabilidades de la corporación y sus grupos de interés.

La muestra será no probabilística por conveniencia y se determinará en diversas empresas del sector productivo como: actividades de servicios administrativos y de apoyo (5 empresas), educación (6 instituciones educativas), actividades artísticas, de entretenimiento y recreación (3 empresas), comercio al por mayor y al por menor (3 empresas); reparación de vehículos automotores y motocicletas (3 empresas), actividades de atención de la salud humana y de asistencia social (3 empresas), actividades profesionales, científicas y técnicas (3 empresas), instituciones y empresas cliente actuales (2 empresas), sector público y gubernamental (1 institución), profesionales áreas de ingeniería y TIC, con esto, lo que se busca es obtener información representativa mediante la inclusión de los diferentes tipos de individuos que conforman una institución de este tipo, información que permitirá, además, una medición y desarrollo acorde a la realidad de CORPOEDI.

### **Tabla 5**

*Ficha técnica del instrumento encuesta.*

<b>Características</b>	<b>Descripción</b>
------------------------	--------------------

<b>Periodo de recolección de datos</b>	Noviembre 2023 a enero 2024
<b>Ciudad de aplicación</b>	Envigado, Antioquia.
<b>Población</b>	102 personas distribuidas entre: directivos, administrativos, colaboradores, públicos de interés y demás comunidad académica de instituciones de educación superior, instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano, empresas sector productivo y entidades públicas enfocadas en procesos de formación ciudadana, ubicadas en el Valle de Aburrá.
<b>Tipo de muestra</b>	No probabilística por conveniencia.
<b>Muestra</b>	102 personas distribuidas entre: integrantes de empresas actividades de servicios administrativos y de apoyo (5 empresas), educación (6 instituciones educativas), actividades artísticas, de entretenimiento y recreación (3 empresas), comercio al por mayor y al por menor (3 empresas); reparación de vehículos automotores y motocicletas (3 empresas), actividades de atención de la salud humana y de asistencia social (3 empresas), actividades profesionales, científicas y técnicas (3 empresas), instituciones y empresas cliente actuales (2 empresas), sector público y gubernamental (1 institución), profesionales áreas de ingeniería y TIC.
<b>Método de recolección</b>	Se presenta una encuesta a diferentes personas que componen las empresas e instituciones tales como: directivos, administrativos, colaboradores, públicos de interés y comunidad académica. Esta encuesta se comparte a través de un código QR y dirige

	específicamente a un Microsoft Forms (Office 365).
<b>Componentes evaluados</b>	<b>Perfil del evaluador</b>
<b>Dirección estratégica</b>	Directivos, administrativos, colaboradores, públicos de interés y comunidad académica en general de las instituciones y empresas antes mencionadas.
<b>Tecnologías de la información y las Comunicaciones.</b>	Directivos, administrativos, colaboradores, públicos de interés y comunidad académica en general de las instituciones y empresas antes mencionadas.
<b>Educación para el trabajo y el Desarrollo humano.</b>	Directivos, administrativos, colaboradores, públicos de interés y comunidad académica en general de las instituciones y empresas antes mencionadas.
<b>Educación digital</b>	Directivos, administrativos, colaboradores, públicos de interés y comunidad académica en general de las instituciones y empresas antes mencionadas.

*Fuente: elaboración propia.*

### Identificación de las variables

Con el fin de desarrollar un direccionamiento estratégico para CORPOEDI, se definen unas variables en concordancia con la decisión de realizar un diseño experimental en el marco del enfoque cuantitativo. Las variables según Hernández et al. (2010), son “una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p. 93). Es por eso, que mediante de una encuesta se pretende evaluar percepciones y puntos de vista y con ello direccionar correctamente los resultados de la investigación.

Las variables definidas en esta fase, van a permitir afianzar o refutar hipótesis, además de identificar el impacto de esta propuesta y evaluar los aspectos educativos,

sociales y culturales, relacionados con el posicionamiento y la competitividad digital de CORPOEDI. En la Tabla 6 se puede ver la descripción conceptual de estas variables.

**Tabla 6**

*Descripción conceptual de las variables.*

Variable	Descripción
<b>Diseño y estructura organizacional</b>	La estructura organizacional es un elemento que nos permite direccionar de forma idónea los proyectos empresariales y controlar cada una de las actividades operacionales. La revisión de este frente al interior de otras organizaciones dará un punto de partida para complementar la estructura actual de CORPOEDI.
<b>Planificación y ejecución estratégica</b>	Según Johnson, Scholes (2000) la estrategia es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo; esta situación permite lograr ventajas para la organización a través de su configuración de recursos en un entorno cambiante. Por ello, a través de la estrategia, es importante generar un proceso de planificación que a su vez ayude a ejecutar los proyectos de manera eficiente.
<b>Mercadeo y captación</b>	Este componente estudia las prácticas propias de la gestión de mercados y las acciones que se deben realizar para captar clientes de forma eficiente. Al estudiar esta variable es posible conocer la manera como CORPOEDI debe operar para generar un flujo de ingresos considerable, que luego se convierta en un beneficio significativo.
<b>Salud financiera</b>	Este componente está dirigido a todas las operaciones comerciales, políticas y prácticas ejecutadas por la compañía para dar un uso adecuado a los recursos financieros. Todo lo

	<p>anterior con la intención de cuantificar los beneficios y utilidades que genera la compañía en cada periodo de operación.</p>
<b>Gestión del talento humano</b>	<p>A través de este componente, se analizan las directrices y comportamiento que hacen particular a la organización en términos de aprovechamiento del talento humano y gestión comunicacional. Estos elementos contribuyen a la construcción del ambiente organizacional del cual podrá gozar cada integrante de la compañía.</p>
<b>Tecnología e infraestructura</b>	<p>A través de este componente se pretende analizar las herramientas de infraestructura tecnológica esenciales para el desarrollo pertinente de proyectos de educación digital. A través de él será posible consolidar los recursos necesarios y esenciales para la operación correcta de CORPOEDI.</p>
<b>Innovación y gestión del conocimiento</b>	<p>Este componente está diseñado para explorar la manera adecuada de gestionar el conocimiento al interior de las compañías, además de la capacidad de ofrecer productos o servicios novedosos que posean una diferenciación competitiva en el mercado. De otra parte, se analizan las herramientas que se poseen actualmente para generar, potenciar y aplicar conocimientos de forma productiva.</p>
<b>Calidad y acreditación</b>	<p>A través de este componente se pretende analizar la pertinencia, condición y credibilidad de los programas académicos y proyectos propuestos al interior de la empresa, además de su aporte directo en la comunidad.</p>
<b>Cultura organizacional</b>	<p>Este componente pretende reunir las estrategias adecuadas para el diseño de un ambiente organizacional que conecte al colaborador con la empresa y permita aumentar los índices de productividad, sentido</p>

	de pertenencia y compromiso con los proyectos organizacionales.
<b>Gestión de operaciones</b>	Este componente de forma particular está enfocado en analizar los componentes misionales de la organización, desde el punto de vista de producción y logística que se da tanto de forma interna y externa hasta entregar el producto o servicio al cliente final.

**Fuente:** elaboración propia.

### **Instrumento de medición**

La estrategia que se plantea para lograr el objetivo general de este proyecto es aplicar una encuesta que nos permitan analizar desde diferentes frentes y de forma específica cada fenómeno planteado a lo largo de la investigación y descrito anteriormente. Este instrumento se aplicará en diferentes instituciones y empresas del Sur del Valle de Aburrá, enfocadas o relacionadas con la educación digital, educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano, transformación digital, servicios, arte y cultura y comerciales, las cuales se mencionaron en la ficha técnica.

Este instrumento se compone de 57 preguntas de selección múltiple, divididas en 10 apartados de 5 preguntas cada uno, estos apartados están compuestos de unas variables a evaluar, las cuales fueron descritas en la Tabla 6 y por medio de estas variables se pretende contrastar la información que se proporciona desde las diferentes áreas de las instituciones e incluso comparar en simultaneo la efectividad de los procesos desarrollados en cada una de ellas.

El propósito de utilizar este instrumento es permitir que CORPOEDI identifique y desarrolle un modelo de direccionamiento estratégico que sea tanto sostenible en el tiempo como efectivo en sus procesos operativos. El formato detallado de la encuesta se encuentra disponible en los anexos de este documento.

### **Contribuciones originales esperadas**

El presente proyecto de investigación mixta se justifica en la importancia que tiene el diseño y aplicación de un modelo de direccionamiento estratégico que permita realizar la intervención de los procesos misionales y cadena de valor de CORPOEDI, lo cual redundará en múltiples beneficios tales como: poder establecer una visión clara enfocando sus esfuerzos en las actividades que son importantes para lograr sus objetivos a mediano y largo plazo, identificar oportunidades para el crecimiento y expansión, conocer amenazas en su entorno externo para anticipar escenarios frente a los cambios rápidos y constantes del mercado, las competencias y los clientes, centrar sus estrategias en los recursos más valiosos y poder utilizarlos de manera más eficiente, responsable y sostenible; finalmente, mejorar la toma de decisiones y asegurar que estén alineadas con su visión a largo plazo evitando comprometer el futuro, consolidación, estabilidad y proyección de la corporación.

Frente a las razones que motivan la vinculación y estudio de la Maestría en Gerencia de Sistemas de Información y Proyectos Tecnológicos es la adquisición y desarrollo de las competencias directivas, gerenciales y tecnológicas necesarias para promover dinámicas de transformación organizacional a nivel de procesos, modelos gerenciales, ventajas competitivas – estratégicas, gobernabilidad, buenas prácticas e innovación; como aspectos fundamentales para implementar y desarrollar estrategias centradas en el mejoramiento continuo, la gestión eficiente del talento humano, los recursos físicos, financieros, de información y tecnológicos, la ética empresarial, la sostenibilidad y la responsabilidad social. Esto permite confirmar la relevancia y los beneficios de la investigación tanto para la Corporación CORPOEDI como para el fortalecimiento de las competencias de los estudiantes que se encuentran cursando este programa académico.

Complementario a lo anterior, algunas contribuciones originales que el proyecto podrá aportar al aplicar los conocimientos adquiridos en el programa de maestría están relacionadas con:

- Aportar un marco de trabajo para la aplicación de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en el ámbito de la educación y los negocios, especialmente las MiPymes.
- Contribuir en la creación de ventajas competitivas sostenibles para las organizaciones, logrando la automatización de procesos empresariales y el desarrollo de planes de contingencia.
- La realización del proyecto de investigación en sí mismo es una demostración práctica de la gerencia de proyectos tecnológicos, lo cual se articula con las competencias propuestas en el currículo del programa de maestría.
- La importancia del manejo de los datos garantizando su aseguramiento, integridad, calidad y manejo de grandes volúmenes de éstos.
- Al propiciar el uso de las TIC en las empresas y en la sociedad, el proyecto contribuye a fortalecer las competencias en gobernabilidad y la adopción de prácticas empresariales éticas y sostenibles a través del uso de las TIC en el contexto organizacional.
- El enfoque del proyecto en el desarrollo humano, la educación, el emprendimiento, la transformación digital y el uso eficiente de las TIC en el entorno empresarial, refleja la aplicación de competencias gerenciales y directivas aprendidas en la maestría.

### **Diagnóstico Organizacional**

La fase de diagnóstico organizacional es una etapa crucial dentro del proyecto que tiene como objetivo evaluar en profundidad los aspectos internos de la corporación. Esta sección proporcionará una descripción completa de esta fase y destacará su propósito fundamental en el contexto del proyecto en desarrollo, la cual pretende entregar una comprensión integral de los recursos, capacidades, conocimientos, competencias y procesos internos de CORPOEDI, dicha evaluación minuciosa permitirá identificar las áreas de fortaleza que pueden ser aprovechadas, así como las debilidades que requieren atención inmediata.

Dicho diagnóstico se estructuró en varias etapas clave para asegurar un análisis exhaustivo y efectivo de la organización. Inicialmente, se llevó a cabo una recopilación de datos mediante la aplicación de encuestas y entrevistas dirigidas a diversos interesados, incluyendo empleados, directivos y clientes externos. Esta fase preliminar fue esencial para obtener una perspectiva amplia del entorno interno y externo de la organización. Posteriormente, se aplicó el análisis PESTEL para evaluar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que podrían impactar la corporación. Adicionalmente, se utilizó el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter para identificar las fuerzas competitivas en el mercado y su efecto en la organización. La combinación de estas metodologías proporcionó una base sólida para comprender los desafíos y oportunidades a los que se enfrenta CORPOEDI, permitiendo así formular estrategias que fortalezcan su posición en el mercado y mejoren su capacidad operativa.

La información recopilada durante esta fase será esencial para la toma de decisiones estratégicas. Los resultados del instrumento de diagnóstico (V de Aiken) aplicado en este estudio proporcionarán una visión integral de la organización desde dentro. Esto, a su vez, permitirá a los líderes y responsables de tomar decisiones planificar las siguientes acciones con una base de conocimiento más sólida:

- Identificar áreas internas que requieren mejoras para optimizar la eficiencia y la eficacia operativa.
- Reconocer las fortalezas internas que pueden ser potenciadas para obtener ventajas competitivas en el mercado objeto de atención.
- Evaluar la capacidad actual de la corporación para adaptarse a cambios frente a innovación y tendencias en educación virtual, tecnológicas y de mercado.
- Determinar si los recursos y la infraestructura tecnológica son adecuados y están siendo gestionados eficientemente.
- Comprender la relación entre la estructura de capital y la estabilidad financiera.
- Evaluar la diversificación de ingresos y la capacidad de generar flujo de caja para las inversiones presentes y futuras requeridas.
- Identificar áreas donde se pueden implementar mejoras en la calidad y la eficiencia de los procesos (cadena de valor).

Los hallazgos de esta fase no solo brindarán una instantánea de la situación interna actual de la corporación, sino que también servirán como guía para las fases posteriores del proyecto, los resultados la encuesta ayudarán a definir estrategias y acciones concretas que se deberán llevar a cabo en las siguientes etapas. En conclusión, la fase de diagnóstico interno del presente estudio es un pilar fundamental en la toma de decisiones estratégicas y en la planificación de acciones que permitirán a CORPOEDI avanzar hacia sus objetivos, cimentando las bases para comprender la importancia y el alcance de esta fase y cómo contribuirá significativamente al éxito global del proyecto.

Por su parte, la metodología del instrumento de diagnóstico y participantes, presentan el proceso meticuloso adoptado para la encuesta, clave en la recolección de

datos para el diagnóstico de CORPOEDI. El instrumento incluyó 57 preguntas cuidadosamente diseñadas para abarcar diversos aspectos internos de la organización, utilizando una escala Likert de 1 a 5 para captar las percepciones de los participantes de manera precisa. Además, se garantizó la confidencialidad y el anonimato de las respuestas, administrando la encuesta a través de una plataforma en línea segura para facilitar la recopilación y análisis de datos.

## Ilustración 15

*Metodología utilizada en el proyecto.*



**Nota:** Representación visual de los pasos utilizados en la metodología del proyecto. Fuente: elaboración propia.

El perfil de los participantes refleja la diversidad y representatividad de la muestra, que incluyó a 103 individuos de variados sectores y niveles jerárquicos, tanto internos como externos a la corporación. Esta diversidad asegura una amplia gama de

perspectivas en el análisis, crucial para la validez del estudio. Los participantes, que abarcaban roles desde empleados operativos hasta directivos, provenían de sectores clave como finanzas, educación, y tecnología, entre otros, proporcionando una base robusta para las conclusiones estratégicas derivadas.

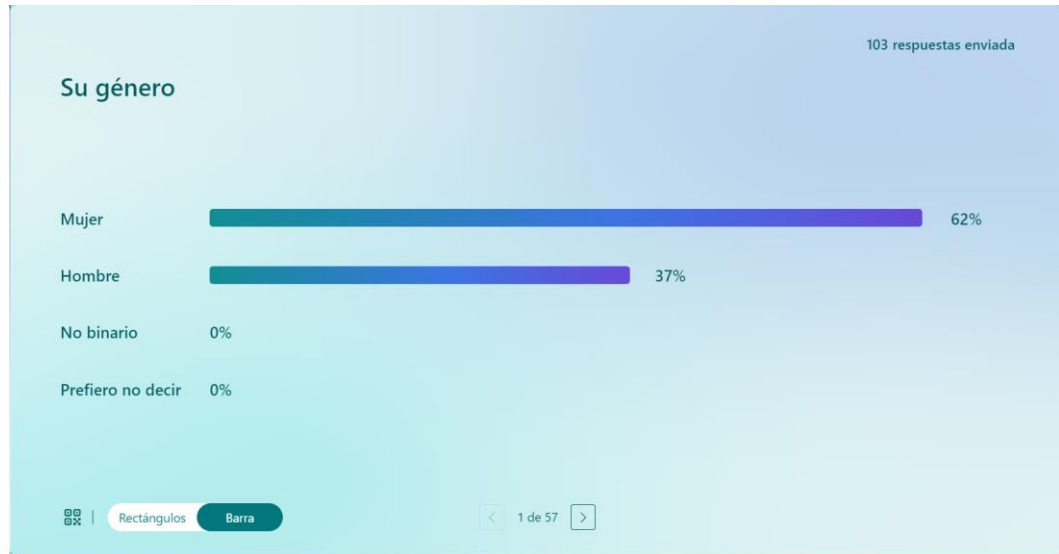
### **Procesamiento estadístico de datos**

Este análisis se basa en los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada, buscando no solo describir los porcentajes, sino interpretar su significado en el contexto del diseño del modelo de direccionamiento estratégico para CORPOEDI, los resultados reflejan la percepción de los encuestados sobre diversos aspectos organizacionales y estratégicos. Los datos recopilados mediante la encuesta se presentan utilizando una escala de Likert, que varía desde "Totalmente en desacuerdo" hasta "Totalmente de acuerdo". Este enfoque permite cuantificar las percepciones en relación con aspectos clave como la estructura organizacional, la planificación estratégica, la gestión del talento humano, la cultura organizacional, la salud financiera, la innovación y la gestión tecnológica, entre otros.

El 100% de la encuesta es aplicada a 103 sujetos de investigación, distribuidos en un 63% género femenino, 37% masculino, aunque se incluyen otros géneros no hay respuestas. Esta encuesta se realiza a personas relacionadas con el área de direccionamiento estratégico y gestión de procesos en las organizaciones.

### **Ilustración 16**

*Porcentaje de participación en la encuesta por distribución de género.*

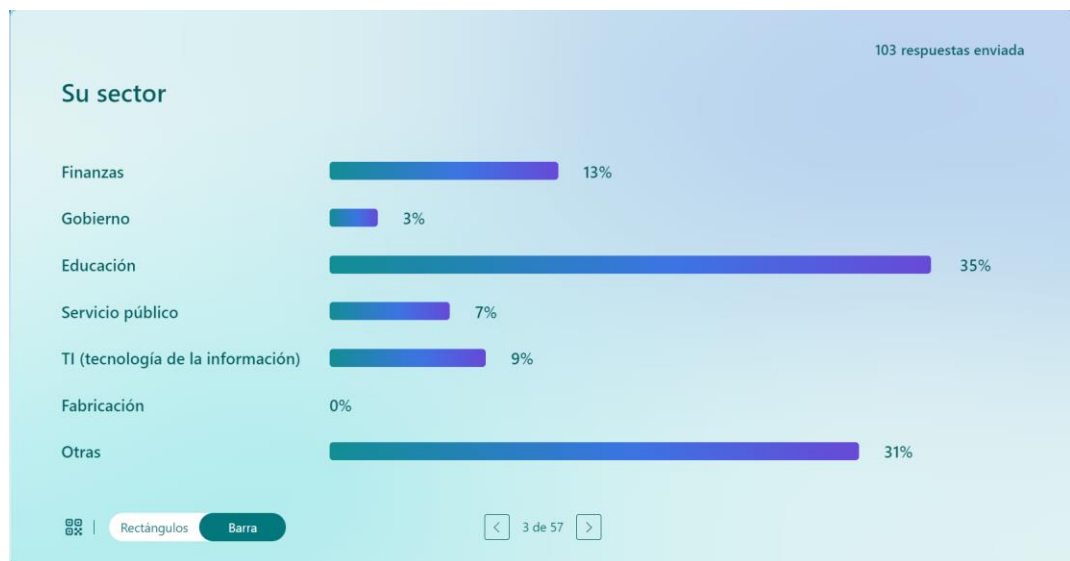


**Fuente:** elaboración propia, tabulación resultados encuesta.

Se realiza una indagación en diferentes sectores, siendo los principales: educación con un 35%, finanzas el 13% y otros sectores como administrativos, productivos, direcciones en empresa, entre otros, el 31%, tal como se muestra en la ilustración 14.

### Ilustración 17

*Porcentaje de participación en la encuesta por distribución de género.*

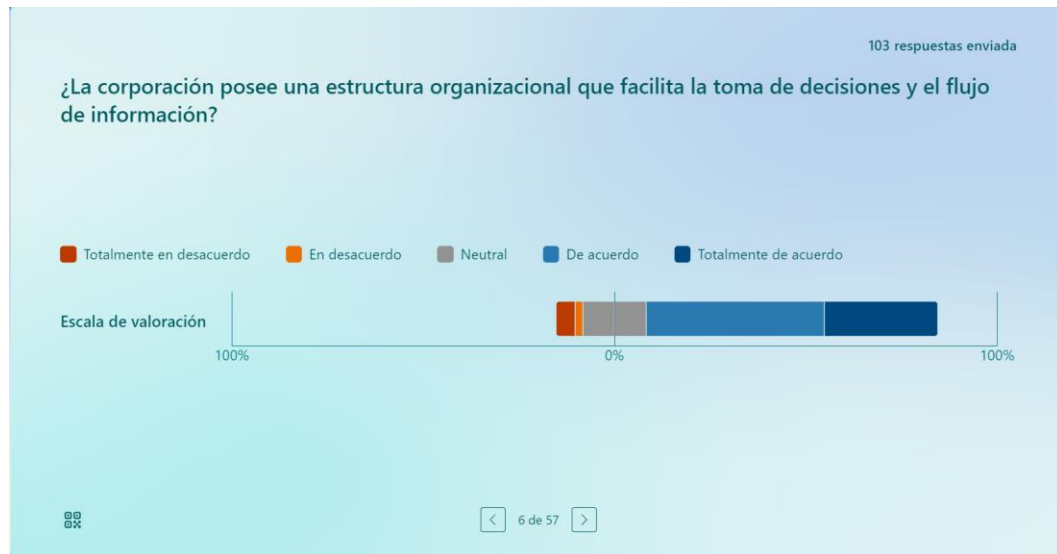


**Fuente:** elaboración propia, tabulación resultados encuesta.

Se definen categorías de evaluación para el análisis de la encuesta estructurada según la escala Likert, ya que se configura un método de medición, que evalúa la percepción y opinión de los encuestados, tal como se muestra en la ilustración 15.

### Ilustración 18

*Categorías de evaluación utilizadas en la encuesta según la escala Likert.*



**Fuente:** elaboración propia, tabulación resultados encuesta.

En la siguiente presentación se relacionan algunos resultados de la encuesta a través de gráficas en Power BI, las cuales muestran datos clave para obtener perspectivas visuales, que ofrecen una visión más clara y profunda sobre las percepciones de los grupos de interés y colaboradores encuestados, las cuales permiten identificar patrones y oportunidades de mejora. Dicha experiencia visual será la guía hacia decisiones más informadas y estratégicas, revelando las historias detrás de cada gráfico y ofreciendo un panorama detallado del entorno organizacional de la Corporación. Las respuestas de la encuesta se resumen cuantitativamente, presentando un desglose porcentual de cada pregunta, lo cual ofrece una instantánea de la alineación general o

las discrepancias en las percepciones relacionadas con las iniciativas estratégicas dentro de CORPOEDI.

### Tabulación de la Encuesta

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiYWVM4ZmVINmUtNTdiYi00M2Q4LTlhZDc0tZjQzYjUxMTgwMGE0IiwidCI6ImRkMzY3ZTM2LWQ1MmUtNGY0ZS05ZmU0LTgyMWM1ZWZhNDZhZCIsImMiOiR9>

### Ilustración 19

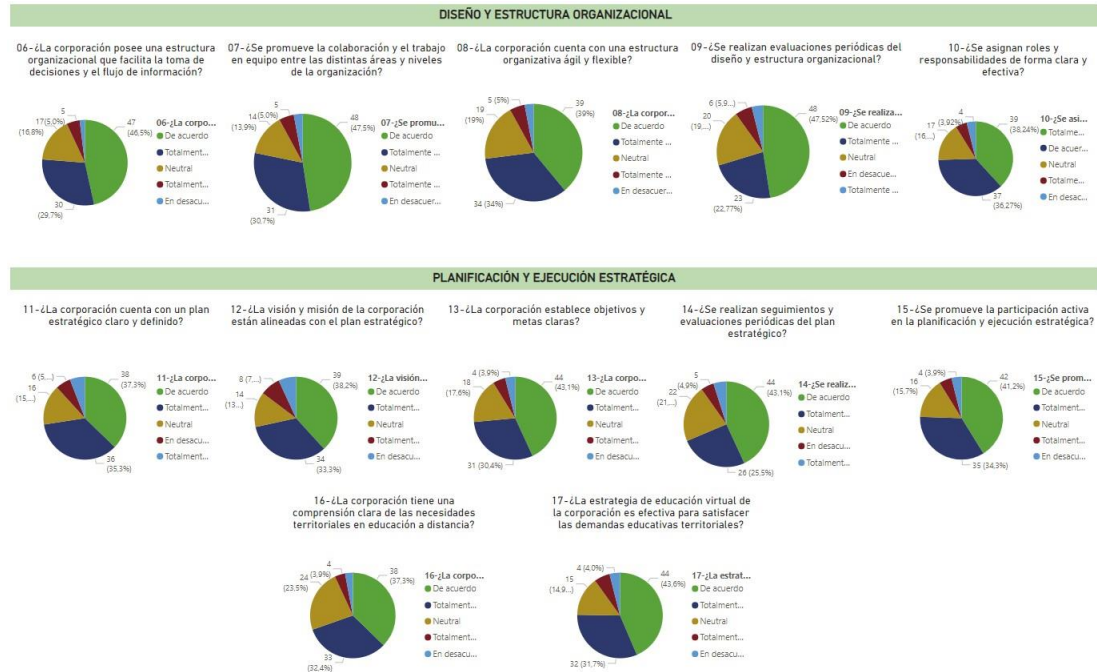
*Sección de filtros y género de personas encuestadas.*



**Nota:** la ilustración 13 se podrá identificar detalles como género, edad, sector al que pertenecen, ocupación y ciudad de las personas encuestadas. Fuente: elaboración propia.

### Ilustración 20

*Distribución de respuestas por categoría de la escala Likert en áreas de Diseño y Estructura Organizacional y Planificación y Ejecución Administrativa.*



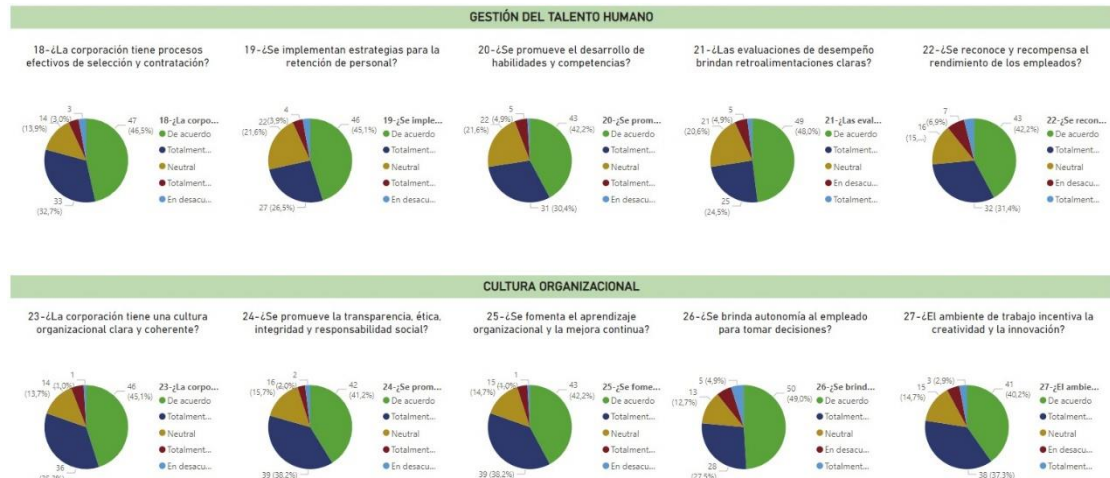
**Nota:** la presente ilustración desglosa las respuestas obtenidas en las secciones relacionadas, a través de un conjunto de gráficos circulares, se muestra la distribución de las percepciones de los encuestados con respecto a aspectos clave del funcionamiento interno de la organización. Fuente: elaboración propia.

En la sección de Diseño y Estructura Organizacional, se aprecia que la mayoría de los encuestados tienden a estar de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la corporación posee una estructura que facilita la toma de decisiones y el flujo de información, lo que es crucial para una organización ágil y adaptable. Sin embargo, los resultados también revelan una proporción significativa de neutralidad, indicando que hay espacio para mejorar la claridad en la asignación de roles y responsabilidades, así como en la promoción de la colaboración interdepartamental. Por otro lado, la sección de Planificación y Ejecución Estratégica refleja una percepción generalmente positiva de la alineación entre la visión y misión de la corporación con el plan estratégico. Aunque los encuestados reconocen que se establecen objetivos y metas claras, el seguimiento y la evaluación del plan estratégico, así como la participación activa en su ejecución,

presentan una mayor dispersión en las respuestas, lo que sugiere áreas de atención para asegurar la eficacia estratégica de la organización.

### Ilustración 21

*Distribución de respuestas por categoría de la escala Likert en áreas de Gestión del Talento Humano y Cultura Organizacional.*



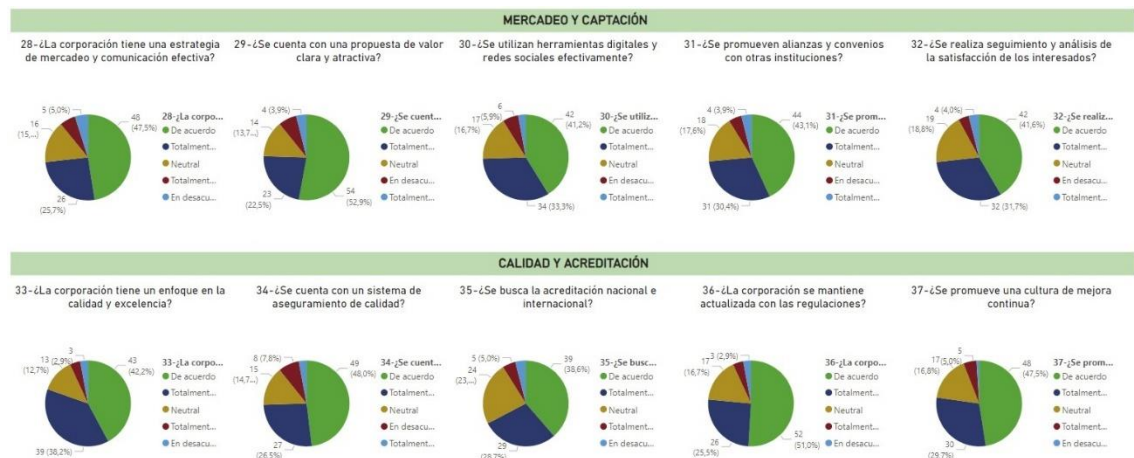
**Nota:** en esta imagen se exhibe la distribución de respuestas para las preguntas enfocadas en dichas áreas, siguiendo una escala Likert para medir grados o niveles de acuerdo y desacuerdo, las gráficas usadas permiten una interpretación visual rápida de las percepciones de los diversos públicos de interés. Fuente: elaboración propia.

En la sección de Gestión del Talento Humano, se observa que la mayoría de los encuestados tienden a estar de acuerdo o totalmente de acuerdo en cuanto a la efectividad de los procesos de selección y contratación de la empresa, así como en la implementación de estrategias de retención de personal, lo que apunta a procesos sólidos en el reclutamiento y mantenimiento del talento. Sin embargo, en aspectos como el desarrollo de habilidades y la claridad en las retroalimentaciones de desempeño, las respuestas neutrales sugieren que hay margen para mejorar la capacitación y el apoyo continuo al personal. Por su parte, la Cultura Organizacional muestra una valoración positiva en cuanto a la coherencia y la claridad de la cultura de la empresa, así como en

la promoción de la transparencia, la ética y la responsabilidad social. No obstante, la autonomía en la toma de decisiones y el fomento del ambiente de trabajo para la creatividad y la innovación presentan un balance entre respuestas de acuerdo y neutrales, lo que indica oportunidades para estimular aún más la participación y la innovación entre los colaboradores.

### Ilustración 22

*Distribución de respuestas por categoría de la escala Likert en áreas de Mercadeo, Captación, Calidad y Acreditación.*



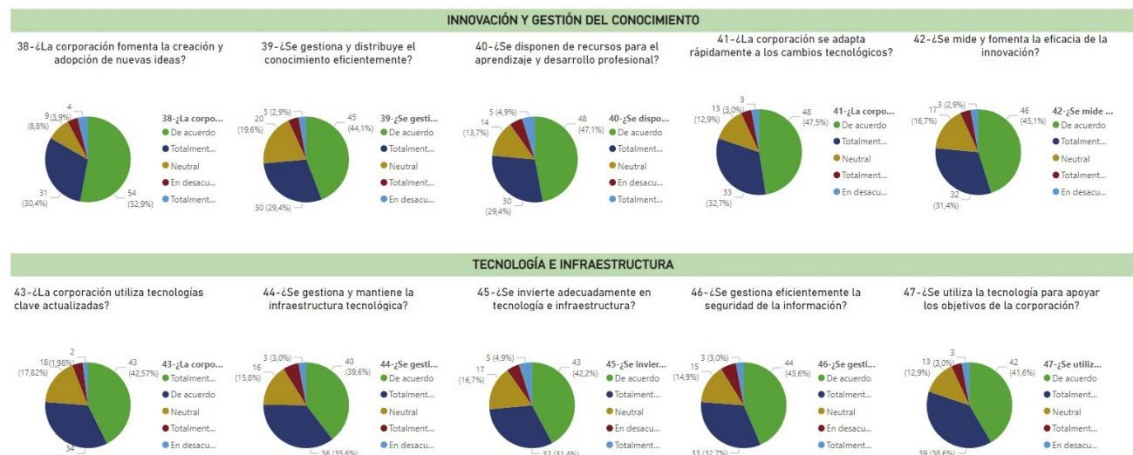
**Nota:** La imagen proporciona una visión detallada de las percepciones del personal de CORPOEDI en las áreas críticas de negocio referenciadas, mediante gráficos circulares basados en una escala Likert. Fuente: elaboración propia.

En Mercadeo y Captación, los resultados revelan una fuerte concordancia en la efectividad de las estrategias de mercadeo y comunicación, con la mayoría indicando acuerdo o total acuerdo. Sin embargo, la promoción del uso de herramientas digitales y redes sociales muestra una proporción notable de respuestas neutras, sugiriendo que podría haber una oportunidad para fortalecer la presencia digital. La promoción de alianzas y seguimiento de la satisfacción de los interesados también reciben respuestas positivas, aunque con margen para incrementar la participación y mejorar las estrategias

de retroalimentación. En la sección de Calidad y Acreditación, el compromiso con la calidad y la búsqueda de acreditaciones es ampliamente reconocido, con altos niveles de acuerdo en que la corporación mantiene un enfoque en la excelencia. No obstante, las respuestas también indican que mantenerse actualizado con las regulaciones y promover una cultura de mejora continua son aspectos que podrían requerir atención adicional para asegurar que los estándares de calidad sigan siendo altos y en conformidad con las prácticas de la industria.

### Ilustración 23

*Distribución de respuestas por categoría de la escala Likert en áreas de Innovación y Gestión del Conocimiento.*



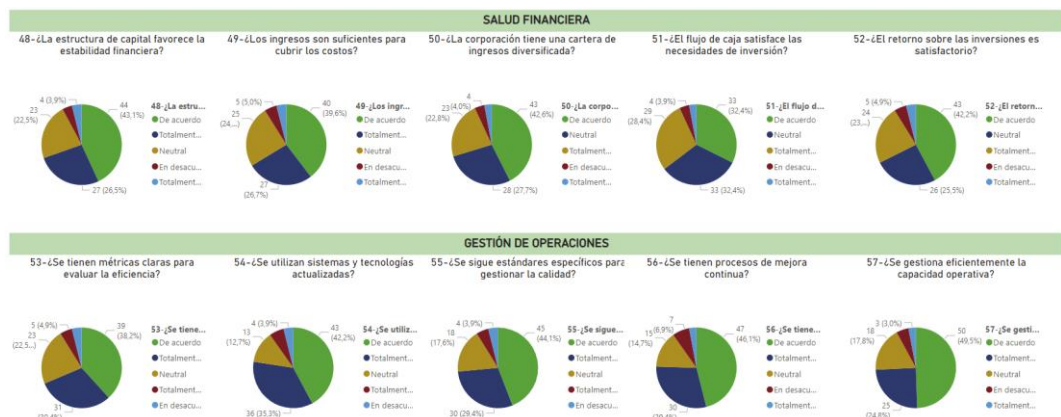
**Nota:** Esta ilustración captura las percepciones en las áreas específicas, cada gráfico circular representa la respuesta a una pregunta evaluando el grado de acuerdo de los encuestados con afirmaciones clave relacionadas con estas áreas. Fuente: elaboración propia.

La mayoría de los encuestados se muestran de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la corporación fomenta la creación y adopción de nuevas ideas, lo cual es esencial para una cultura de innovación proactiva. No obstante, hay una proporción notable de neutralidad en la gestión y distribución del conocimiento y los recursos para

aprendizaje y desarrollo profesional, sugiriendo que puede haber espacio para mejorar en la eficiencia y accesibilidad de estas iniciativas. Los resultados en Tecnología e Infraestructura revelan que hay un reconocimiento positivo en cuanto al uso de tecnologías clave actualizadas y la inversión en infraestructura tecnológica. La gestión de la seguridad de la información y la alineación del uso tecnológico con los objetivos corporativos también reciben respuestas mayoritariamente afirmativas, aunque con cierto margen de neutralidad y desacuerdo, indicando áreas de posible desarrollo y fortalecimiento.

### Ilustración 24

*Distribución de respuestas por categoría de la escala Likert en áreas de Salud Financiera y Gestión de Operaciones.*



**Nota:** La imagen proporciona una representación gráfica de las respuestas obtenidas en las áreas indicadas, mostrando la distribución de las percepciones de encuestados frente a los criterios de valoración utilizados. Fuente: elaboración propia.

Frente a la Salud Financiera, los datos revelan que hay una percepción generalmente positiva sobre la estabilidad financiera de la corporación, con la mayoría de los encuestados indicando acuerdo o total acuerdo en cuanto a la estructura de capital favoreciendo la estabilidad financiera. Sin embargo, hay una división en cuanto a si los ingresos son suficientes para cubrir costos y si el flujo de caja satisface las necesidades

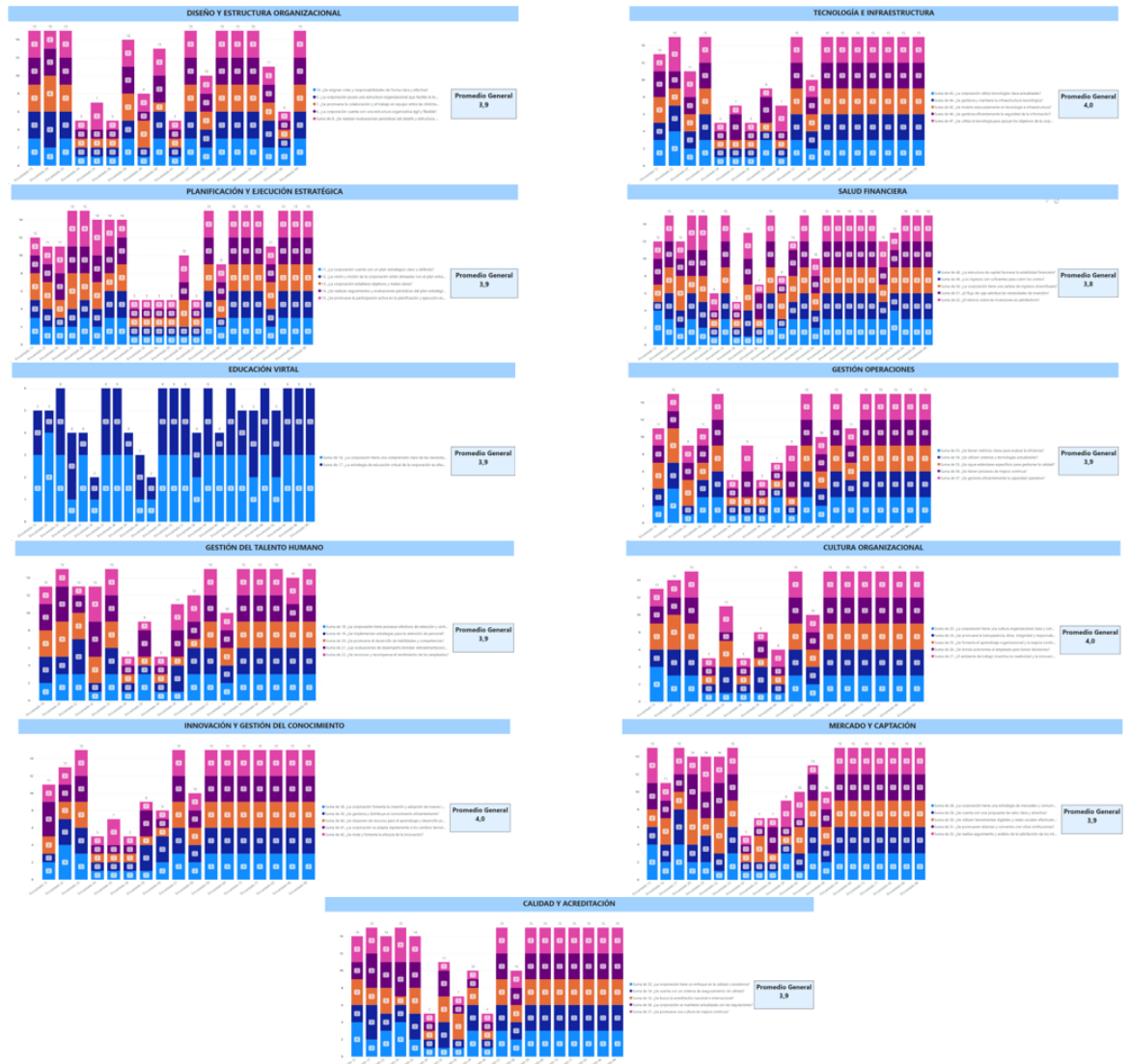
de inversión, lo que sugiere una oportunidad para revisar y potencialmente mejorar la gestión financiera. La diversificación de la cartera de ingresos y la satisfacción con el retorno sobre las inversiones también presentan resultados mixtos, destacando la necesidad de una estrategia financiera más robusta y diversificada. En la gestión de operaciones, los resultados son variados. Hay un consenso sobre la existencia de métricas claras para evaluar la eficiencia operativa y una buena gestión de sistemas y tecnologías actualizadas. No obstante, parece haber un margen de mejora en la adhesión a estándares de calidad y en los procesos de mejora continua, así como en la gestión de la capacidad operativa, esto subraya la importancia de fortalecer los procesos para mantener altos estándares de calidad y eficiencia operativa.

Para concluir este apartado del diagnóstico organizacional de CORPOEDI, se ilustra a través de un conjunto de barras apiladas que representan las evaluaciones individuales de los encuestados en relación con las preguntas clave en cada área organizacional. Las barras multicolores reflejan el grado de acuerdo con cada afirmación, proporcionando así una visualización inmediata de las tendencias en la percepción de los encuestados. Ciertos de ellos han otorgado puntuaciones bajas en algunas áreas, lo cual sugiere que, a pesar del promedio generalmente alto, existen aspectos particulares de la estructura y estrategia organizacional que podrían requerir atención y mejoras, estos resultados son clave para identificar oportunidades específicas de desarrollo y refuerzan la necesidad de estrategias enfocadas en fortalecer algunos procesos e iniciativas dentro de la corporación.

Al presentar tanto el panorama general como los detalles específicos de las respuestas, estos datos cuantitativos proporcionan una base sólida para comprender de manera integral la situación actual y los desafíos enfrentados por CORPOEDI en pro de optimizar su entorno, eficiencia, productividad y competitividad organizacional.

### Ilustración 25

Análisis del promedio general y evaluación detallada por área y resultados con menor puntuación por pregunta - encuestado.



**Nota:** esta visualización se enfoca en detallar el promedio general de las puntuaciones por área y destaca las respuestas con menor puntuación por pregunta y por encuestado. Tabulación en:

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjojMmJkOGMwM2E5NTUxNS00NWRLWEZnN2U0tY2>

[M3ZDEzZTlyNWYzliwidCI6ImRkMzY3ZTM2LWQ1MmUtNGY0ZS05ZmU0LTgyMWM1ZWFhNDFhZCIsImMiOjR9](#)

### **Análisis de los resultados**

Basados en los datos recogidos a través de la encuesta, esta sección tiene como objetivo profundizar en una interpretación detallada de los porcentajes obtenidos, proporcionando no solo un resumen cuantitativo sino también una comprensión cualitativa. El análisis se vincula directamente con los objetivos estratégicos de CORPOEDI, iluminando la eficacia y el impacto de las estrategias desde la perspectiva de varios actores dentro y fuera de la organización.

A partir de las percepciones obtenidas de los datos de la encuesta, se definen categorías de evaluación y se proponen acciones estratégicas específicas para aprovechar las fortalezas y abordar áreas de mejora. Esta sección se alinea estrechamente con los objetivos de planificación estratégica de CORPOEDI, asegurando que el ciclo de retroalimentación de los actores clave informe directamente el refinamiento de las estrategias en curso y futuras.

### ***Estructura Corporativa***

La corporación tiene un enfoque en la calidad y excelencia y posee una estructura organizacional que facilita la toma de decisiones y el flujo de información, afirman los encuestados que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 73% y se realizan evaluaciones periódicas del diseño y estructura organizacional y según los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 48%; en este mismo sentido, los encuestados afirman que están de acuerdo y totalmente de acuerdo, con que la corporación cuenta con un plan estratégico claro y definido según el 64% y la visión y misión de la corporación están alineadas con el plan estratégico afirman estar de acuerdo y totalmente de acuerdo el 58%. La corporación establece objetivos y metas claras responden los encuestados estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 70% y se

realizan seguimientos y evaluaciones periódicas del plan estratégico en un 70%, en la dinámica de una corporación que cuenta con una cultura organizacional clara y coherente con transparencia, ética, integridad y responsabilidad social que fomenta el aprendizaje organizacional y la mejora continua afirman los encuestados estar de acuerdo en un 68%.

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 56% con que la corporación tiene una estrategia de mercadeo y comunicación efectiva y cuenta con una propuesta de valor clara y atractiva según la respuesta de los encuestados que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 42%.

**Tabla 7**

*Resultados de la encuesta sobre el análisis de la estructura corporativa en CORPOEDI.*

<b>Concepto sobre la organización</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>
Posee una estructura organizacional que facilita la toma de decisiones y el flujo de información	<b>73%</b>	<b>27%</b>
Se realizan evaluaciones periódicas del diseño y estructura organizacional	<b>48%</b>	<b>52%</b>
La corporación cuenta con un plan estratégico claro y definido	<b>64%</b>	<b>36%</b>
La visión y misión de la corporación están alineadas con el plan estratégico	<b>58%</b>	<b>42%</b>
La corporación establece objetivos y metas claras	<b>70%</b>	<b>30%</b>

Se realizan seguimientos y evaluaciones periódicas del plan estratégico	<b>70%</b>	<b>30%</b>
La dinámica de una corporación que cuenta con una cultura organizacional clara y coherente con transparencia, ética, integridad y responsabilidad social que fomenta el aprendizaje organizacional y la mejora continua	<b>68%</b>	<b>32%</b>
La corporación tiene una estrategia de mercadeo y comunicación efectiva	<b>56%</b>	<b>44%</b>
La corporación cuenta con una propuesta de valor clara y atractiva	<b>42%</b>	<b>58%</b>

**Nota:** en la tabla se puede evidenciar los resultados obtenidos en porcentaje, sobre la percepción que tienen los encuestados frente a la estructura corporativa de CORPOEDI. Fuente: elaboración propia.

### ***Trabajo Colaborativo y Cooperativo***

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que se promueve la participación activa en la planificación y ejecución estratégica en un 58% y en este mismo sentido, la corporación fomenta la creación y adopción de nuevas ideas y están de acuerdo y totalmente de acuerdo el 74%.

Según los encuestados se promueve la colaboración y el trabajo en equipo entre las distintas áreas y niveles de la organización, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 76% y la corporación cuenta con una estructura organizativa ágil y flexible según el 54%; así mismo, los encuestados afirman que se asignan roles y responsabilidades de forma clara y efectiva, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 67%.

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 71% que se gestiona y distribuye el conocimiento eficiente y en este mismo porcentaje se disponen de recursos para el aprendizaje y desarrollo profesional en el marco de los desarrollos tecnológicos y se mide y fomenta la eficacia de la innovación.

**Tabla 8**

*Resultados de la encuesta sobre el análisis del trabajo colaborativo y cooperativo en CORPOEDI.*

<b>Concepto sobre la organización</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>
Se promueve la participación activa en la planificación y ejecución estratégica	<b>58%</b>	<b>42%</b>
La corporación fomenta la creación y adopción de nuevas ideas	<b>74%</b>	<b>26%</b>
El trabajo en equipo entre las distintas áreas y niveles de la organización	<b>76%</b>	<b>24%</b>
La corporación cuenta con una estructura organizativa ágil y flexible	<b>54%</b>	<b>46%</b>
Se asignan roles y responsabilidades de forma clara y efectiva	<b>67%</b>	<b>33%</b>
Se gestiona y distribuye el conocimiento eficiente	<b>71%</b>	<b>29%</b>
Se disponen de recursos para el aprendizaje y desarrollo profesional en el marco de los desarrollos	<b>71%</b>	<b>29%</b>

tecnológicos y se mide y fomenta la eficacia de la innovación		
---	--	--

**Nota:** en la tabla se puede evidenciar los resultados obtenidos en porcentaje, sobre la percepción que tienen los encuestados frente al trabajo colaborativo y cooperativo en CORPOEDI. Fuente: elaboración propia.

***Lectura de Realidades de Contexto***

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 53% con que la corporación tiene una comprensión clara de las necesidades territoriales en educación a distancia y en cuanto a la estrategia de educación virtual de la corporación es efectiva para satisfacer las demandas educativas territoriales en un 75%.

**Tabla 9**

*Resultados de la encuesta sobre el la lectura que hace CORPOEDI sobre las realidades del contexto.*

<b>Concepto sobre la organización</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>
La corporación tiene una comprensión clara de las necesidades territoriales en educación a distancia	<b>53%</b>	<b>47%</b>
La estrategia de educación virtual de la corporación es efectiva para satisfacer las demandas educativas territoriales	<b>75%</b>	<b>25%</b>

**Nota:** en la tabla se puede evidenciar los resultados obtenidos en porcentaje, sobre la lectura que hace CORPOEDI de las realidades del contexto. Fuente: elaboración propia.

***Proceso de Incorporación a la Organización.***

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 61% con que la corporación tiene procesos efectivos de selección y contratación y que se implementan estrategias para la retención de personal, al igual que con que se promueve el desarrollo de habilidades y competencias y se realizan evaluaciones de desempeño brindan retroalimentaciones claras.

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 48% y se reconoce y recompensa el rendimiento de los empleados, brindando autonomía al empleado para tomar decisiones, al igual que incentiva la creatividad y la innovación.

**Tabla 10**

*Resultados de la encuesta sobre el análisis del proceso de incorporación de personal actual de CORPOEDI.*

<b>Concepto sobre la organización</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>
La corporación tiene procesos efectivos de selección y contratación y que se implementan estrategias para la retención de personal, al igual con que se promueve el desarrollo de habilidades y competencias y se realizan evaluaciones de desempeño que brindan retroalimentaciones claras	<b>61%</b>	<b>39%</b>
Se reconoce y recompensa el rendimiento de los empleados, brindando autonomía al empleado para	<b>48%</b>	<b>52%</b>

tomar decisiones, al igual que incentiva la creatividad y la innovación		
---	--	--

**Nota:** en la tabla se puede evidenciar los resultados obtenidos en porcentaje, sobre el proceso de incorporación de personal actual de CORPOEDI. Fuente: elaboración propia.

***Proyección de la Organización en el Medio.***

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 60% en que se utilizan herramientas digitales y redes sociales efectivamente.

Así mismo, se promueven convenios y alianzas con otras instituciones, están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 54%.

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 55% en que la corporación utiliza tecnologías clave actualizadas y en un 58% gestiona, invierte y mantiene la infraestructura tecnológica, al igual que en su infraestructura de seguridad de la información.

En este mismo sentido, los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 69%, en que la estructura de capital favorece la estabilidad financiera.

**Tabla 11**

*Resultados de la encuesta sobre el análisis de la proyección de CORPOEDI en el medio.*

<b>Concepto sobre la organización</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>
---------------------------------------	---	----------------------

Se utilizan herramientas digitales y redes sociales efectivamente	<b>60%</b>	<b>40%</b>
Se promueven convenios y alianzas con otras instituciones	<b>54%</b>	<b>48%</b>
La corporación utiliza tecnologías clave actualizadas	<b>55%</b>	<b>45%</b>
Gestiona, invierte y mantiene la infraestructura tecnológica, al igual que en su infraestructura de seguridad de la información	<b>58%</b>	<b>42%</b>
La estructura de capital favorece la estabilidad financiera	<b>69%</b>	<b>31%</b>

**Nota:** en la tabla se puede evidenciar los resultados obtenidos en porcentaje, sobre el análisis de la proyección de CORPOEDI en el medio.

Índices de Satisfacción. Fuente: elaboración propia.

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en 41% en que se realiza seguimiento y análisis de la satisfacción de los interesados y se cuenta con un sistema de aseguramiento de calidad que según los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 72% desde una perspectiva que propende por la acreditación nacional e internacional y se mantiene actualizada con las regulaciones, promoviendo una cultura de mejora continua.

**Tabla 12**

*Resultados de la encuesta sobre el índice de satisfacción de CORPOEDI.*

<b>Concepto sobre la organización</b>	<b>De acuerdo y</b>	<b>En desacuerdo</b>
---------------------------------------	---------------------	----------------------

	<b>totalmente de acuerdo</b>	
Se realiza seguimiento y análisis de la satisfacción de los interesados	<b>60%</b>	<b>40%</b>
Se cuenta con un sistema de aseguramiento de calidad propende por la acreditación nacional e internacional y se mantiene actualizada con las regulaciones, promoviendo una cultura de mejora continua	<b>72%</b>	<b>28%</b>

**Nota:** en la tabla se puede evidenciar los resultados obtenidos en porcentaje, sobre el índice de satisfacción de CORPOEDI en el medio. Fuente: elaboración propia.

***Aspectos Económicos y de Sostenibilidad.***

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en 81% ingresos son suficientes para cubrir los costos y en un 84% que la corporación tiene una cartera de ingresos diversificada y el flujo de caja satisface las necesidades de inversión mientras que el 49% está de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el retorno sobre las inversiones es satisfactorio y en el mismo porcentaje se tienen métricas claras para evaluar la eficiencia.

Los encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo en 70% se siguen estándares específicos para gestionar la calidad y se gestiona eficientemente la capacidad operativa.

**Tabla 13**

*Resultados de la encuesta sobre aspectos económicos y de sostenibilidad en CORPOEDI.*

Concepto sobre la organización	De acuerdo y totalmente de acuerdo	En desacuerdo
Los ingresos son suficientes para cubrir los costos	81%	19%
Que la corporación tiene una cartera de ingresos diversificada y el flujo de caja satisface las necesidades de inversión	84%	16%
El retorno sobre las inversiones es satisfactorio y en el mismo porcentaje se tienen métricas claras para evaluar la eficiencia	49%	51%
Se siguen estándares específicos para gestionar la calidad y se gestiona eficientemente la capacidad operativa	70%	30%

**Nota:** en la tabla se puede evidenciar los resultados obtenidos en porcentaje, sobre factores económicos y de sostenibilidad en CORPOEDI. Fuente: elaboración propia.

Para identificar tendencias generales en las respuestas de la encuesta, se puede observar que el promedio general de todas las áreas o componentes y sus preguntas es del 3,9%, lo cual sugiere que, en promedio, las respuestas tienden a estar en la categoría de "De acuerdo" en la escala de Likert utilizada. En términos generales, las respuestas tienden a reflejar una percepción positiva hacia la propuesta del modelo de dirección estratégica de la Corporación CORPOEDI, sin embargo, es importante tener en cuenta que existen variaciones en las respuestas a lo largo de las preguntas, y algunas áreas –

preguntas específicas pueden haber recibido evaluaciones más altas o bajas. Las áreas o componentes relevantes que requieren mejoras significativas de acuerdo con los resultados obtenidos son las siguientes:

**Tabla 14**

*Análisis general de resultados de la encuesta, teniendo en cuenta todos los aspectos evaluados.*

<b>Estructura corporativa</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>
Se realizan evaluaciones periódicas del diseño y estructura organizacional	48%	52%
La visión y misión de la corporación están alineadas con el plan estratégico	58%	42%
La corporación tiene una estrategia de mercadeo y comunicación efectiva	56%	44%
La corporación cuenta con una propuesta de valor clara y atractiva	42%	58%
<b>Trabajo colaborativo y cooperativo</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>

Se promueve la participación activa en la planificación y ejecución estratégica	<b>58%</b>	<b>42%</b>
La corporación cuenta con una estructura organizativa ágil y flexible	<b>54%</b>	<b>46%</b>
<b>Lectura de realidades de contexto</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>
La corporación tiene una comprensión clara de las necesidades territoriales en educación a distancia	<b>53%</b>	<b>47%</b>
<b>Proceso de incorporación a la organización</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>
Se reconoce y recompensa el rendimiento de los empleados, brindando autonomía al empleado para tomar decisiones, al igual que incentiva la creatividad y la innovación	<b>48%</b>	<b>52%</b>
<b>Proyección de la organización en el medio</b>	<b>De acuerdo y</b>	<b>En desacuerdo</b>

	<b>totalmente de acuerdo</b>	
Se promueven convenios y alianzas con otras instituciones	<b>54%</b>	<b>48%</b>
La corporación utiliza tecnologías clave actualizadas	<b>55%</b>	<b>45%</b>
<b>Aspectos económicos y de sostenibilidad</b>	<b>De acuerdo y totalmente de acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>
El retorno sobre las inversiones es satisfactorio y en el mismo porcentaje se tienen métricas claras para evaluar la eficiencia	<b>49%</b>	<b>51%</b>

**Nota:** en la tabla se puede evidenciar los resultados generales obtenidos en porcentaje, sobre todos los aspectos evaluados y mencionados específicamente en las tablas anteriores. Fuente: elaboración propia.

Estos hallazgos ofrecen una guía clara para la implementación de mejoras estratégicas en las áreas mencionadas, enfocándose en fortalecer la estructura organizativa, fomentar la colaboración, comprender mejor las necesidades contextuales, mejorar los procesos de incorporación, fortalecer la proyección en el medio y optimizar los aspectos económicos y de sostenibilidad. La acción proactiva y la atención a estas áreas críticas serán fundamentales para el crecimiento y la eficacia continua de CORPOEDI.

En relación con las preguntas que tuvieron una menor puntuación por parte de los 103 encuestados en cada una de las áreas o componentes organizacionales evaluados, se destaca que solo 20 personas (19,4% de la población total) calificaron con un nivel de bajo las preguntas planteadas en cada una de éstas. Estos hallazgos son esenciales para que la corporación formule acciones correctivas y estrategias de mejora continua interna, enfocándose en las áreas que requieren mayor atención y capitalizando sus fortalezas existentes, así:

**Tabla 15**

*Calificación promedio de resultados de la encuesta, teniendo en cuenta todos los aspectos evaluados.*

Área o componente	Promedio general	Encuestados que calificaron “bajo”							
A. DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	3,9	E34	E35	E36	E39	E41	E58	E77	E86
B. PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN ESTRATÉGICA	3,9	E13	E25	E26	E34	E35	E36	E39	E40
		E41	E58	E77					
C. EDUCACIÓN VIRTUAL	3,9	E34	E35	E36	E39	E40	E41	E58	E60
D. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	3,9	E34	E35	E36	E39	E40	E58		
E. CULTURA ORGANIZACIONAL	4,0	E34	E35	E36	E39	E40	E58		
F. MERCADEO Y CAPTACIÓN	3,9	E16	E34	E35	E36	E39	E40	E58	
G. CALIDAD Y ACREDITACIÓN	3,9	E35	E35	E36	E39	E40	E58		

H. INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	4,0	E12	E34	E35	E36	E39	E40	E58	
I. TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA	4,0	E32	E34	E35	E36	E39	E40	E58	
J. SALUD FINANCIERA	3,8	E8	E12	E22	E32	E34	E36	E39	E40
		E58							
K. GESTIÓN DE OPERACIONES	3,9	E12	E22	E32	E34	E35	E36	E39	E40
		E58	E60						

**Nota:** en la tabla se puede evidenciar los resultados generales obtenidos en promedio, sobre todos los aspectos evaluados y mencionados específicamente en las tablas anteriores. Fuente: elaboración propia.

Este indicador evidencia que las dos áreas o componentes que precisan mayor atención al haber recibido la cantidad más alta de votaciones negativas son las de PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN ESTRATÉGICA (con 11 calificaciones en bajo) y SALUD FINANCIERA (con 9 calificaciones en bajo) ambas con un promedio general de 3,9 y 3,8 respectivamente según la escala de calificación Likert. Al cruzarlas con las categorías de evaluación propuestas y analizadas en el punto anterior, el nivel de calificación en estado "en desacuerdo" se encuentra en un promedio del 50% sobre el promedio del total de la encuesta y el promedio general de estas calificaciones bajas solo representa el 1,6%, lo cual sigue mostrando una percepción bastante positiva y favorable para avanzar en la propuesta de diseño y formulación del modelo de direccionamiento estratégico para la Corporación CORPOEDI.

### Tabla 16

*Hallazgos finales y porcentajes de aceptación de los componentes evaluados en la encuesta.*

<b>Estructura corporativa</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Oportunidad de mejora</b>
Se realizan evaluaciones periódicas del diseño y estructura organizacional	<b>52%</b>	Implementar un proceso sistemático de evaluación de la estructura organizativa para ajustarla a las necesidades cambiantes del mercado y asegurar su eficiencia
La visión y misión de la corporación están alineadas con el plan estratégico	<b>42%</b>	Revisar y comunicar de manera más efectiva la visión y misión de la corporación para garantizar una comprensión clara y alineación con el plan estratégico a implementar
La corporación tiene una estrategia de mercadeo y comunicación efectiva	<b>44%</b>	Desarrollar e implementar estrategias de mercadeo y comunicación masivas y pertinentes, basadas en la retroalimentación de los encuestados y públicos de interés, para mejorar la percepción y participación
La corporación cuenta con una propuesta de valor clara y atractiva	<b>58%</b>	Reforzar y clarificar la propuesta de valor de la corporación, destacando los beneficios únicos que ofrece y ajustándola según las

		expectativas de los colaboradores e interesados
<b>Trabajo colaborativo y cooperativo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Oportunidad de mejora</b>
Se promueve la participación activa en la planificación y ejecución estratégica	<b>42%</b>	Implementar iniciativas que fomenten la participación activa de los empleados en la planificación estratégica, como sesiones de lluvia de ideas y grupos de trabajo colaborativos y co-creativos
La corporación cuenta con una estructura organizativa ágil y flexible	<b>46%</b>	Evaluar y ajustar la estructura organizativa para hacerla más ágil y flexible, facilitando así una respuesta rápida a los cambios del mercado y entorno empresarial
<b>Lectura de realidades de contexto</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Oportunidad de mejora</b>
La corporación tiene una comprensión clara de las necesidades territoriales en educación a distancia	<b>47%</b>	Establecer un proceso de investigación más profundo para comprender las necesidades territoriales específicas, involucrando a la comunidad y adaptando las iniciativas

		educativas y digitales en consecuencia
<b>Proceso de incorporación a la organización</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Oportunidad de mejora</b>
Se reconoce y recompensa el rendimiento de los empleados, brindando autonomía al empleado para tomar decisiones, al igual que incentiva la creatividad y la innovación	<b>52%</b>	Implementar programas de reconocimiento y recompensas más efectivos, ofrecer mayor autonomía a los colaboradores y fomentar un entorno que promueva la creatividad e innovación
<b>Proyección de la organización en el medio</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Oportunidad de mejora</b>
Se promueven convenios y alianzas con otras instituciones	<b>48%</b>	Fortalecer las iniciativas de promoción y desarrollo de alianzas con otras instituciones para ampliar la red y maximizar oportunidades de colaboración, crecimiento y proyección
La corporación utiliza tecnologías clave actualizadas	<b>45%</b>	Actualizar las tecnologías clave y ofrecer formación continua para asegurar que el personal esté al tanto de las últimas tendencias,

		herramientas y buenas prácticas tecnológicas
Aspectos económicos y de sostenibilidad	En desacuerdo	Oportunidad de mejora
El retorno sobre las inversiones es satisfactorio y en el mismo porcentaje se tienen métricas claras para evaluar la eficiencia	51%	Refinar y comunicar claramente las métricas utilizadas para evaluar la eficiencia y el retorno sobre inversiones, garantizando así una comprensión compartida, sostenibilidad y un seguimiento más efectivo

**Nota:** aquí se podrán evidenciar la evaluación final de cada uno de los componentes evaluados en la encuesta, algunas oportunidades de mejora y un porcentaje de aceptación. Fuente: elaboración propia.

Frente a estas acciones específicas, se recomienda que la Corporación defina un plan de seguimiento y evaluación para garantizar que las acciones de mejora se implementen de manera efectiva y se evalúe su impacto en el mediano y largo plazo. Las recomendaciones estratégicas que se relacionan a continuación buscan abordar tanto aspectos internos como externos de la corporación, fortaleciendo su posición en el mercado y su capacidad para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en un entorno empresarial dinámico:

- Implementación de programas de desarrollo organizacional: desarrollar programas de desarrollo organizacional que fomenten la adaptabilidad, la

resiliencia y la innovación, asegurando que los colaboradores estén preparados para los cambios internos y externos de la corporación.

- Establecimiento de un sistema continuo de retroalimentación: implementar un sistema continuo de retroalimentación, tanto interno como externo, para capturar percepciones y opiniones en tiempo real, facilitando la toma de decisiones ágil y la mejora constante.
- Evaluación periódica de alianzas estratégicas: establecer un proceso de evaluación periódica de las alianzas estratégicas existentes para asegurar su alineación con los objetivos corporativos y maximizar los beneficios mutuos.
- Desarrollo de capacidades tecnológicas: invertir en el desarrollo de las capacidades tecnológicas del personal, asegurando que estén actualizados con las últimas tendencias y herramientas, lo que fortalecerá la capacidad de adaptación y competitividad.
- Implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE): incorporar prácticas de RSE en las operaciones diarias para fortalecer la imagen corporativa, construir relaciones sólidas con la comunidad y alinear la corporación con valores éticos y sociales.
- Desarrollo de un sistema de indicadores de desempeño: establecer un sistema de indicadores de desempeño clave (KPIs) que permita medir de manera cuantitativa el progreso hacia los objetivos estratégicos, facilitando la toma de decisiones basada en datos.

## **Plan de Intervención**

### **Desarrollo del Modelo de Direccionamiento Estratégico**

El presente plan estratégico representa la hoja de ruta que le permitirá a CORPOEDI alcanzar sus objetivos a corto, mediano y largo plazo en un entorno empresarial dinámico y competitivo. Diseñado tras un exhaustivo análisis interno y externo, este plan está fundamentado en una comprensión profunda de los desafíos y oportunidades que enfrenta la educación digital y la transformación tecnológica.

En un mundo donde la innovación y la adaptabilidad son cruciales, CORPOEDI busca consolidar su posición en el sector de la educación digital, a través de la innovación tecnológica, pero, con una combinación de estrategias proactivas, inversiones inteligentes y un enfoque centrado en la educación integral a través de herramientas tecnológicas y un desarrollo responsable y sostenible. Lo cual se logrará alcanzar a través de estrategias como la innovación educativa, el fortalecimiento de alianzas estratégicas en el entorno digital, la ciberseguridad como pilar fundamental y el compromiso con el desarrollo regional a través de propuestas y consolidación de programas de educación continua integrales y de mayor acceso para todas las comunidades.

En este sentido, se ha realizado un análisis estratégico que abarca tanto los factores internos como externos que afectan la corporación, el cual proporciona una visión completa de las fortalezas y debilidades internas, así como de las oportunidades y amenazas que se enfrentan en el entorno externo. A través de la evaluación del panorama interno y la comprensión de los factores externos que influyen en el negocio, se obtienen suficientes argumentos para tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias efectivas que impulsen el crecimiento y éxito de CORPOEDI.

A continuación, se detallan los resultados del análisis DOFA, análisis PESTEL, las matrices EFI, EFE y el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, ofreciendo una visión

profunda y estructurada de los desafíos y oportunidades que se enfrentan como organización, así como las fuerzas que moldean el entorno competitivo y regulatorio. Este análisis estratégico cimienta las bases para el desarrollo de un plan estratégico que guiará la toma de decisiones informadas para el futuro de CORPOEDI, frente al cual las anteriores matrices han sido fundamentales y proporcionan una perspectiva exhaustiva de los factores internos y externos que impactan la organización.

Estas herramientas, enriquecidas con datos del diagnóstico organizacional y soportadas en metodologías de planificación estratégica contemporáneas y la integración con analítica de datos, posibilitan el alineamiento de las estrategias con un mapa estratégico cohesivo y relevante.

### **Formulación de la Dirección Estratégica**

La Matriz DOFA, desglosada en las matrices EFE y EFI, ha permitido detectar los factores críticos que influyen el posicionamiento de CORPOEDI en el ámbito educativo digital. Utilizando las matrices EFI y EFE, complementadas por los análisis PESTEL y de las 5 Fuerzas de Porter, se obtiene una visión clara de las dinámicas internas y externas que influyen la dirección estratégica.

Los análisis EFI y EFE revelan que CORPOEDI posee un puntaje de 2,80 en factores internos, lo cual refleja que, mientras la organización exhibe una operatividad eficiente, hay un espacio significativo para mejorar y optimizar las operaciones, estrategias y políticas. En los factores externos, un puntaje de 5,05 señala que CORPOEDI está capitalizando exitosamente las oportunidades externas significativas, mostrando una respuesta estratégica efectiva ante las tendencias del mercado y las demandas del entorno educativo.

A través de la Matriz EFI, se han identificado áreas de fortaleza dentro de CORPOEDI, tales como la robustez de su infraestructura digital y la eficacia de su liderazgo, lo cual se refleja en una gestión educativa digital experimentada y exitosa. No

obstante, también se ha reconocido la necesidad de mejorar la sinergia entre las diversas áreas y programas, destacándose como una oportunidad de crecimiento y fortalecimiento organizacional.

La Matriz EFE, por su parte, permite comprender cómo los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales impactan a CORPOEDI. Las políticas de becas y subsidios gubernamentales, la demanda creciente de habilidades digitales y la aceptación generalizada de la educación digital como una modalidad efectiva son oportunidades que se están aprovechando. Al mismo tiempo, la organización es consciente de las amenazas, como la inestabilidad económica y la competencia creciente, que requieren una gestión estratégica proactiva y adaptable.

Esta evaluación multifacética ha sentado las bases para la alineación de las estrategias a través de un mapa estratégico que no solo considera la posición actual de CORPOEDI, sino que también planifica proactivamente para el futuro. La conversión de las escalas de priorización y los procedimientos de ponderación son coherentes con la metodología de evaluación interna de la organización, asegurando que cada estrategia seleccionada responda con precisión a las necesidades y requisitos actuales de esta.

Con estos resultados, se procede a detallar las líneas estratégicas que guiarán la futura acción de CORPOEDI y se definirá el mapa estratégico que alineará los objetivos operativos y estratégicos con su visión a largo plazo. Este proceso garantiza que las decisiones tomadas hoy respaldarán un futuro sostenible y próspero para la corporación educativa.

En el desarrollo del modelo de direccionamiento estratégico para CORPOEDI, se han identificado variables clave a partir del análisis EFI y EFE, que han permitido destacar las fortalezas y debilidades internas junto con las oportunidades y amenazas del entorno, entre estos factores se destacan:

- La presentación de las variables clave para el direccionamiento estratégico se basa en el liderazgo experimentado, la eficiencia operativa, la robustez de la infraestructura digital, y la adaptabilidad estratégica frente a los cambios del entorno educativo y tecnológico. Se pone especial énfasis en la importancia de las alianzas estratégicas, la estabilidad financiera, y el desarrollo y actualización continua de programas que reflejen las demandas actuales del mercado.
- El diseño del modelo estratégico se concibe con un enfoque holístico que abarca componentes como la estructura organizacional, la planificación estratégica, y la tecnología e infraestructura. Se integran herramientas como la educación virtual y la gestión del conocimiento para fomentar la innovación y la calidad académica. Este diseño contempla los procesos y herramientas necesarios para una implementación efectiva y una gestión adaptativa y proactiva.
- Las decisiones de diseño se justifican a partir del diagnóstico organizacional y del marco teórico, que evidencian la necesidad de un modelo que no solo responda a las exigencias actuales, sino que también se anticipe a los desafíos futuros. La solidez de la propuesta se apoya en la participación de los directivos y en el consenso obtenido para garantizar la alineación de los componentes estratégicos con los objetivos a largo plazo de CORPOEDI.

### **Análisis Estratégico**

La matriz DOFA completa, junto con las estrategias derivadas, se presenta en los anexos y refleja un abanico de estrategias que responden a la combinación de fortalezas,

debilidades, oportunidades y amenazas, no obstante, los resultados obtenidos en su aplicación son los siguientes:

**Tabla 17**

*Resultados estratégicos obtenidos en la aplicación de la matriz DOFA.*

ESTRATEGIA DE FORTALEZAS (+) / OPORTUNIDADES (+) - FO	ESTRATEGIA DE DEBILIDADES (-) / OPORTUNIDADES (+) - DO
Investigación y colaboración continua con entidades gubernamentales y corporativas para impulsar la educación ETDH digital a nivel regional y nacional.	Implementación de procesos de mejora de colaboración y sinergias entre diferentes departamentos y programas para aprovechar oportunidades externas.
Mejorar la comunicación de la visión y misión para alinearlas con el plan estratégico a diseñar e implementar.	Desarrollo de estrategias de mercadeo y captación de estudiantes más efectivas para mejorar el reconocimiento y la reputación en el mercado educativo.
Posibilidad de obtener financiamiento externo e inversores para mejorar la infraestructura tecnológica y los programas de formación, expandiendo redes y maximizando colaboraciones y crecimiento.	Exploración de fuentes alternativas de financiamiento y generación de ingresos para superar limitaciones financieras y de recursos
Aumento de la conciencia sobre la importancia de la educación continua y el desarrollo profesional a lo largo de la vida.	Mejora de la infraestructura tecnológica y capacidad de expansión física para aprovechar la creciente demanda de educación digital.

ESTRATEGIA DE FORTALEZAS (+) / AMENAZAS (-) - FA	ESTRATEGIA DE DEBILIDADES (-) / AMENAZAS (-) - DA
<p>Adaptación rápida a los cambios normativos gubernamentales para garantizar la certificación y acreditación de los programas educativos.</p>	<p>Implementación de procesos de mejora de colaboración y sinergias entre diferentes departamentos y programas para enfrentar las amenazas de cambios frecuentes en políticas educativas.</p>
<p>Diversificación de las fuentes de financiamiento y reducción de la dependencia de fuentes externas para mitigar posibles dificultades financieras.</p>	<p>Desarrollo de estrategias de mejora de procesos administrativos y gestión del cambio organizacional para superar las amenazas de resistencia al cambio y dificultades en la implementación de nuevas prácticas.</p>
<p>Desarrollo de alianzas estratégicas con organizaciones líderes en tecnología y educación para fortalecer la estabilidad financiera y la reputación institucional ante posibles fluctuaciones económicas y amenazas competitivas.</p>	<p>Implementación de programas de capacitación para fortalecer habilidades del personal y facilitar adaptación a cambios normativos y tecnológicos, mejorando la implementación de nuevas prácticas.</p>
<p>Desarrollo de estrategias de retención de estudiantes y contratación de personal altamente calificado para contrarrestar las amenazas de baja retención y limitaciones en la contratación.</p>	<p>Implementación de un sistema de comunicación interna para difundir información sobre cambios en políticas y prácticas, promoviendo la colaboración y adaptación del personal.</p>

**Nota:** en esta tabla se referencian las estrategias de fortalezas y debilidades para las oportunidades y amenazas resultantes en la aplicación de la Matriz DOFA. Fuente: elaboración propia.

### **Mapa de despliegue estratégico**

La formulación del mapa de despliegue estratégico que se propone como objetivo general del proyecto para la Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano "CORPOEDI" es una herramienta clave para visualizar y comunicar eficazmente la estrategia organizacional. Su diseño y estructuración tienen como objetivo principal ofrecer una herramienta visual que facilite la comunicación clara y concisa de la estrategia de una organización. Este mapa representa una visión integral de la estrategia, destacando la interrelación entre los diferentes componentes estratégicos.

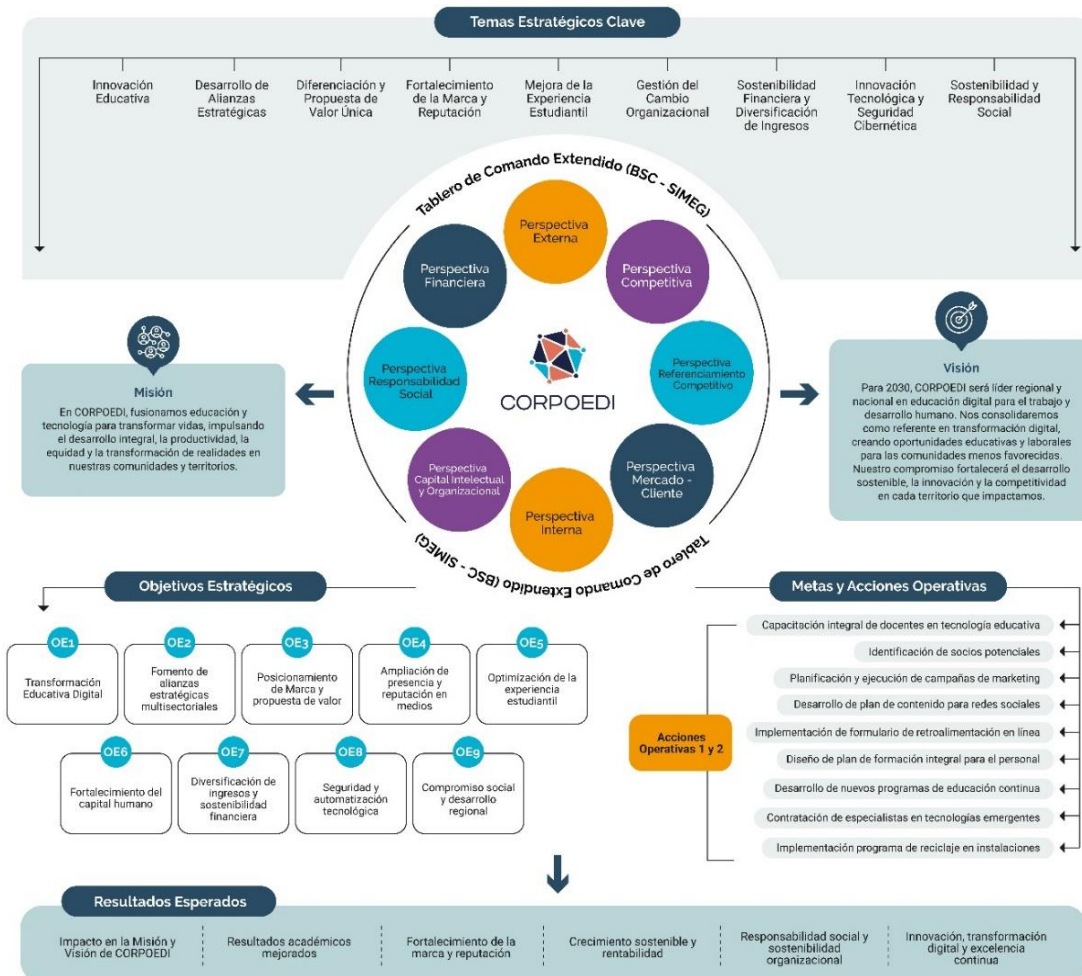
Este mapa se integra directamente con los objetivos específicos y el modelo de direccionamiento estratégico propuesto, actuando como el esqueleto sobre el cual se construye y se articula el modelo. Cada elemento del mapa –desde la misión y visión hasta las metas y acciones específicas– se deriva de un análisis profundo de las necesidades, capacidades y aspiraciones de la corporación. Este enfoque garantiza que:

- La estrategia general se basa en un entendimiento compartido y cohesivo de la dirección futura de CORPOEDI.
- Los objetivos estratégicos reflejen tanto las aspiraciones de largo plazo como los requisitos operativos inmediatos, asegurando relevancia y aplicabilidad.
- Las estrategias y acciones se diseñen con un enfoque en la implementación práctica, lo que facilita la transición del modelo teórico a la ejecución real.

Esta propuesta estratégica, detalla cómo CORPOEDI planea alcanzar sus objetivos estratégicos y su visión a largo plazo. Los Temas Estratégicos Clave forman la base sobre la cual se desarrolla el plan estratégico, orientando el desarrollo de objetivos y acciones. El BSC – SIMEG, en el corazón del mapa, integra diversas perspectivas para crear una estrategia cohesiva y balanceada. La Misión y Visión de proporcionan dirección y propósito, mientras que los Objetivos Estratégicos establecen metas claras en línea con estos principios fundamentales. Las Metas y Acciones Operativas son pasos concretos para lograr los objetivos, y los Resultados Esperados son el criterio de éxito para medir la efectividad del modelo de direccionamiento estratégico.

### **Ilustración 26**

*Mapa de despliegue estratégico CORPOEDI.*



**Nota:** representa visualmente la estrategia integral de CORPOEDI, mostrando cómo los diferentes temas estratégicos clave, objetivos, estrategias, metas y acciones operativas se relacionan entre sí para lograr el éxito organizacional. Fuente: elaboración propia.

Revisemos ahora de manera detallada la explicación de cada uno de los elementos clave que integran el mapa de despliegue estratégico propuesto:

- **Temas Estratégicos Clave:** representan las áreas de enfoque que CORPOEDI ha identificado como cruciales para su éxito y sostenibilidad. Incluyen innovación educativa, alianzas estratégicas, diferenciación,

fortalecimiento de marca, mejora de la experiencia estudiantil, gestión del cambio, sostenibilidad financiera y diversificación de ingresos, e innovación tecnológica y seguridad cibernética.

- **Tablero de Comando Extendido (BSC - SIMEG):** situado en el centro del mapa, este tablero articula la estrategia de CORPOEDI en cuatro perspectivas: financiera, cliente, procesos internos y aprendizaje/crecimiento. Actúa como el núcleo que vincula todos los elementos del mapa.

#### **Perspectivas del BSC - SIMEG:**

- **Financiera:** metas relacionadas con la salud financiera y la sostenibilidad económica de CORPOEDI.
  - **Cliente:** enfoque en la experiencia y satisfacción del cliente, esencial para el crecimiento y la reputación de la organización.
  - **Procesos Internos:** eficiencia y efectividad de los procesos internos para cumplir con las metas y expectativas.
  - **Aprendizaje y Crecimiento:** desarrollo de capacidades y habilidades, cultura organizacional y alineación de recursos humanos con la estrategia.
- **Misión y Visión:** la misión de CORPOEDI resalta su compromiso con la transformación de vidas a través de la educación y la tecnología, y su visión proyecta a la organización como líder en educación digital.
  - **Objetivos Estratégicos (OE):** enumera los objetivos estratégicos específicos (OE1 a OE9), que son metas de alto nivel diseñadas para dirigir la organización hacia la realización de su misión y visión.
  - **Metas y Acciones Operativas:** las acciones específicas que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos estratégicos, tales como la capacitación

de docentes en tecnología educativa, identificación de socios potenciales y campañas de marketing.

- **Resultados Esperados:** describe los impactos deseados de la estrategia de CORPOEDI, incluyendo mejoras académicas, fortalecimiento de marca, crecimiento sostenible y retorno de inversión, y responsabilidad social.

La matriz de despliegue estratégico completa puede ser observada en los anexos de este documento.

### **Tablero de Comando Extendido (BSC – SIMEG)**

El Tablero de Comando Extendido (BSC – SIMEG), que toma como referencia inicial el Balanced Scorecard concebido por Kaplan y Norton (1996), ha sido redefinido y ampliado en la propuesta integral de Serna (2014), en su obra *Gerencia Estratégica: Teoría-Metodología-Mapas estratégicos Índices de gestión-Alineamiento Ejecución estratégica*, en la cual se expone que la idiosincrasia de cada entidad y el marco utilizado en su planeación estratégica dictan las dimensiones y las métricas que componen su sistema de evaluación de gestión. Por lo tanto, "cada institución debe diseñar un sistema de medición personalizado que se acople a su dirección estratégica y al dinamismo del entorno en el que opera" (p. 299). En este sentido, Serna (2014), expande el modelo tradicional para abarcar siete perspectivas esenciales que comprenden:

- a. La perspectiva externa, que evalúa el entorno macroeconómico y las influencias externas.
- b. La perspectiva competitiva, basada en el modelo de las 5 Fuerzas de Porter, para analizar la posición competitiva de la organización.
- c. La perspectiva financiera, centrada en la salud financiera y la rentabilidad.

- d. La perspectiva del mercado y del cliente, que mide la percepción y el valor aportado a los clientes.
- e. La perspectiva interna, que examina los procesos y la eficiencia operativa.
- f. La perspectiva del capital intelectual, que abarca el aprendizaje organizacional, la innovación y el crecimiento.
- g. La perspectiva de la responsabilidad social, que contempla el compromiso de la organización con los estándares éticos, la comunidad y el medio ambiente.

Este enfoque multidimensional del BSC – SIMEG propuesto por Serna (2014) permite a CORPOEDI integrar y alinear sus estrategias no solo en función de los objetivos tradicionales, sino también incorporando una visión holística del impacto y el valor organizacional en un espectro más amplio.

Cuando las directivas de CORPOEDI asuman la implementación del modelo de direccionamiento estratégico propuesto, será imprescindible también establecer estrategias y herramientas adecuadas para el seguimiento, evaluación y control de la implementación de este tablero y del modelo en sí. Estas medidas asegurarán que el modelo no solo se implemente de manera efectiva, sino que también se ajuste y se mejore continuamente en respuesta a la retroalimentación y los cambios en el entorno operativo de la organización.

### **Ilustración 27**

*Tablero de comando extendido BSC – SIMEG (Balanced Scorecard).*

CATEGORÍA DE RESULTADOS	MAPA ESTRATÉGICO	DISEÑO ESTRATÉGICO	OBJETIVO	TABLERO DE COMANDO ESTENDIDO (BSC - SIMGRI CORPOEDI)		META	FRECUENCIA						
				INDICADORES DE GESTIÓN	BASE (KPI)								
FINANCIERA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL		1	Diversificar Fuentes de Ingreso	1	Crear líneas de negocio	1	Ingresos Totales	1	Alcanzar un 100% de ejecución de nuevos líneas de negocio en el primer año fiscal	1	Trimestral		
		2	Mejorar Eficiencia Financiera	2	Optimizar procesos financieros	2	Índice de Eficiencia Financiera	2	Cuentas Operativas Totales	2	Reducir el índice de eficiencia financiera en un 10% en los próximos dos años	2	Trimestral
		3	Optimizar Costos Operativos	3	Reducir gastos operacionales	3	Porcentaje de Reducción de Gastos no Operativos	3	Gastos Operativos Totales	3	Reducir los gastos no operativos en un 20% en el primer año	3	Trimestral
		4	Promover Inversión Educativa	4	Ampliar acceso a la educación	4	Tasa de Participación de Estudiantes en Programas Educativos	4	Número Total de Estudiantes Matriculados	4	Aumentar la tasa de participación en un 25% en el primer año	4	Trimestral
		5	Implementar Prácticas Sostenibles	5	Reducir huella ambiental	5	Índice de Huella Ambiental	5	Toneladas de Emisiones de CO2	5	Reducir las emisiones de CO2 en un 30% en el primer año	5	Semanal
		6	Fomentar Responsabilidad Ambiental	6	Impulsar iniciativas ecológicas	6	Número de Iniciativas Ecológicas Implementadas	6	Total de Ingresos Ecológicos	6	Implementar al menos 10 proyectos innovadores ecológicos en el primer año fiscal	6	Anual
CLIENTES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL		1	Establecer relaciones sólidas	1	Establecer alianzas con instituciones educativas	1	Porcentaje de cumplimiento de acuerdos con aliados estratégicos	1	Total de Aliados Estratégicos	1	Establecer un 100% de cumplimiento de los acuerdos firmados en el primer año fiscal	1	Trimestral
		2	Escuchar la voz del cliente	2	Establecer relaciones con usuarios del sector tecnológico	2	Número de nuevas alianzas establecidas	2	Índice de Satisfacción del Cliente	2	Establecer alianzas con usuarios en el primer año calendario	2	Anual
		3	Mejorar la calidad del servicio	3	Establecer colaboraciones con empresas gubernamentales	3	Índice de satisfacción de los aliados estratégicos	3	Encuestas de Satisfacción de Aliados	3	Mantener un índice de satisfacción superior al 80% en los próximos dos años	3	Semanal
		4	Mejorar la satisfacción estudiantil	4	Implementar programas de tutoría personalizada	4	Índice de satisfacción estudiantil	4	Encuestas de Satisfacción Estudiantil	4	Aumentar el índice de satisfacción del 85% en el primer año académico	4	Trimestral
		5	Proporcionar la experiencia de aprendizaje	5	Desarrollar un plan de innovación continua	5	Tasa de retención estudiantil	5	Total de Evaluaciones Manuscritas	5	Aumentar la tasa de retención en un 15% en el primer año académico	5	Anual
		6	Aumentar la retención estudiantil	6	Ofrecer apoyos e incentivos académicos	6	Porcentaje de estudiantes participantes en actividades extracurriculares	6	Total de Evaluaciones Hechas en actividades extracurriculares	6	Aumentar la participación en actividades extracurriculares en un 20%	6	Trimestral
PROCESOS INTERNOS Y PRODUCTIVIDAD		1	Aumentar la capacidad de procesos documentados	1	Aumentar la cantidad de procesos documentados	1	% Procesos Documentados	1	Número de Procesos Documentados	1	Aumentar la cantidad de procesos documentados en un 20%	1	Semanal
		2	Desarrollar productos documentados	2	Crear productos documentados	2	Número de productos documentados	2	Total de nuevos productos documentados	2	Mantener al menos 3 productos documentados por año	2	Anual
		3	Mejorar la calidad del servicio	3	Comenzar la calidad del servicio	3	Calidad del servicio percibida por los clientes	3	Encuestas de satisfacción de clientes	3	Realizar un índice de satisfacción superior al 80% o superior	3	Trimestral
		4	Posicionamiento de marca	4	Mejorar el posicionamiento de la marca	4	Índice de posicionamiento de la marca	4	Estudios de percepción de la marca	4	Mantener un índice de posicionamiento superior al 70%	4	Anual
		5	Gestión de la reputación	5	Gestionar pacientemente la reputación	5	Índice de reputación de la marca	5	Análisis de redes y redes sociales	5	Mantener un índice de reputación superior al 80%	5	Trimestral
		6	Ampliación del reconocimiento	6	Aumentar el reconocimiento de la marca	6	Cobertura mediática (presencia en redes sociales)	6	Número de menciones en redes sociales	6	Aumentar la cobertura en un 20%	6	Trimestral
CAPITAL INTELLECTUAL Y ORGANIZACIONAL		1	Fomentar la innovación educativa	1	Fomentar la adopción de prácticas innovadoras en la educación	1	Porcentaje de adopción de prácticas innovadoras en el primer año	1	Encuestas de adopción de innovación	1	Alcanzar un 100% de adopción adoptando prácticas innovadoras	1	Semanal
		2	Mejorar continua de la tecnología	2	Actualizar y optimizar la infraestructura tecnológica	2	Tasa de innovación de la infraestructura tecnológica	2	Número de actualizaciones realizadas	2	Mantener una tasa de actualización del 80%	2	Trimestral
		3	Fortalecimiento de la diversidad	3	Fomentar la implementación de prácticas de diversidad	3	Índice de diversidad organizacional	3	Resultados de auditorías de diversidad	3	Mantener un índice de diversidad del 80%	3	Semanal
		4	Promoción de una cultura de cambio	4	Fomentar la aceptación del cambio dentro de la organización	4	Índice de aceptación del cambio	4	Encuestas de satisfacción y actitud	4	Aumentar un índice de aceptación del 80% o superior	4	Trimestral
		5	Desarrollo de habilidades de adaptación	5	Capacitar al personal en habilidades de adaptación y flexibilidad	5	Tasa de participación en programas de capacitación y desarrollo de habilidades de adaptación	5	Número de empleados participantes	5	Lograr una tasa de participación del 100%	5	Anual
		6	Fortalecimiento de la comunicación interna	6	Mejorar los canales de comunicación interna	6	Índice de efectividad de la comunicación interna	6	Encuestas de satisfacción y percepción	6	Mantener un índice de efectividad del 80%	6	Trimestral

**Nota:** Instrumento que representa y constituye el núcleo del mapa estratégico de CORPOEDI y está conformado por cuatro perspectivas clave: Financiera, Clientes, Procesos Internos, y Aprendizaje y Crecimiento Organizacional. Fuente: elaboración propia.

### Propuesta de estructuración e implementación para el Modelo

La estructuración del modelo para CORPOEDI requiere un despliegue que garantice la flexibilidad y la escalabilidad, se detalla la configuración de cada uno de los elementos del modelo, contemplando las interrelaciones y el flujo óptimo de información y decisiones. Esta estructuración se ha concebido para ser implementada en fases o etapas, comenzando con un análisis interno profundo para identificar áreas de mejora, seguidamente, se plantea una fase de diseño donde se establecerán los sistemas y herramientas necesarias para el direccionamiento estratégico, posteriormente, la fase de implementación introducirá gradualmente los cambios en la organización, con un periodo de prueba y ajustes. La última fase es en la evaluación y seguimiento continuo, asegurando la alineación constante con los objetivos y metas establecidos.

Dicho modelo se detalla teniendo en cuenta la jerarquización, los procesos de toma de decisiones, y el flujo de comunicación, se establecen las pautas para la integración efectiva de la tecnología y la gestión del talento humano, enfatizando en la

importancia de la retroalimentación continua y el aprendizaje organizacional, estas recomendaciones incluyen la adaptabilidad de la corporación a los cambios del entorno, manteniendo una revisión continua de las estrategias a la luz de las nuevas tendencias en educación y tecnología.

Para la configuración y adopción óptima del modelo, se recomienda que CORPOEDI realice talleres y capacitaciones que involucren a todos los niveles de la organización, asegurando así la comprensión y el compromiso con el nuevo direccionamiento estratégico, la adaptación del modelo debe ser flexible, permitiendo modificaciones basadas en retroalimentación continua y evaluaciones periódicas. Se aconseja también establecer un comité de dirección estratégica encargado de supervisar la implementación y de adaptar las prácticas a medida que surjan nuevas tendencias en la educación y la tecnología. La inclusión de las matrices EFI y EFE, junto con los análisis PESTEL, DOFA y de Porter, además de la matriz de despliegue estratégico, asegura un enfoque integrado que considera todos los aspectos clave para un direccionamiento estratégico efectivo y coherente.

A continuación, se presenta el diagrama de Gantt con el desglose de las fases principales y actividades específicas propuesto para el desarrollo e implementación del modelo de direccionamiento estratégico para la corporación, este diagrama visualiza las fechas de inicio y finalización de cada actividad, proporcionando una clara representación temporal de cómo se desarrollará el proyecto.

- **Fase 1: Preparación y Diagnóstico**

- Identificación de referentes Teóricos: recopilación de teorías y modelos existentes que ayuden a definir las variables clave para el diseño del modelo de direccionamiento estratégico.
- Diagnóstico de necesidades: evaluación de las necesidades educativas y tecnológicas en los territorios donde opera

CORPOEDI, utilizando metodologías a distancia y estrategias de educación virtual.

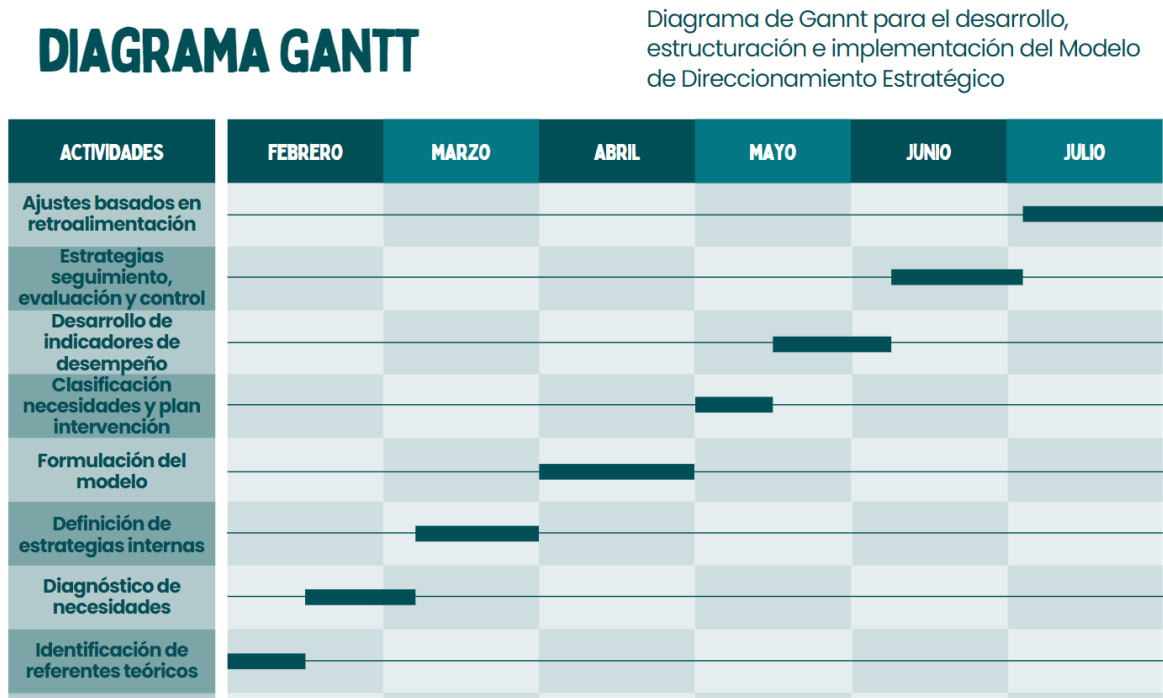
- **Fase 2: Diseño del Modelo de Direccionamiento Estratégico**
  - Definición de estrategias internas: determinación de estrategias que soporten el funcionamiento y desarrollo de proyectos educativos y digitales en la organización.
  - Formulación del modelo: desarrollo de la estructura del modelo de direccionamiento estratégico, incluyendo misión, visión, valores, y un mapa de despliegue estratégico.
- **Fase 3: Propuesta de estructuración y medición**
  - Clasificación de necesidades y plan de intervención: organización de las necesidades identificadas para proponer un plan de intervención a corto, mediano, y largo plazo.
  - Desarrollo de indicadores de desempeño: establecimiento de un sistema de indicadores de desempeño (KPIs) para medir el progreso hacia los objetivos estratégicos. Algunos ya se proponen en el Tablero de comando extendido BSC – SIMEG.
- **Fase 4: Seguimiento y Evaluación**
  - Estrategias de seguimiento, evaluación y control: definición de estrategias para monitorear la implementación del modelo y evaluar su impacto.
  - Ajustes basados en retroalimentación: revisión y ajuste del modelo de direccionamiento estratégico basado en la evaluación de resultados y feedback de los colaboradores y públicos de interés.

La estructura anteriormente propuesta refleja un enfoque sistemático y organizado para el desarrollo del modelo de direccionamiento estratégico para CORPOEDI, abordando desde la fase inicial de preparación y diagnóstico hasta la implementación y evaluación continua del modelo. Cada fase y sus actividades asociadas están diseñadas para construir sobre la base de los hallazgos y planteamientos previos, asegurando que el modelo final sea integral, aplicable y efectivo para alcanzar los objetivos establecidos en esta propuesta.

**Plan estratégico implementación del modelo**

**Ilustración 28**

*Diagrama de Gantt para el desarrollo, estructuración e implementación del Modelo de Direccionamiento Estratégico*



**Fecha de inicio:** Febrero del 2025

**Nota:** Plan de actividades propuestas para el desarrollo, estructuración e implementación del modelo. Fuente: elaboración propia.

## **Propuesta plataforma estratégica CORPOEDI**

### **Formulación de la Misión**

En esta sección se presenta la propuesta de misión de CORPOEDI, la cual surge como resultado de un proceso colaborativo y participativo en el que directivos y colaboradores de la corporación han contribuido con sus ideas y perspectivas. Esta misión se ha formulado cuidadosamente teniendo en cuenta los valores, objetivos y aspiraciones de la organización, así como las necesidades y expectativas de las comunidades a las que servimos.

En la elaboración de la misión de CORPOEDI, se han considerado las siguientes premisas fundamentales:

- La misión no solo describe la actividad principal de la corporación, sino que también establece su razón de ser. Se convierte en una referencia constante en el proceso de planificación estratégica, guiando en la toma de decisiones y en la definición de prioridades.
- Define de manera clara y concisa el propósito fundamental de CORPOEDI, respondiendo a preguntas esenciales sobre el qué hacer de la corporación y la razón de ser de sus procesos. Esto proporciona una base sólida que contribuye al compromiso que tiene la corporación con la transformación social y el desarrollo humano a través de la educación y la tecnología.
- La misión de CORPOEDI no solo representa una declaración de sus objetivos y aspiraciones, sino que también refleja el compromiso que tiene con la excelencia, la equidad y el servicio a la comunidad.

**Tabla 18**

*Propuesta Misión CORPOEDI.*

Fecha	Propuesta de Misión
15 de enero de 2024	En CORPOEDI, fusionan educación y tecnología para transformar vidas, impulsando el desarrollo integral, la productividad, la equidad y la transformación de realidades de comunidades y territorios.

**Nota:** componentes y estructura de la propuesta de Misión para CORPOEDI. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con lo anterior, en la misión se destacan algunos puntos o elementos clave que reflejan sus objetivos estratégicos y su enfoque en la transformación social a través de la educación y la tecnología, entre ellos se destacan los siguientes:

- a. Integración de educación y tecnología para transformar vidas: este elemento representa el compromiso de CORPOEDI de unir la educación y la tecnología con el fin de generar un impacto significativo en la vida de las personas, ofreciendo oportunidades para el desarrollo personal y profesional.
- b. Promoción del desarrollo integral y la equidad: enfoque que implica el impulso del desarrollo integral de las personas y comunidades, garantizando la igualdad de oportunidades y la justicia social, con el objetivo de crear entornos equitativos y sostenibles para todos.
- c. Generación de productividad y transformación social regional: este elemento refleja el compromiso de CORPOEDI de mejorar la eficiencia y la capacidad de las personas y comunidades en un contexto geográfico

específico, mientras promueve cambios significativos en los aspectos sociales, económicos y culturales de la región.

**Criterios de medición de la Misión**

**Tabla 19**

*Criterios para la medición de la Misión.*

<b>Elementos de la misión</b>	<b>Criterios de medición</b>
<p><b>Integración de educación y tecnología para transformar vidas</b></p>	<p>Porcentaje de estudiantes que muestran mejoras significativas en su desempeño académico después de participar en programas educativos de CORPOEDI.</p>
	<p>Número de cursos o programas de capacitación tecnológica implementados por CORPOEDI y su tasa de participación.</p>
	<p>Evaluación del impacto de la tecnología en la mejora de la accesibilidad y la calidad de la educación (ETDH) para diversos grupos demográficos.</p>
<p><b>Promoción del desarrollo integral y la equidad</b></p>	<p>Índice de desarrollo humano de las comunidades donde CORPOEDI opera, incluyendo indicadores de salud, educación e ingresos.</p>
	<p>Número de iniciativas de equidad de género implementadas y su impacto en la</p>

	participación y el éxito de mujeres y niñas en la educación y la tecnología.
<p><b>Generación de productividad y transformación social regional</b></p>	Evaluación periódica de la percepción de equidad y justicia social por parte de las comunidades atendidas por CORPOEDI.
	Tasa de empleabilidad de los participantes en programas de formación, capacitación y desarrollo profesional de CORPOEDI.
	Indicadores económicos regionales, como el crecimiento del PIB per cápita y la creación de empleo, en áreas – sectores donde CORPOEDI ha intervenido.
Evaluación del impacto de las iniciativas de CORPOEDI en la reducción de la brecha digital y el acceso equitativo a oportunidades económicas y educativas en la región.	

**Nota:** componentes y criterios de medición de la propuesta de Misión para CORPOEDI. Fuente: elaboración propia.

### **Formulación de la Visión**

En este apartado, se presenta el proceso de formulación de la visión de CORPOEDI, el cual ha sido desarrollado con la participación activa de líderes, colaboradores y otros actores relevantes en la organización. La visión representa la aspiración a largo plazo de la corporación, delineando el futuro que se desea alcanzar y sirviendo como un faro que guía las acciones y decisiones estratégicas.

Al elaborar la visión de CORPOEDI, se han tenido en cuenta las siguientes premisas fundamentales:

- La visión no solo contempla los objetivos inmediatos, sino que proyecta las metas y aspiraciones a largo plazo, ofreciendo una imagen clara e inspiradora del futuro que CORPOEDI busca construir.
- Se reconoce la importancia de la innovación y la capacidad de adaptación en un entorno en constante cambio. Por lo tanto, es esencial reflejar el compromiso de CORPOEDI con la búsqueda constante de nuevas oportunidades y la capacidad de ajustar a las demandas del mercado y las necesidades de la comunidad.
- La visión se fundamenta en el compromiso con el impacto social positivo del territorio y la sostenibilidad a largo plazo de CORPOEDI. Buscando no solo ser líderes en el campo, sino también contribuir de manera significativa al desarrollo sostenible de las comunidades.

**Tabla 20**

*Propuesta Visión CORPOEDI.*

Fecha	Propuesta de Visión
15 de enero de 2024	Para 2030, CORPOEDI será líder regional y nacional en educación digital para el trabajo y desarrollo humano. Se consolidará como referente en transformación digital, creando oportunidades educativas y laborales para las comunidades menos favorecidas. El compromiso de CORPOEDI fortalecerá el desarrollo sostenible, la innovación y la competitividad en cada territorio que impacta.

**Nota:** componentes y estructura de la propuesta de Visión para CORPOEDI. Fuente: elaboración propia.

En este sentido, la visión de CORPOEDI contiene varios puntos clave que delinear su aspiración a largo plazo y su enfoque estratégico, aquí los identificados:

- a. Líder regional y nacional en educación digital para el trabajo y desarrollo humano: destaca el objetivo de liderazgo de CORPOEDI en el ámbito de la educación ETDH digital, centrándose en la preparación de las personas para el trabajo y su desarrollo integral.
- b. Referente en transformación digital: indica la intención de CORPOEDI de ser un modelo o ejemplo en la aplicación efectiva de la transformación digital en la educación, el desarrollo humano y los procesos “core” de negocio de las organizaciones.
- c. Creando oportunidades educativas y laborales para las comunidades menos favorecidas: pone de relieve el compromiso de CORPOEDI con la equidad y la inclusión, buscando generar oportunidades para aquellos que históricamente han tenido menos acceso a la educación y oportunidades laborales.
- d. Fortalecimiento del desarrollo sostenible, la innovación y la competitividad: señala los valores fundamentales de CORPOEDI, destacando su compromiso con la sostenibilidad, la innovación y la mejora de la competitividad en los territorios donde opera.

### **Criterios de Medición de la Visión**

**Tabla 21**

*Criterios para la medición de la Visión.*

<b>Elementos de la visión</b>	<b>Criterios de medición</b>
-------------------------------	------------------------------

<p><b>Líder regional y nacional en educación digital para el trabajo y desarrollo humano</b></p>	<p>Número de programas de educación ETDH digital implementados por CORPOEDI en comparación con otras instituciones similares en la región y el país.</p>
	<p>Tasa de participación en programas de educación ETDH digital de CORPOEDI en relación con la población total en la región y el país.</p>
	<p>Evaluación de la calidad de los programas de educación ETDH digital mediante encuestas de satisfacción de los participantes y análisis de resultados de aprendizaje.</p>
<p><b>Referente en transformación digital</b></p>	<p>Número de casos de estudio o reconocimientos por parte de entidades gubernamentales, académicas o de la industria que identifiquen a CORPOEDI como un referente en transformación digital.</p>
	<p>Tasa de adopción de prácticas innovadoras en educación ETDH digital por parte de otras instituciones después de haberse inspirado en el modelo de CORPOEDI.</p>
	<p>Evaluación del impacto de la transformación digital en el rendimiento</p>

	<p>académico y laboral de los participantes en los programas de CORPOEDI.</p>
<p><b>Creando oportunidades educativas y laborales para las comunidades menos favorecidas</b></p>	<p>Porcentaje de participantes en programas de CORPOEDI que provienen de comunidades menos favorecidas en comparación con el total de participantes.</p>
	<p>Número de personas que obtienen empleo o mejoran sus condiciones laborales después de participar en programas de CORPOEDI.</p>
	<p>Evaluación del impacto económico y social en las comunidades menos favorecidas donde CORPOEDI opera, incluyendo indicadores de ingresos, empleo y acceso a la educación.</p>
<p><b>Fortalecimiento del desarrollo sostenible, la innovación y la competitividad</b></p>	<p>Número de proyectos de innovación implementados por CORPOEDI en colaboración con empresas, instituciones académicas u otras organizaciones.</p>
	<p>Evaluación del impacto ambiental y social de las iniciativas de CORPOEDI, incluyendo indicadores de sostenibilidad y resiliencia comunitaria.</p>
	<p>Índice de competitividad de los territorios donde CORPOEDI opera, medido mediante</p>

	estudios e indicadores económicos y sociales relevantes.
--	--

**Nota:** componentes y criterios de medición de la propuesta de Visión para CORPOEDI. Fuente: elaboración propia.

### **Formulación de Valores Corporativos**

Teniendo los valores corporativos como brújula de la planificación estratégica, desde la transformación social hasta la innovación y excelencia educativa, cada valor impulsa a CORPOEDI hacia su visión de liderazgo en educación digital para el trabajo y desarrollo humano. Estos valores orientan cada decisión y acción de CORPOEDI, asegurando un impacto significativo y duradero en las comunidades. Los siguientes son los valores corporativos definidos:

- Compromiso con la transformación social: transformar vidas y comunidades a través de la educación y el desarrollo humano.
- Innovación con propósito: impulsar la innovación para abordar desafíos sociales, económicos y tecnológicos de manera creativa.
- Empoderamiento y autonomía: capacitar a las personas para que sean agentes activos en la construcción de su proyecto de vida.
- Colaboración y alianzas estratégicas: trabajar en conjunto con los diversos sectores productivos para maximizar el impacto de nuestras iniciativas.
- Excelencia y calidad educativa: garantizar programas educativos de alta calidad y pertinencia.
- Integridad y transparencia: actuar con honestidad, ética y responsabilidad en todas nuestras operaciones.
- Inclusión y diversidad: promover la igualdad de oportunidades para todos.

- Adaptabilidad y resiliencia: ser ágiles y flexibles ante los cambios del entorno.
- Liderazgo en transformación digital: ser pioneros en la adopción de tecnologías digitales para para mejorar la accesibilidad, la eficiencia y la efectividad de los programas educativos y los servicios ofrecidos.

## Conclusiones y Recomendaciones

### Conclusiones

- El análisis exhaustivo de CORPOEDI, abarcando variables internas y externas, ha revelado la necesidad imperativa de un direccionamiento estratégico que alinee sus operaciones con las dinámicas cambiantes del sector educativo. Esto se fundamenta en la mejora continua y la adaptabilidad como ejes centrales para la relevancia y el éxito sostenible.
- La implementación del modelo de direccionamiento estratégico propuesto, que integra herramientas como BSC - SIMEG, destaca por su potencial para optimizar la gestión y la toma de decisiones, favoreciendo la consecución de metas a corto y largo plazo en la corporación.
- La interacción entre la educación y la tecnología emerge como un factor crítico, en donde CORPOEDI se sitúa como un agente transformador capaz de influir significativamente en el desarrollo socioeconómico a través de una educación digital efectiva y accesible.
- El modelo desarrollado responde a un análisis PESTEL, DOFA y las 5 Fuerzas de Porter, además del Diagnóstico Organizacional, mostrando que las estrategias de CORPOEDI deben ser flexibles y robustas para adaptarse a cambios rápidos y manteniendo la visión de impacto social y económico.

### Recomendaciones

- Para garantizar la viabilidad y efectividad del modelo de direccionamiento estratégico, es esencial que CORPOEDI mantenga un proceso de revisión y actualización constante, ajustándose a las tendencias emergentes y las necesidades del sector educativo digital.

- Se sugiere la incorporación de un sistema de retroalimentación que involucre a todos los actores relevantes de la corporación, desde la dirección hasta los colaboradores y los beneficiarios, para que las estrategias se mantengan alineadas con las expectativas y necesidades de todos los diversos grupos de interés.
- Se recomienda una implementación gradual del modelo, comenzando con pilotos en áreas críticas, para facilitar una adaptación organizacional y tecnológica adecuada y efectiva, permitiendo ajustes basados en aprendizajes prácticos.
- Es crucial fortalecer la infraestructura tecnológica de CORPOEDI y la capacitación continua del personal, asegurando que la adopción del modelo vaya de la mano con un uso eficiente y estratégico de las TIC para la innovación educativa.
- Si bien CORPOEDI tiene el potencial de sobresalir en el mercado educativo de la ETDH y la transformación digital, enfrenta importantes desafíos que requieren una estrategia sólida y una adaptación continua. Al centrarse en la innovación, la diferenciación y fortalecer las relaciones con proveedores y clientes, CORPOEDI puede seguir siendo líder en la industria y lograr su misión y visión de largo plazo. Además, tomar la delantera en el desafiante entorno competitivo que enfrentamos también tiene ventajas y oportunidades para destacar en el mercado potencial. La clave es aprovechar sus fortalezas internas, como una administración experimentada y una infraestructura tecnológica sólida, mientras responde a amenazas externas como una mayor competencia y cambios en el entorno regulatorio.

## Referencias

- Aguilera, A. y Riascos, S. (2009). Direccionamiento estratégico apoyado en las TIC. *Estudios Gerenciales*, 25(111). [http://www.proesa.org.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/307/1158](http://www.proesa.org.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/307/1158)
- Angulo, S. (27 de octubre de 2016). *Colombia avanza en Tecnología para la salud*. Enter.co. <http://www.enter.co/culturadigital/salud-digital/colombia-avanza-en-tecnologia-para-la-salud/>
- Aportela, I. (2007). Intranets: las tecnologías de información y comunicación en función de la organización. *Acimed*, 16(4). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352007001000004](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007001000004)
- Area-Moreira, M. y Adell, J. (2009). *E Learning: Enseñar y aprender en espacios virtuales*. En J. De Pablos (Coord.) Tecnología Educativa. La formación del profesorado en la era de Internet. Málaga: Aljibe.
- Aristizábal, J., Guzmán, A. y Trujillo M. (2019). *Gobierno corporativo en las entidades sin ánimo de lucro en Colombia*. Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA. <https://bit.ly/3mBi0oH>
- Asobancaria. (2018). Supervivencia de las MiPymes: un problema por resolver. *Semana Económica*, 1145. <https://bit.ly/30UuY25>
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI. (2023). *Balance 2022 y perspectivas 2023*. <https://bit.ly/3A3ZY1A>
- Bancóldex. (s.f.). Modelo de direccionamiento estratégico. <https://bit.ly/3FiXfo0>
- Bartolomé, M. (2000). *La construcción de la identidad en contextos multiculturales*. Madrid: MEC.
- BBVA. (14 de octubre de 2015). *Airbnb, un caso de éxito de DesignThinking*. <https://www.bbva.com/es/innovacion/airbnb-caso-exito-design-thinking/>
- Bernal-Jiménez, M. y Rodríguez-Ibarra, D. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, 24(1), pp. 85-96.
- Botero, J. (2010). *Modelo de direccionamiento estratégico para Pymes*. Colección en Gerencia e Innovación Organizacional. Cuaderno de Investigación. Universidad EAN. <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/2764/Modelo%20Direccionamiento%20Estrategico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cabero, J. (1998). Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas. En Lorenzo, M. y otros (coords): Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales, Granada, Grupo Editorial Universitario, pp. 197-206.  
<https://cmappublic2.ihmc.us/rid=1MZF0MGPJ-DW0C5J-NB1S/TICS%20EN%20EDUCACION.pdf>
- Camacho, M. (2002). Direccionamiento estratégico: análisis de una herramienta poderosa. *Revista Vía Salud*, (21).  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=000101&pid=S1657-6276201000010000500013&lng=en](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000101&pid=S1657-6276201000010000500013&lng=en)
- Cámara de Comercio Aburrá Sur [CCAS]. (2021). *Informe socioeconómico y competitivo del Aburrá Sur - Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta*.  
<https://ccas.org.co/wp-content/uploads/Informe-socioeconomico-competitivo-Aburra-Sur-2021.pdf> .
- Cámara de Comercio de Bogotá - CCB. (2021). Vademécum de registro ESAL. Entidades sin ánimo de lucro. Tomo II. <https://recursos.ccb.org.co/ccb/recursos-aplicaciones/vademecum-tomo-II/Vademecum%20Tomo%20II.pdf>
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (02 de febrero de 2023). Economía de Antioquia trimestre III – 2022. *Cámara indica*, 16(noviembre de 2022).  
<https://www.camaramedellin.com.co/biblioteca/camara-indica-16-economia-de-antioquia-trimestre-iii-2022-1>
- Chong, A. (2007). Mod. IV: Usos Educativos de la Teleconferencia.
- Cobo, J. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. *Zer* 14-27, pp.295-317.  
<https://cmappublic3.ihmc.us/rid=1MNM63T42-7YHX0S-5XD/zer27-14-cobo.pdf>
- Confecámaras. (2022). *Informe de dinámica de creación de empresas*. Red de cámaras de Comercio. <https://bit.ly/3MN04C7>
- Corporación Bucaramanga Emprendedora. (2001). Innovación tecnológica: estrategias de innovación y tecnología para incrementar la competitividad de su empresa. *Estudios Gerenciales* 143 (4). ICESI.
- David, F. (2017). *Conceptos de Administración estratégica*. Pearson Educación.  
<https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=5029>

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] (2022). Boletín Técnico - gran encuesta integrada de hogares (GEIH). Módulo de formación para el trabajo. <https://bit.ly/3L3WHpa>
- Dess, G. y Lumpkin, G. (2003). Dirección estratégica: Creando ventajas competitivas. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana.
- Dini, M. y Stumpo, G. (coords.). (2020). Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. *Documentos de Proyectos (LC/TS.2018/75/Rev.1)*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/S1900361\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/S1900361_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Durán, B. y Delgado F. (2019). ESAL: origen, evolución y rol gerencial de las ESAL. Universidad Libre Seccional Pereira. <https://bit.ly/3mE7zRm>
- Eisner E. (1998). El ojo ilustrado. Indagación cualitativa y mejora de la práctica educativa. España: Paidós.
- Facchin, José. (2021). ¿Qué es un Análisis PESTEL y cómo hacerlo paso a paso? + Ejemplo práctico. El Blog de José Facchin. <https://josefacchin.com/analisis-pestel/>
- Falco, M. (2017). Reconsiderando las prácticas educativas: TICs en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Tendencias Pedagógicas*, 29, pp. 59-76. <https://doi.org/10.15366/tp2017.29.002>
- Fernández, J., López, J., Rodríguez, A. y Sandulli, F. (2007). El impacto del uso efectivo de las TIC sobre la eficiencia técnica de las empresas españolas. *Estudios Gerenciales*, 23(103), pp.65-84.
- Fernández, R. (2005). Marco conceptual de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación. Universidad de Castilla-La Mancha. <http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/DefinicionesNNTT.html>
- Goodstein, L., Nolan, T. y Pfeiffer, J. (1998). Planeación Estratégica Aplicada. McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. México, D.F. Editorial McGraw-Hill.
- Hill, C., Schilling, M. y Jones, G. (2019). Administración estratégica: teoría y casos un enfoque integral. Cengage Learning. <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=9441>

- Hodges, C., Moore, S., Lockee, B., Trust, T. y Bond, A. (2020). Thee difference between emergency remote teaching and online learning. *Educause Review*, 27.  
<https://er.educause.edu/articles/2020/3/the-difference-between-emergency-remote-teaching-and-online-learning>
- Ingenio Empresa. (2021). Cómo hacer el análisis FODA (matriz FADO) paso a paso + ejemplo práctico. <https://www.ingenioempresa.com/matriz-foda/>
- Jenkins, H. y Alonso, V. (2008). Inteligencia colectiva. *HSM Management*, (1), pp. 70-75.
- Jiménez, A., Puerta, A., Giraldo, P. y Vallejo, L. (2016). La gestión educativa y el mejoramiento continuo en instituciones para el trabajo y el desarrollo humano. *Revista de Investigaciones*, 3(03), pp. 198-208.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6045679>
- Laínez, J. y Bellostas, A. (1991). La Planificación y Gestión estratégica en grupos multinacionales: Los modelos de simulación. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXI (67), pp. 501-534. [https://aeca.es/old/refc\\_1972-2013/1991/67-9.pdf](https://aeca.es/old/refc_1972-2013/1991/67-9.pdf)
- Lévy, P. (1998). Construir la inteligencia colectiva. en Ramonet, I. (coord.) *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*. Alianza, pp. 101-106.
- LITWIN, E. (2003). *La educación a distancia: temas para el debate en una nueva agenda educativa*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. London, Sage.
- McConnell, P. (2022). The strategic risks facing start-ups in the financial sector. *Journal of RiskManagement in Financial Institutions*, 15(2), pp. 114-141.
- Mejora Competitiva. (2015). ¿Qué es estrategia? El pensamiento de Michael E. Porter.  
<https://bit.ly/3ZKK1bO>
- Ministerio de Educación Nacional [MEN]. (2017). Articulación de la educación con el mundo productivo. <https://bit.ly/3pnAVoy>
- Muñoz, N. (2017). *Educación para el trabajo y el desarrollo humano: Una lectura desde la formación (Bildung) [Trabajo de grado Maestría en Ciencias de la Educación, Facultad de Educación, Medellín]*. Universidad de San Buenaventura Colombia.
- Pérez, A. (2012). *Educarse en la era digital*. Ediciones Morata.
- Plaza, J. y Acuña, A. (2022). Los EVEA en las asignaturas de la Especialización en Educación Mediada por Tecnología Digital Virtualidad. *Educación y Ciencia*, 25(13), pp. 58-67.

- Pontificia Universidad Javeriana. (2022). *Informe 61: Educación para el trabajo y desarrollo humano (ETDH), la opción de muchos colombianos para continuar sus estudios*. Laboratorio de Economía de la Educación - LEE. <https://bit.ly/3myZrBM>
- Porter, M. (2011). ¿Qué es estrategia? *Harvard Business Review*, pp.100-117.
- Porter, M. y Kramer, M. (2006). Estrategia y sociedad. Retrieved from *Harvard Business Review*: <https://bit.ly/3J9cCR3>
- Ramírez, J. y Romero, J. (2009). Diseño e implementación de un prototipo que permita el despliegue de un plan de recuperación de desastres aplicable a empresas MiPymes colombianas. Universidad Católica de Colombia. <https://bit.ly/3yy2mqh>
- Restrepo, J., Cruz, D. y Arroyo, R. (2021). Sistema Nacional de Formación para el Trabajo y desarrollo humano en Colombia: consideraciones laborales. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93), pp. 158-177. <https://bit.ly/3og9V9t>
- Serna, H. (2014). *Gerencia estratégica: Teoría- Metodología- Mapas estratégicos Índices de gestión- Alineamiento Ejecución estratégica*. 11° edición. 3R Editores.
- Sossa, J. (2009). Lugares comunes o apuestas para las políticas públicas la educación artística. Un acercamiento desde la modalidad de educación para el trabajo y el desarrollo humano ETDH. Universidad Pedagógica Nacional. <http://hdl.handle.net/20.500.12209/3493> .
- Thompson, A., Gamble, J., Janes, A., Peteraf, M., Sutton, C. y Strickland, A. (2018). *Administración estratégica: teoría y casos*. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=6250>
- Torres Hernández, Z. (2015). *Administración estratégica*. Grupo Editorial Patria.
- Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias – UAEOS. (2022). *Operación estadística de las entidades sin ánimo de lucro – ESALES*. <https://bit.ly/43wY7A1>
- Universia. (2021). 5 tipos de estructura organizacional. <https://bit.ly/3T7OEdv>
- Valor, J. (2006). Acertar en la tecnología. IESE. *Revista de Antiguos alumnos*, 100, pp. 100-105.
- Yüksel, Í. (2012). Developing a Multi-Criteria Decision Making Model for PESTEL Analysis. *International Journal of Business and Management*.

**A. Anexo. Matriz PESTEL CORPOEDI**

FACTORES		Detalle	Plazo			Impacto
			Corto plazo (1 mes o menos)	Mediano plazo (1 a 3 años)	Largo plazo (Más de 3 años)	
POLÍTICO	Cambios en las regulaciones gubernamentales	Programas de becas y políticas fiscales que impactaría en el presupuesto, la administración y la calidad de la corporación en términos competitivos.		X		Negativo
	Política económica	Las políticas económicas del gobierno o reformas también podrían afectar el financiamiento de proyectos educativos.		X		Negativo
	Política de salud	Especialmente después de la pandemia del Covid-19, podría afectar el acceso a la educación debido a la falta de recursos			X	Negativo

		tecnológicos y de conectividad en ciertas áreas del país.				
<b>ECONÓMICO</b>	Tasas de interés	Las fluctuaciones en las tasas de interés podrían afectar la capacidad de la corporación para pagar préstamos y financiar proyectos a corto, mediano y largo plazo.		X		Negativo
	Cambios en la inflación	Los cambios en los índices de inflación también podrían aumentar el costo de operación de la corporación y hacer que la ejecución de objetivos sea insostenible en términos de innovación y desarrollo.	X			Negativo
	Empleabilidad	Niveles de ingresos y empleo en Antioquia y su impacto en la capacidad de las personas para pagar la educación y la formación.		X		Negativo

<b>SOCIAL</b>	Tendencias de consumo	Los cambios en los patrones de consumo, como el aumento en el uso de tecnología y la preferencia por servicios en línea, pueden exigir que la corporación implemente nuevos y mejores procesos enfocados en la innovación y proyectados a la implementación de nuevas tecnologías.	X			Positivo
	Oferta y demanda	Aumento en la demanda de programas de formación digital para adultos.	X			Positivo
	Noción de educación digital	Cambios en la percepción cultural de la educación digital.	X			Positivo
	Nuevas tendencias de aprendizaje	Relacionadas con la educación a distancia y en línea debido a la COVID-19.	X			Positivo
	Entorno empresarial	Necesidad de habilidades digitales en la fuerza laboral actual.	X			Positivo

<b>TECNOLOGICO</b>	Desarrollo de plataformas virtuales	La evolución de la tecnología ha llevado al desarrollo de procesos cada vez más novedosos que permiten la conectividad permanente entre estudiantes y docentes a través de ambientes virtuales. Sin embargo, la alta competitividad e innovación del mercado puede afectar a la corporación.	X			Positivo
	Tecnología de inteligencia artificial (IA)	Ha llegado para automatizar procesos de diferentes naturalezas, también puede disminuir la demanda de talento humano para el desarrollo de proyectos y el alcance de objetivos, lo que representa una gran amenaza para la corporación.	X			Positivo
	Aplicaciones móviles	las aplicaciones móviles facilitan el acceso a la información y a recursos de diferentes	X			Positivo

		tipos, lo cual podría provocar un desinterés en acceder a programas de educación digital.				
	Ciberseguridad	La seguridad de la información es un tema crítico para cualquier entidad. La Corporación podría verse afectada por las amenazas de seguridad cibernética, por lo cual sería esencial implementar medidas para proteger la información.		X		Negativo
	Aparición de nuevas propuestas	Desarrollo de nuevos sistemas de gestión del aprendizaje (LMS).	X			Positivo
<b>ECOLÓGICO</b>	Cambio climático	El cambio climático puede tener un impacto en la corporación, ya que puede afectar la disponibilidad de recursos naturales, como el agua y la energía, lo cual provocaría una reducción de actividades. La corporación		X		Negativo

		tendría que adaptar sus prácticas y políticas para reducir su huella de carbono y protegerse contra los impactos del cambio climático.				
	Eficiencia energética	La corporación puede tener un impacto importante en el consumo de energía, por ello se sugiere promover estrategias de consumo consciente y adecuado de energía e implementar algunas dinámicas de energía renovable.	X			Negativo
	Sostenibilidad	Necesidad de educación en temas de sostenibilidad y preservación del medio ambiente.	X			Negativo
<b>LEGAL</b>	Legislación laboral	La legislación laboral afecta a CORPOEDI al establecer los requisitos y normas para las relaciones laborales, los salarios, los derechos	X			Negativo

		de los trabajadores, la contratación y despido de empleados.				
	Ley de propiedad intelectual	La ley de propiedad intelectual afecta a CORPOEDI desde un frente de derechos de autor y secretos comerciales.	X			Negativo
	Leyes y regulaciones de protección de datos	Afectan la recopilación y uso de datos de estudiantes.	X			Negativo
	Licencias de contenidos educativos	Cumplimiento de las regulaciones de acreditación para programas de educación y formación.	X			Negativo
	Ley de TIC	Regulaciones sobre el uso de tecnología y datos en la educación y la formación.	X			Negativo

**B. Anexo. Matriz DOFA CORPOEDI, factores internos**

<b><i>FACTORES INTERNOS</i></b>		
<b>FACTORES - VARIABLES</b>	<b>FORTALEZAS (+)</b>	<b>DEBILIDADES (-)</b>
<b>DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	Liderazgo experimentado con un historial probado en la gestión de instituciones educativas digitales	Falta de colaboración y sinergias entre diferentes departamentos y programas
	La estructura organizacional de CORPOEDI fomenta la toma de decisiones, la colaboración interdepartamental y la asignación eficaz de roles	Procesos administrativos engorrosos y poco eficientes
	Eficiencia en la administración y gestión de programas de educación digital	Desafíos en la gestión del cambio organizacional
	Infraestructura tecnológica robusta, escalable y segura	Resistencia al cambio entre el personal, dificultando la implementación de nuevas prácticas y procedimientos
<b>PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN ESTRATÉGICA</b>	Plan estratégico sólido y adaptable que se alinea con la visión corporativa y las demandas cambiantes de la educación digital	Falta de un plan de desarrollo estratégico a largo plazo

	Compromiso sólido con la planificación estratégica, adaptabilidad a cambios para lograr metas a largo plazo	Dificultades para adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno educativo y tecnológico
	Desarrollo y actualización continua de programas de estudio para reflejar las tendencias y demandas actuales en educación y transformación digital	Falta de una estrategia de liderazgo y gestión clara
<b>MERCADEO Y CAPTACIÓN</b>	Amplia gama de programas y cursos adaptados a las demandas del mercado laboral digital	Falta de reconocimiento y reputación en el mercado educativo
	Alta tasa de empleabilidad de los graduados en campos digitales y tecnológicos	Dificultades en la implementación de estrategias de mercadeo y captación de estudiante
	Estrategias de mercadeo y captación efectivas y orientadas a los datos, que resaltan la propuesta de valor única de la corporación	Menor visibilidad y reconocimiento en comparación con otras instituciones similares
<b>SALUD FINANCIERA</b>	Alianzas estratégicas con organizaciones y empresas líderes en tecnología y educación digital	Insuficiente financiamiento o recursos económicos para el crecimiento
	Estabilidad financiera sostenida a través de diversas fuentes de ingresos y alta tasa de retención de estudiantes	Dependencia de fuentes externas de financiamiento

	Retorno sobre la inversión educativa, evidenciado por el éxito profesional y financiero de los graduados	Posibles dificultades en la retención y contratación de personal altamente calificado por limitaciones financieras
<b>GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO</b>	Personal docente con amplia experiencia y certificaciones en su campo	Falta de programas de capacitación específicos para abordar áreas críticas de desarrollo del personal docente y administrativo
	Implementación de planes de desarrollo y capacitación continua para el personal docente y administrativo	Falta de un programa de desarrollo de liderazgo para el personal
	Liderazgo experimentado con un historial probado en la gestión de instituciones educativas digitales	Necesidad de mejorar las habilidades digitales y de teletrabajo del personal
<b>TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA</b>	Preparación para atender eficientemente las demandas educativas con calidad y seguridad, respaldada por infraestructura digital robusta	Dificultades en el mantenimiento, actualización y renovación de la infraestructura tecnológica
	Uso de tecnologías avanzadas para facilitar y mejorar la experiencia de aprendizaje digital	Limitaciones en la infraestructura tecnológica o capacidad de las plataformas y sistemas de información
	Gran cantidad de recursos educativos disponibles para estudiantes y profesores	Limitaciones en la capacidad de expansión física debido a la ubicación

<b>INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO</b>	Desarrollo y actualización continua de programas de estudio para reflejar las tendencias y demandas actuales en educación y TIC	Falta de experiencia en educación a distancia o mediada por TIC
	Promover activamente la innovación, la gestión eficiente del conocimiento y la adaptación a los cambios tecnológicos y de mercado	Falta de programas de estudio en áreas emergentes o de alta demanda
	Incorporación constante de tecnologías emergentes y prácticas pedagógicas innovadoras en la entrega del currículo	Los programas de estudio no se actualizan con frecuencia
<b>CALIDAD Y ACREDITACIÓN</b>	Fuerte reputación en la comunidad educativa, territorios y comunidades de impacto	Falta de acreditaciones o certificaciones de calidad en programas académicos
	Programas de estudio pertinentes, reconocidos y acreditados	Baja tasa de empleabilidad de los graduados
	Alta tasa de empleabilidad de los graduados	Falta de un sistema de evaluación y acreditación adecuado
<b>CULTURA ORGANIZACIONAL</b>	Compromiso con la responsabilidad social y ambiental a través de la educación digital	Falta de diversidad en el cuerpo estudiantil, docente y el personal
	Una cultura organizacional sólida y positiva que promueve la colaboración, la innovación y el aprendizaje continuo	Barreras en la comunicación interna y externa

	Personal docente y administrativo comprometido y motivado	Necesidad de mejorar la satisfacción y el compromiso del personal
<b>GESTIÓN DE OPERACIONES</b>	Eficiencia en la administración y gestión de programas de educación digital	Bajo nivel de retención estudiantil
	Procesos educativos y administrativos eficientes	Limitaciones en la cobertura geográfica o la diversidad de estudiantes
	Gran cantidad de recursos educativos disponibles para estudiantes y profesores	Dificultades en la implementación y publicación de recursos educativos para estudiantes y profesores.

**C. Anexo. Matriz DOFA CORPOEDI, factores externos**

<b>FACTORES EXTERNOS</b>			
<b>OPORTUNIDADES (+)</b>		<b>ESTRATEGIA DE FORTALEZAS (+) / OPORTUNIDADES (+) - FO</b>	<b>ESTRATEGIA DE DEBILIDADES (-) / OPORTUNIDADES (+) - DO</b>
Acceso a financiamiento gubernamental para expandir programas educativos y becas	<b>FACTORES POLÍTICOS</b>	Investigación y colaboración continua con entidades gubernamentales y corporativas para	Implementación de procesos de mejora de colaboración y sinergias entre diferentes

<p>Apoyo gubernamental a la educación digital y a la formación para el trabajo y desarrollo humano, generando incentivos y financiamiento</p>	<p><b>FACTORES ECONÓMICOS</b></p>	<p>impulsar la educación ETDH digital a nivel regional y nacional</p>	<p>departamentos y programas para aprovechar oportunidades externas</p>	
<p>Alianza estratégica con entidades gubernamentales y corporativas para impulsar la educación digital a nivel regional y nacional</p>		<p>Mejorar la comunicación de la visión y misión para alinearlas con el plan estratégico a diseñar e implementar</p>	<p>Desarrollo de estrategias de mercadeo y captación de estudiantes más efectivas para mejorar el reconocimiento y la reputación en el mercado educativo</p>	
<p>Mejorar la comunicación de la visión y misión en colaboración con entidades gubernamentales y corporativas para alinearlas con el plan estratégico</p>		<p>Posibilidad de obtener financiamiento externo e inversores para mejorar la infraestructura tecnológica y los programas de formación, expandiendo redes y maximizando colaboraciones y crecimiento</p>	<p>Exploración de fuentes alternativas de financiamiento y generación de ingresos para superar limitaciones financieras y de recursos</p>	
<p>Colaboración con el gobierno en programas de formación para comunidades menos favorecidas</p>				
<p>Incremento en la demanda de formación digital por cambios en el mercado laboral y la necesidad de habilidades digitales</p>				

<p>Refuerzo de estrategias de promoción y alianzas para expandir redes y maximizar colaboraciones y crecimiento</p>			
<p>Posibilidad de obtener financiamiento externo e inversores para mejorar la infraestructura tecnológica y programas</p>		<p>Aumento de la conciencia sobre la importancia de la educación continua y el desarrollo profesional a lo largo de la vida</p>	<p>Mejora de la infraestructura tecnológica y capacidad de expansión física para aprovechar la creciente demanda de educación digital</p>
<p>Establecer colaboraciones empresariales para programas de formación personalizados y mejorar la empleabilidad</p>			
<p>Expansión global de programas de formación digital para satisfacer la demanda laboral internacional</p>			
<p>Aumento de la aceptación de la educación digital como alternativa válida, incrementando la demanda</p>	<p><b>FACTORES SOCIALES</b></p>		

<p>Investigación profunda para adaptar iniciativas educativas a necesidades locales, involucrando a la comunidad</p>			
<p>Personalizar programas educativos para una experiencia de aprendizaje adaptable a cada estudiante</p>			
<p>Aumento de la conciencia sobre la importancia de la educación continua y el desarrollo profesional a lo largo de la vida</p>			
<p>La educación digital permite llegar a poblaciones que de otra manera no tendrían acceso a programas de formación (ruralidad)</p>			
<p>Evolución tecnológica continua brinda oportunidades de adoptar nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial y la realidad virtual</p>	<p><b>FACTORES TECNOLÓGICOS</b></p>		

Mantener al personal actualizado mediante formación continua sobre las últimas tendencias, herramientas y buenas prácticas tecnológicas			
La adopción creciente de plataformas y aplicaciones móviles facilita el acceso a programas desde cualquier dispositivo y lugar			
Desarrollo de herramientas de colaboración en línea que fomentan interacción, gamificación y trabajo en grupo			
Tecnologías educativas avanzadas que personalizan la enseñanza para adaptarse a las necesidades individuales de los estudiantes			
El crecimiento de la conciencia ambiental impulsa la creación de programas educativos sobre sostenibilidad	<b>FACTORES ECOLÓGICOS</b>		
Refinar y comunicar las métricas para evaluar eficiencia y retorno de inversiones asegura			

comprensión, sostenibilidad y seguimiento efectivo			
Enfoque en eficiencia energética permite reducir consumo y minimizar impacto ambiental mediante tecnologías y prácticas			
Crecimiento de productos y servicios verdes impulsa programas educativos sobre sostenibilidad y responsabilidad ambiental			
El enfoque en la responsabilidad social y ambiental mejora la imagen como institución educativa sostenible			
Colaboraciones estratégicas con instituciones educativas reconocidas a nivel nacional e internacional para mejorar calidad y credibilidad	<b>FACTORES LEGALES</b>		
Promover la equidad, creatividad e innovación mediante programas de reconocimiento y autonomía para colaboradores			

Enfoque en el cumplimiento de regulaciones educativas para ser una institución confiable y de calidad			
Cumplimiento de leyes de protección de datos para garantizar seguridad y privacidad, fortaleciendo confianza y reputación			
Ampliación de programas acreditados para aumentar su aceptación y reconocimiento de calidad			
<b>AMENAZAS (-)</b>		<b>ESTRATEGIA DE FORTALEZAS (+) / AMENAZAS (-) - FA</b>	<b>ESTRATEGIA DE DEBILIDADES (-) / AMENAZAS (-) - DA</b>
Ajuste en los requisitos de certificación y acreditación educativa debido a cambios normativos gubernamentales	<b>FACTORES POLÍTICOS</b>	Adaptación rápida a los cambios normativos gubernamentales para garantizar la certificación y acreditación de los programas educativos	Implementación de procesos de mejora de colaboración y sinergias entre diferentes departamentos y programas para enfrentar las

Incremento de impuestos que podría restringir el presupuesto de la corporación, limitando así sus inversiones en mejoras y expansión			amenazas de cambios frecuentes en políticas educativas
Cambios frecuentes en políticas educativas dificultan la planificación estratégica a largo plazo y la estabilidad del modelo educativo			
Reducción de fondos gubernamentales impactando programas y servicios de educación digital para trabajo y desarrollo humano			
Inestabilidad y recesión económica que podría reducir la disposición de las personas a invertir en educación y otros servicios	<b>FACTORES ECONÓMICOS</b>	Diversificación de las fuentes de financiamiento y reducción de la dependencia de fuentes externas para mitigar posibles dificultades financieras	Desarrollo de estrategias de mejora de procesos administrativos y gestión del cambio organizacional para superar las amenazas de resistencia al cambio y dificultades en la implementación de nuevas prácticas
Incremento en los costos operativos como precios de la energía, el transporte y los recursos tecnológicos			
Aparición de competidores que ofrecen servicios similares a precios más bajos			
		Desarrollo de alianzas estratégicas con organizaciones líderes en tecnología y educación	Implementación de programas de capacitación para fortalecer habilidades del

<p>Brecha de ingresos entre diferentes grupos de la sociedad puede limitar la capacidad de algunas personas para acceder a la educación digital</p>		<p>para fortalecer la estabilidad financiera y la reputación institucional ante posibles fluctuaciones económicas y amenazas competitivas</p>	<p>personal y facilitar adaptación a cambios normativos y tecnológicos, mejorando la implementación de nuevas prácticas</p>
<p>Algunas personas pueden tener una preferencia arraigada por la educación tradicional y resistirse a la educación digital</p>	<p><b>FACTORES SOCIALES</b></p>	<p>Desarrollo de estrategias de retención de estudiantes y contratación de personal altamente calificado para contrarrestar las amenazas de baja retención y limitaciones en la contratación</p>	<p>Implementación de un sistema de comunicación interna para difundir información sobre cambios en políticas y prácticas, promoviendo la colaboración y adaptación del personal</p>
<p>Cambios demográficos que conllevan a la disminución en la población de la edad objetivo para los programas de formación</p>			
<p>Aumento de la competencia con instituciones educativas tradicionales debido a la adopción de programas de educación en línea</p>			
<p>Nuevas generaciones pueden tener preferencias de aprendizaje distintas y requerir enfoques educativos más personalizados</p>			

<p>Obsolescencia de las plataformas y herramientas educativas utilizadas por rápidos avances tecnológicos</p>	<p><b>FACTORES TECNOLÓGICOS</b></p>		
<p>Interrupciones e inestabilidad en los servicios de internet y la falta de acceso a una conectividad confiable</p>			
<p>Aparición de nuevas empresas de tecnología educativa que aumentan la competencia con productos y soluciones innovadoras</p>		<p><b>FACTORES ECOLÓGICOS</b></p>	
<p>El aumento de amenazas cibernéticas podría comprometer la seguridad de los datos y dispositivos, afectando su confidencialidad e integridad</p>			
<p>Nuevas regulaciones relacionadas con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente</p>			

Escasez de recursos naturales, como el agua y la energía, podría aumentar los costos operativos			
Percepción negativa: la educación digital puede ser vista como generadora de residuos electrónicos y alto consumo energético			
Los desastres naturales y eventos climáticos extremos pueden perturbar la infraestructura y operaciones tecnológicas			
Nuevas regulaciones sobre privacidad de datos requieren medidas adicionales para garantizar seguridad y confiabilidad	<b>FACTORES LEGALES</b>		
Disputas legales por derechos de autor podrían restringir la publicación y uso de recursos educativos			
Cambios en requisitos de certificación pueden generar costos y ajustes en programas y procesos			

Enfrentar demandas legales por reclamos sobre calidad educativa, tecnología, negligencia o discriminación			
---	--	--	--

**D. Anexo. Matriz EFI CORPOEDI, fortalezas**

<b>MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS CORPOEDI</b>					
<b>FORTALEZAS</b>					
<b>Factores-VARIABLES</b>	<b>Características Críticas</b>	<b>Peso Total</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Puntuación ponderada</b>
<b>DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	Liderazgo experimentado con un historial probado en la gestión de instituciones educativas digitales	0,2	0,07	4	0,28
	Eficiencia en la administración y gestión de programas de educación digital		0,07	4	0,28
	Infraestructura digital robusta y segura		0,06	3	0,18

<b>PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN ESTRATÉGICA</b>	Existencia de un plan estratégico sólido y a largo plazo que aborda las necesidades cambiantes de la educación digital y alinea las operaciones con las metas y la visión de la corporación.	0,15	0,05	4	0,2
	Eficaz implementación de estrategias de adaptación y reacción rápida ante cambios en el entorno educativo y las tendencias tecnológicas		0,05	4	0,2
	Desarrollo y actualización continua de programas de estudio para reflejar las tendencias y demandas actuales en tecnología y educación digital		0,05	4	0,2
<b>MERCADEO Y CAPTACIÓN</b>	Amplia gama de programas y cursos adaptados a las demandas del mercado laboral digital	0,15	0,05	4	0,2
	Alta tasa de empleabilidad de los graduados en campos digitales y tecnológicos		0,05	3	0,15

	Estrategias de mercadeo y captación efectivas y orientadas a los datos, que resaltan la propuesta de valor única de la institución en el mercado educativo digital		0,05	3	0,15
<b>SALUD FINANCIERA</b>	Alianzas estratégicas con organizaciones y empresas líderes en tecnología y educación digital	0,15	0,05	4	0,2
	Estabilidad financiera sostenida a través de diversas fuentes de ingresos y alta tasa de retención de estudiantes		0,05	3	0,15
	Retorno sobre la inversión educativa, evidenciado por el éxito profesional y financiero de los graduados		0,05	4	0,2
<b>GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO</b>	Personal docente con amplia experiencia y calificaciones en su campo	0,1	0,035	4	0,1
	Planes de desarrollo y capacitación continua para el personal docente y administrativo		0,035	4	0,1
	Liderazgo experimentado con un historial probado en la gestión de instituciones educativas digitales		0,03	3	0,1

<b>TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA</b>	Infraestructura digital robusta y segura	0,1	0,035	4	0,1
	Uso de tecnologías avanzadas para facilitar y mejorar la experiencia de aprendizaje digital		0,035	4	0,1
	Gran cantidad de recursos educativos disponibles para estudiantes y profesores		0,04	3	0,12
<b>INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO</b>	Desarrollo y actualización continua de programas de estudio para reflejar las tendencias y demandas actuales en tecnología y educación digital	0,05	0,017	4	0,07
	Uso de métodos de enseñanza y aprendizaje innovadores y atractivos		0,017	3	0,05
	Incorporación constante de tecnologías emergentes y prácticas pedagógicas innovadoras en la entrega del currículo		0,016	4	0,06
<b>CALIDAD Y ACREDITACIÓN</b>	Fuerte reputación en la comunidad educativa y más allá	0,05	0,017	4	0,07
	Programas de estudio reconocidos y acreditados		0,017	3	0,05
	Alta tasa de empleabilidad de los graduados		0,016	4	0,06

<b>CULTURA ORGANIZACIONAL</b>	Compromiso con la responsabilidad social y ambiental a través de la educación digital	0,05	0,017	4	0,07
	Una cultura organizacional sólida y positiva que promueve la colaboración, la innovación y el aprendizaje continuo		0,017	3	0,05
	Personal docente y administrativo comprometido y motivado		0,016	4	0,06
<b>GESTIÓN DE OPERACIONES</b>	Eficiencia en la administración y gestión de programas de educación digital	0,05	0,017	4	0,07
	Procesos educativos y administrativos eficientes		0,017	3	0,05
	Gran cantidad de recursos educativos disponibles para estudiantes y profesores		0,016	4	0,06

**E. Anexo. Matriz EFI CORPOEDI, debilidades**

**MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS CORPOEDI**

**DEBILIDADES**

Factores-VARIABLES	Características Críticas		Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
<b>DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	Falta de colaboración y sinergias entre diferentes departamentos y programas	0,15	0,05	2	0,1
	Procesos administrativos engorrosos y poco eficientes		0,05	1	0,05
	Desafíos en la gestión del cambio organizacional		0,05	1	0,05
<b>PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN ESTRATÉGICA</b>	Falta de un plan de desarrollo estratégico a largo plazo	0,14	0,04	1	0,04
	Dificultades para adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno educativo y tecnológico		0,05	2	0,1
	Falta de una estrategia de liderazgo y gestión clara		0,05	2	0,1
<b>MERCADEO Y CAPTACIÓN</b>	Falta de reconocimiento y reputación en el mercado educativo	0,13	0,05	2	0,1
	Dificultades en la implementación de estrategias de mercadeo y captación de estudiantes		0,03	1	0,03
	Menor visibilidad y reconocimiento en comparación con otras instituciones similares		0,05	2	0,1

<b>SALUD FINANCIERA</b>	Insuficiente financiamiento o recursos económicos para el crecimiento	0,12	0,04	1	0,04
	Dependencia de fuentes externas de financiamiento		0,04	2	0,08
	Posibles dificultades en la retención y contratación de personal altamente calificado por limitaciones financieras		0,04	2	0,08
<b>GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO</b>	Falta de programas de capacitación para el personal docente y administrativo	0,11	0,04	2	0,08
	Falta de un programa de desarrollo de liderazgo para el personal		0,03	1	0,03
	Necesidad de mejorar las habilidades digitales y de teletrabajo del personal		0,04	2	0,08
<b>TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA</b>	Dificultades en el mantenimiento y actualización de la infraestructura tecnológica	0,1	0,04	2	0,08
	Limitaciones en la infraestructura tecnológica o capacidad de la plataforma		0,04	2	0,08

	Limitaciones en la capacidad de expansión física debido a la ubicación		0,02	1	0,02
<b>INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO</b>	Falta de experiencia en educación a distancia	0,09	0,03	2	0,06
	Falta de programas de estudio en áreas emergentes o de alta demanda		0,03	2	0,06
	Los programas de estudio no se actualizan con frecuencia		0,03	1	0,03
<b>CALIDAD Y ACREDITACIÓN</b>	Falta de acreditaciones o certificaciones de calidad en programas académicos	0,08	0,03	2	0,06
	Baja tasa de empleabilidad de los graduados		0,02	1	0,02
	Falta de un sistema de evaluación y acreditación adecuado		0,03	2	0,06
<b>CULTURA ORGANIZACIONAL</b>	Falta de diversidad en el cuerpo estudiantil y el personal	0,07	0,01	1	0,01
	Barreras en la comunicación interna y externa		0,03	2	0,06
	Necesidad de mejorar la satisfacción y el compromiso del personal		0,03	2	0,06
	Bajo nivel de retención estudiantil	0,06	0,02	2	0,04

<b>GESTIÓN DE OPERACIONES</b>	Limitaciones en la cobertura geográfica o la diversidad de estudiantes	0,02	1	0,02
	Insuficientes recursos educativos para estudiantes y profesores	0,02	2	0,04
		<b>1,05</b>		<b>2,80</b>

**F. Anexo. Matriz EFE CORPOEDI, oportunidades**

<b><i>FACTORES EXTERNOS</i></b>				
<b>FACTOR - VARIABLE</b>	<b>OPORTUNIDADES (+)</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total Ponderado</b>
<b>FACTORES POLÍTICOS</b>	Programas de becas y subsidios gubernamentales: oportunidad de acceder a fondos y recursos proporcionados por el gobierno para desarrollar programas educativos y aumentar el alcance	0,08	2	0,16
	Políticas educativas favorables: apoyo gubernamental a la educación digital y a la formación en el trabajo, generando incentivos y financiamiento	0,08	2	0,16

	Asociaciones público-privadas: colaboración con entidades gubernamentales para implementar programas educativos conjuntos y promover la educación digital en el país	0,06	1	0,06
	Participación en proyectos de desarrollo humano: oportunidad de colaborar con el gobierno en iniciativas de desarrollo humano, brindando programas de formación y capacitación a comunidades desfavorecidas	0,09	2	0,18
<b>FACTORES ECONÓMICOS</b>	Demandas de empleabilidad y habilidades: aumento de la demanda de programas de formación digital debido a las necesidades cambiantes del mercado laboral y la necesidad de habilidades digitales	0,09	4	0,36
	Inversión y financiamiento: oportunidad de acceder a inversores y financiamiento externo para expandir y mejorar la infraestructura tecnológica y la calidad de los programas	0,08	4	0,32
	Alianzas estratégicas con empresas: establecer asociaciones con empresas para ofrecer programas de formación adaptados a las	0,08	3	0,24

	necesidades específicas de la fuerza laboral y aumentar la empleabilidad de los estudiantes			
	Expansión internacional: oportunidad de ampliar el alcance a nivel internacional, ofreciendo programas de formación digital en otros países y aprovechando la demanda global de habilidades en el mercado laboral	0,08	3	0,24
<b>FACTORES SOCIALES</b>	Cambio en la percepción de la educación digital: mayor aceptación y adopción de la educación digital como una alternativa válida y efectiva a la educación tradicional aumentando la demanda	0,06	4	0,24
	Personalización de la educación: posibilidad de adaptar los programas educativos a las necesidades y preferencias individuales de los estudiantes, brindando una experiencia de aprendizaje más personalizada	0,06	4	0,24
	Enfoque en la educación continua: aumento de la conciencia sobre la importancia de la educación continua y el desarrollo profesional a lo largo de la vida	0,06	3	0,18

	Acceso a poblaciones remotas: educación digital permite llegar a poblaciones que de otra manera no tendrían acceso a la educación (ruralidad)	0,06	4	0,24
<b>FACTORES TECNOLÓGICOS</b>	Avances tecnológicos: evolución tecnológica continua brinda oportunidades de adoptar nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial y la realidad virtual	0,09	4	0,36
	Plataformas virtuales y aplicaciones móviles: creciente adopción de plataformas virtuales y aplicaciones móviles brindando la oportunidad de ofrecer programas y servicios accesibles desde cualquier dispositivo y lugar	0,08	4	0,32
	Personalización de la enseñanza: tecnologías educativas avanzadas permiten la personalización de la enseñanza, adaptando el contenido y las metodologías de aprendizaje a las necesidades individuales de los estudiantes	0,08	4	0,32
	Innovación en herramientas de colaboración: desarrollo de herramientas de colaboración en línea, como salas de chat, foros y	0,06	4	0,24

	plataformas de trabajo en grupo fomentando interacción, gamificación y colaboración			
<b>FACTORES ECOLÓGICOS</b>	Educación en sostenibilidad: aumento de la conciencia sobre la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente, oportunidad de ofrecer programas educativos que aborden temas ambientales y promuevan prácticas sostenibles	0,08	2	0,16
	Eficiencia energética: enfoque en la eficiencia energética ofrece oportunidades para implementar tecnologías y prácticas que reduzcan su consumo de energía y minimicen su impacto ambiental	0,08	1	0,08
	Mercado de educación verde: crecimiento del mercado de productos y servicios verdes ofrece oportunidades para desarrollar programas educativos enfocados en habilidades y conocimientos relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental	0,06	2	0,12
	Responsabilidad corporativa: enfoque en la responsabilidad social y ambiental generando una imagen positiva como una institución educativa sostenible	0,06	1	0,06

<b>FACTORES LEGALES</b>	Cooperación con instituciones educativas: oportunidad de establecer colaboraciones y alianzas estratégicas con instituciones educativas reconocidas, tanto a nivel nacional como internacional (calidad y credibilidad)	0,08	4	0,32
	Cumplimiento normativo: enfoque en el cumplimiento de las regulaciones y leyes educativas para que la corporación se distinga como una institución confiable, de calidad y que cumple estándares y lineamientos	0,08	3	0,24
	Protección de datos: cumplimiento de las leyes y regulaciones de protección de datos estableciendo medidas sólidas de seguridad y privacidad de la información de los usuarios (confianza - reputación)	0,06	4	0,24
	Expansión de programas acreditados: oportunidad de obtener acreditaciones reconocidas y ampliar la oferta de programas acreditados aumentando aceptación de programas y credibilidad	0,06	3	0,18
				5,26
	<b>AMENAZAS (-)</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total Ponderado</b>

<b>FACTORES POLÍTICOS</b>	Cambios en las regulaciones gubernamentales: establecimiento de requisitos más estrictos de certificación y acreditación de programas educativos	0,08	4	0,32
	Políticas fiscales desfavorables: aumento de impuestos que podrían afectar negativamente el presupuesto de la corporación y limitar su capacidad de inversión en mejoras y expansión	0,08	2	0,16
	Políticas educativas inconsistentes: cambios frecuentes en las políticas educativas que dificultan la planificación estratégica a largo plazo y la estabilidad del modelo educativo	0,06	4	0,24
	Escasez de financiamiento gubernamental: reducción de los fondos gubernamentales destinados a la educación digital afectando programas y servicios ofrecidos	0,09	2	0,18
<b>FACTORES ECONÓMICOS</b>	Inestabilidad económica: recesión económica que podría reducir la disposición de las personas a invertir en educación y otros servicios	0,09	3	0,27
	Incremento en los costos operativos: aumento en los precios de la energía, el transporte y los recursos tecnológicos	0,08	4	0,32

	Competencia de precios: aparición de competidores que ofrecen servicios similares a precios más bajos	0,08	4	0,32
	Desigualdad económica: brecha de ingresos entre diferentes grupos de la sociedad puede limitar la capacidad de algunas personas para acceder a la educación digital	0,08	4	0,32
<b>FACTORES SOCIALES</b>	Resistencia al aprendizaje en línea: algunas personas pueden tener una preferencia arraigada por la educación tradicional y resistirse a la educación digital	0,06	3	0,18
	Cambios demográficos: disminución en la población de la edad objetivo para los programas	0,06	4	0,24
	Competencia con instituciones educativas tradicionales: universidades y colegios que adoptan programas de educación en línea	0,08	4	0,32
	Cambios en las preferencias de aprendizaje: nuevas generaciones pueden tener preferencias de aprendizaje distintas y requerir enfoques educativos más personalizados	0,08	3	0,24

<b>FACTORES TECNOLÓGICOS</b>	Rápidos avances tecnológicos: obsolescencia de las plataformas y herramientas educativas utilizadas	0,09	4	0,36
	Dependencia de la conectividad: interrupciones en los servicios de Internet y la falta de acceso a una conectividad confiable	0,08	4	0,32
	Competencia tecnológica: surgimiento de nuevas empresas de tecnología educativa con soluciones innovadoras	0,08	3	0,24
	Ciberseguridad: aumento de las amenazas cibernéticas y los ataques a la seguridad de los datos podrían poner en riesgo la confidencialidad y la integridad de la información	0,06	4	0,24
<b>FACTORES ECOLÓGICOS</b>	Cambios en las regulaciones ambientales: nuevas regulaciones relacionadas con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente	0,08	2	0,16
	Escasez de recursos naturales: escasez de recursos naturales, como el agua y la energía, podría aumentar los costos operativos	0,08	1	0,08
	Percepción negativa de la educación digital: algunas personas pueden asociar la educación digital con un mayor consumo de energía y la generación de residuos electrónicos	0,06	2	0,12

	Cambio climático: aumento de los desastres naturales y los eventos climáticos extremos podrían interrumpir la infraestructura tecnológica y las operaciones	0,06	1	0,06
<b>FACTORES LEGALES</b>	Cambios en la legislación de protección de datos: nuevas regulaciones y leyes sobre la privacidad de los datos generando medidas adicionales para garantizar la seguridad y privacidad	0,08	3	0,24
	Regulaciones de propiedad intelectual: posibles disputas legales relacionadas con derechos de autor y propiedad intelectual limitando la publicación y uso de ciertos materiales educativos	0,08	4	0,32
	Requisitos de acreditación y certificación: cambios en los requisitos de acreditación y certificación generando costos y modificaciones en programas y procesos para cumplir con estándares establecidos.	0,08	4	0,32
	Responsabilidad legal: enfrentar acciones legales por reclamaciones de usuarios en relación con la calidad de la educación, la negligencia o discriminación (reputación y finanzas)	0,06	3	0,18
		<b>1,0</b>		<b>5,05</b>

**G. Anexo. Resultados validación V de Aiken Instrumento de medición: encuesta.**

**VALIDACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN - V DE AIKEN**

**MODELO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA CORPORACIÓN  
EDUCATIVA DIGITAL PARA EL TRABAJO Y DESARROLLO HUMANO  
“CORPOEDI”**

<b>Nombre del Evaluador:</b>	<b>Cargo del evaluador:</b>	<b>Fecha de aplicación:</b>
------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

**INSTRUCCIONES:** Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo de preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo **1** totalmente de acuerdo y **0** totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:

Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.

Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.

Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.

A. DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL			EVALUADOR1	EVALUADOR2	EVALUADOR3	EVALUADOR4	EVALUADOR5	V DE AIKEN
Preguntas	1	¿La estructura organizativa de la corporación facilita la toma de decisiones y el flujo de información?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	2	¿Se promueve la colaboración y el trabajo en equipo entre las distintas áreas y niveles de la organización?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	3	¿Se cuenta con una estructura organizativa ágil y flexible que	1,00	1,00	1,00	1,00	0,67	0,93

		permita adaptarse a cambios y nuevas oportunidades?						
	4	¿Se realizan evaluaciones periódicas del diseño y estructura organizacional para identificar áreas de mejora?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
	5	¿Se asignan roles y responsabilidades de forma clara y efectiva dentro de la organización?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
<b>B. PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN ESTRATÉGICA</b>			<b>EVALUADOR1</b>	<b>EVALUADOR2</b>	<b>EVALUADOR3</b>	<b>EVALUADOR4</b>	<b>EVALUADOR5</b>	<b>V DE AIKEN</b>
<b>Preguntas</b>	1	¿La corporación cuenta con un plan estratégico claro y definido?	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,93</b>

	2	¿La visión y la misión de la corporación están alineadas con el plan estratégico planteado?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
	3	¿Se establecen objetivos y metas específicas, medibles, alcanzables, relevantes y temporales?	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	<b>0,80</b>
	4	¿Se realizan seguimientos y evaluaciones periódicas de la implementación y el progreso del plan estratégico?	1,00	0,50	1,00	1,00	1,00	<b>0,90</b>
	5	¿Se promueve la participación de los diferentes niveles y áreas de la organización en la planificación y ejecución de la estrategia?	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,93</b>

	6	¿Se cuenta con mecanismos efectivos de comunicación interna para garantizar la comprensión y el compromiso con la estrategia?	0,67	1,00	1,00	0,67	1,00	<b>0,87</b>
<b>C. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO</b>			<b>EVALUADOR1</b>	<b>EVALUADOR2</b>	<b>EVALUADOR3</b>	<b>EVALUADOR4</b>	<b>EVALUADOR5</b>	<b>V DE AIKEN</b>
<b>Preguntas</b>	1	¿Se cuenta con procesos efectivos de selección y contratación?	0,67	1,00	1,00	0,33	1,00	<b>0,80</b>
	2	¿Se implementan estrategias efectivas para la retención de personal?	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,93</b>
	3	¿Se promueve el desarrollo de habilidades y competencias a través de capacitación y formación continua?	0,33	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,87</b>

4	¿En las evaluaciones de desempeño y se brindan retroalimentaciones claras y constructivas a los empleados?	0,33	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,87</b>
5	¿Se reconoce y recompensa el rendimiento individual de los empleados?	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,93</b>
6	¿Se reconoce y recompensa el rendimiento, contribuciones y resultados individuales y grupales?	0,67	1,00	1,00	1,00	0,00	<b>0,73</b>
7	¿Se promueve un ambiente laboral estable?	0,67	1,00	1,00	0,67	1,00	<b>0,87</b>
8	¿Las dinámicas y modelos de trabajo son inclusivos, respetuosos y seguros para todos los empleados?	0,67	0,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,73</b>

D. CULTURA ORGANIZACIONAL			EVALUADOR1	EVALUADOR2	EVALUADOR3	EVALUADOR4	EVALUADOR5	V DE AIKEN
Preguntas	1	¿Se cuenta con una cultura organizacional clara y coherente, basada en valores y principios compartidos?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	2	¿Se promueve la transparencia, la ética, la integridad y la responsabilidad social en todas las áreas y niveles de la organización?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
	3	¿Se fomenta el aprendizaje organizacional y la mejora continua?	0,67	1,00	1,00	0,67	1,00	0,87
	4	¿Se brinda autonomía al empleado para la toma de riesgos calculados - controlados?	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	0,93



3	¿Se utilizan herramientas digitales y redes sociales para atraer, motivar y retener prospectos, estudiantes e interesados?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
4	¿Se promueven alianzas y convenios con otras instituciones y organizaciones para aumentar la visibilidad y el alcance de la corporación?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
5	¿Se cuenta con un proceso de seguimiento y análisis de la satisfacción de los prospectos, estudiantes e interesados y sus necesidades?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
<b>F. CALIDAD Y ACREDITACIÓN</b>		<b>EVALUADOR1</b>	<b>EVALUADOR2</b>	<b>EVALUADOR3</b>	<b>EVALUADOR4</b>	<b>EVALUADOR5</b>	<b>V DE AIKEN</b>

<b>Preguntas</b>	1	¿La corporación tiene un enfoque en la calidad y la excelencia en sus programas y servicios?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
	2	¿Se cuenta con un sistema de aseguramiento de calidad y procesos de autoevaluación?	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,93</b>
	3	¿Se busca la acreditación nacional e internacional de los programas y la institución?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
	4	¿La corporación se mantiene actualizada con relación a las regulaciones y normativas del sector ESAL (Entidades Sin Animo de Lucro) y educativo ETDH (Educación para el	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>

		Trabajo y el Desarrollo Humano)?						
	5	¿Se promueve una cultura de mejora continua y aprendizaje organizacional?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
<b>G. INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO</b>			<b>EVALUADOR1</b>	<b>EVALUADOR2</b>	<b>EVALUADOR3</b>	<b>EVALUADOR4</b>	<b>EVALUADOR5</b>	<b>V DE AIKEN</b>
<b>Preguntas</b>	1	¿Cómo calificaría el nivel de innovación en la corporación y el fomento de la creación y adopción de nuevas ideas y tecnologías?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
	2	¿Cómo calificaría la gestión y distribución del conocimiento dentro de la organización?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
	3	¿Qué nivel de procesos y recursos estarían disponibles	1,00	0,00	1,00	0,33	1,00	<b>0,67</b>

		para el aprendizaje y el desarrollo profesional continuo de los empleados?						
	4	¿Cómo calificaría la capacidad de la corporación para adaptarse rápidamente a los cambios en la tecnología y en el entorno de mercado?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
	5	¿Cómo calificaría la medición y el fomento de la eficacia de la innovación y la gestión del conocimiento?	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,93</b>
<b>H. TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA</b>			<b>EVALUADOR1</b>	<b>EVALUADOR2</b>	<b>EVALUADOR3</b>	<b>EVALUADOR4</b>	<b>EVALUADOR5</b>	<b>V DE AIKEN</b>
<b>Preguntas</b>	1	¿Cómo calificaría las tecnologías clave utilizadas en la	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>0,93</b>

	corporación y su mantenimiento al día?							
2	¿Cómo calificaría la gestión y mantenimiento de la infraestructura tecnológica y física de la corporación?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>	
3	¿Cómo calificaría el nivel de inversión en tecnología e infraestructura y cómo se compara con las normas del sector?	1,00	1,00	1,00	1,00	0,67	<b>0,93</b>	
4	¿Cómo calificaría la gestión de la seguridad de la información y las medidas tomadas para prevenir y responder a las amenazas de seguridad?	1,00	1,00	1,00	1,00	0,67	<b>0,93</b>	



	márgenes de beneficio en la corporación?						
3	¿Cómo describiría la diversificación de la cartera de ingresos de la corporación?	1,00	1,00	1,00	0,33	1,00	<b>0,87</b>
4	¿Cómo se compara la generación de flujo de caja de la corporación con sus necesidades de inversión y crecimiento?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
5	¿Cuál es el retorno de las inversiones realizadas por la corporación y hay áreas de subrendimiento que necesitan ser abordadas?	0,67	1,00	1,00	0,67	1,00	<b>0,87</b>
<b>J. GESTIÓN DE OPERACIONES</b>		<b>EVALUADOR1</b>	<b>EVALUADOR2</b>	<b>EVALUADOR3</b>	<b>EVALUADOR4</b>	<b>EVALUADOR5</b>	<b>V DE AIKEN</b>

<b>Preguntas</b>	1	¿Cómo se evalúa la eficiencia de las operaciones actuales y qué métricas se utilizan para medir la productividad?	1,00	1,00	1,00	0,67	0,33	<b>0,80</b>
	2	¿Qué sistemas y tecnologías están en uso para apoyar las operaciones y cómo se mantienen actualizados?	1,00	1,00	1,00	1,00	0,33	<b>0,87</b>
	3	¿Cómo se gestiona la calidad en la corporación y qué estándares se utilizan?	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	<b>1,00</b>
	4	¿Qué procesos de mejora continua están en lugar y cómo se fomentan?	0,67	1,00	0,00	1,00	1,00	<b>0,73</b>
	5	¿Cómo se maneja la capacidad operativa y qué estrategias se	1,00	1,00	1,00	1,00	0,33	<b>0,87</b>



**H. Anexo. Instrumento para evaluación del diseño modelo direccionamiento estratégico**

<b>INSTRUMENTO PARA LA EVALUACIÓN DEL DISEÑO MODELO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO CORPOEDI</b>	
<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
Nombre de la empresa:	Corporación Educativa Digital para el Trabajo y Desarrollo Humano – CORPOEDI
Integrantes del grupo de trabajo:	1. Carlos Fernando Torres Velásquez
Los principales productos que ofrece la empresa son:	Diseño y desarrollo de programas de formación - educación para el trabajo y el desarrollo humano bajo metodología virtual en diversas áreas de conocimiento
	Construcción de contenidos académicos e instruccionales
	Diseño, desarrollo y virtualización de contenidos
	Diseño y desarrollo de Simuladores y laboratorios virtuales
	Diseño, desarrollo e implementación de Analítica de Datos para instituciones educativas y empresas (Inteligencia de Negocios "BI")
	Formación especializada en idiomas, seguridad y salud en el trabajo, habilidades blandas, aseguramiento de la calidad organizacional e iniciativas EdTech, entre otras.
	Iniciativas de Transformación Digital



Evaluar cuál es el modelo de direccionamiento estratégico ideal para que la corporación CORPOEDI defina sus procesos organizacionales, orientados a la pertinencia y posicionamiento de la educación digital para el trabajo y el desarrollo humano (ETDH), calificando según opción acorde con el grado de importancia, de la siguiente forma: 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Neutral, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo.

A. DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	Promedio General
<b>PREGUNTAS</b>	
6. ¿La corporación posee una estructura organizacional que facilita la toma de decisiones y el flujo de información?	<b>3,9</b>
7. ¿Se promueve la colaboración y el trabajo en equipo entre las distintas áreas y niveles de la organización?	
8. ¿La corporación cuenta con una estructura organizativa ágil y flexible?	
9. ¿Se realizan evaluaciones periódicas del diseño y estructura organizacional?	
10. ¿Se asignan roles y responsabilidades de forma clara y efectiva?	

Promedio	Moda	Media	Mediana
2,3	3,0	1,8	3,0
2,3	3,0	1,8	3,0
2,2	3,0	1,7	3,0

2,3	3,0	1,9	3,0
2,2	3,0	1,8	2,5

B. PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN ESTRATÉGICA	Promedio General
<b>PREGUNTAS</b>	
11. ¿La corporación cuenta con un plan estratégico claro y definido?	<b>3,9</b>
12. ¿La visión y misión de la corporación están alineadas con el plan estratégico?	
13. ¿La corporación establece objetivos y metas claras?	
14. ¿Se realizan seguimientos y evaluaciones periódicas del plan estratégico?	
15. ¿Se promueve la participación activa en la planificación y ejecución estratégica?	

Promedio	Moda	Media	Mediana
2,2	3,0	1,8	2,0
2,0	3,0	1,6	2,0
2,5	3,0	2,0	3,0
2,3	3,0	1,9	3,0

2,5	3,0	2,0	3,0
-----	-----	-----	-----

<b>C. EDUCACIÓN VIRTUAL</b>		<b>Promedio General</b>
<b>PREGUNTAS</b>		
16. ¿La corporación tiene una comprensión clara de las necesidades territoriales en educación a distancia?		<b>3,9</b>
17. ¿La estrategia de educación virtual de la corporación es efectiva para satisfacer las demandas educativas territoriales?		

<b>Promedio</b>	<b>Moda</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>
2,6	3,0	2,2	3,0
2,4	3,0	1,9	3,0

<b>D. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO</b>		<b>Promedio General</b>
<b>PREGUNTAS</b>		
18. ¿La corporación tiene procesos efectivos de selección y contratación?		<b>3,9</b>
19. ¿Se implementan estrategias para la retención de personal?		
20. ¿Se promueve el desarrollo de habilidades y competencias?		

21. ¿Las evaluaciones de desempeño brindan retroalimentaciones claras?	
22. ¿Se reconoce y recompensa el rendimiento de los empleados?	

Promedio	Moda	Media	Mediana
2,4	3,0	2,0	3,0
2,5	3,0	2,0	3,0
2,4	3,0	1,9	3,0
2,6	3,0	2,3	3,0
2,4	3,0	1,9	3,0

E. CULTURA ORGANIZACIONAL		Promedio General
<b>PREGUNTAS</b>		
23. ¿La corporación tiene una cultura organizacional clara y coherente?		<b>4,0</b>
24. ¿Se promueve la transparencia, ética, integridad y responsabilidad social?		
25. ¿Se fomenta el aprendizaje organizacional y la mejora continua?		
26. ¿Se brinda autonomía al empleado para tomar decisiones?		
27. ¿El ambiente de trabajo incentiva la creatividad y la innovación?		

Promedio	Moda	Media	Mediana
2,4	3,0	1,8	3,0
2,5	3,0	2,1	3,0
2,5	3,0	2,0	3,0
2,3	3,0	1,8	2,5
2,4	3,0	2,0	3,0

F. MERCADEO Y CAPTACIÓN		Promedio General
<b>PREGUNTAS</b>		
28. ¿La corporación tiene una estrategia de mercadeo y comunicación efectiva?		<b>3,9</b>
29. ¿Se cuenta con una propuesta de valor clara y atractiva?		
30. ¿Se utilizan herramientas digitales y redes sociales efectivamente?		
31. ¿Se promueven alianzas y convenios con otras instituciones?		
32. ¿Se realiza seguimiento y análisis de la satisfacción de los interesados?		

Promedio	Moda	Media	Mediana
2,4	3,0	1,9	3,0
2,4	3,0	2,0	3,0

2,6	3,0	2,2	3,0
2,6	3,0	2,1	3,0
2,6	3,0	2,1	3,0

<b>G. CALIDAD Y ACREDITACIÓN</b>		<b>Promedio General</b>
<b>PREGUNTAS</b>		
33. ¿La corporación tiene un enfoque en la calidad y excelencia?		<b>3,9</b>
34. ¿Se cuenta con un sistema de aseguramiento de calidad?		
35. ¿Se busca la acreditación nacional e internacional?		
36. ¿La corporación se mantiene actualizada con las regulaciones?		
37. ¿Se promueve una cultura de mejora continua?		

<b>Promedio</b>	<b>Moda</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>
2,5	3,0	2,0	3,0
2,5	3,0	2,1	3,0
2,5	3,0	2,2	3,0
2,6	3,0	2,1	3,0
2,5	3,0	1,9	3,0

<b>H. INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO</b>	<b>Promedio General</b>
<b>PREGUNTAS</b>	
38. ¿La corporación fomenta la creación y adopción de nuevas ideas?	<b>4,0</b>
39. ¿Se gestiona y distribuye el conocimiento eficientemente?	
40. ¿Se disponen de recursos para el aprendizaje y desarrollo profesional?	
41. ¿La corporación se adapta rápidamente a los cambios tecnológicos?	
42. ¿Se mide y fomenta la eficacia de la innovación?	

<b>Promedio</b>	<b>Moda</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>
2,4	3,0	1,9	3,0
2,5	3,0	2,0	3,0
2,2	3,0	1,8	3,0
2,5	3,0	2,0	3,0
2,4	3,0	1,9	3,0

<b>I. TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA</b>	<b>Promedio General</b>
<b>PREGUNTAS</b>	

43. ¿La corporación utiliza tecnologías clave actualizadas?	<b>4,0</b>
44. ¿Se gestiona y mantiene la infraestructura tecnológica?	
45. ¿Se invierte adecuadamente en tecnología e infraestructura?	
46. ¿Se gestiona eficientemente la seguridad de la información?	
47. ¿Se utiliza la tecnología para apoyar los objetivos de la corporación?	

Promedio	Moda	Media	Mediana
2,5	3,0	2,0	3,0
2,3	3,0	1,8	3,0
2,3	3,0	1,8	3,0
2,5	3,0	2,1	3,0
2,5	3,0	2,0	3,0

J. SALUD FINANCIERA	Promedio General
<b>PREGUNTAS</b>	
48. ¿La estructura de capital favorece la estabilidad financiera?	<b>3,8</b>
49. ¿Los ingresos son suficientes para cubrir los costos?	
50. ¿La corporación tiene una cartera de ingresos diversificada?	

51. ¿El flujo de caja satisface las necesidades de inversión?	
52. ¿El retorno sobre las inversiones es satisfactorio?	

Promedio	Moda	Media	Mediana
2,6	3,0	2,2	3,0
2,4	3,0	2,0	3,0
2,6	3,0	2,3	3,0
2,6	3,0	2,3	3,0
2,6	3,0	2,1	3,0

K. GESTIÓN DE OPERACIONES	Promedio General
<b>PREGUNTAS</b>	
53. ¿Se tienen métricas claras para evaluar la eficiencia?	<b>3,9</b>
54. ¿Se utilizan sistemas y tecnologías actualizadas?	
55. ¿Se siguen estándares específicos para gestionar la calidad?	
56. ¿Se tienen procesos de mejora continua?	
57. ¿Se gestiona eficientemente la capacidad operativa?	

3,9

<b>Promedio</b>	<b>Moda</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>
2,4	3,0	1,9	3,0
2,2	3,0	1,7	2,0
2,4	3,0	1,9	3,0
2,4	3,0	2,0	3,0
2,4	3,0	2,0	3,0

## I. Anexo. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

### CINCO FUERZAS DE PORTER

#### 1. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES

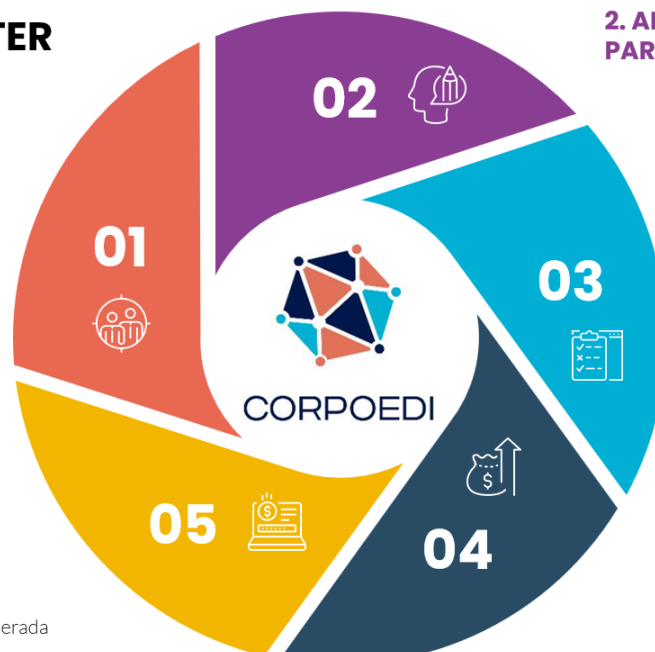
Fuerza: Moderada

**Descripción:** Aunque CORPOEDI cuenta con una amplia gama de programas y una sólida reputación en la comunidad educativa, enfrenta una competencia creciente de otras instituciones educativas, tanto tradicionales como digitales. Sin embargo, su enfoque en la educación digital y su compromiso con la innovación podrían ayudar a diferenciarla en el mercado.

#### 5. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Fuerza: Moderada

**Descripción:** El poder de negociación de los clientes es moderado, ya que los estudiantes tienen una variedad de opciones en el mercado educativo digital. Sin embargo, la reputación de CORPOEDI, su enfoque en la empleabilidad y su compromiso con la calidad educativa pueden influir en la decisión de los estudiantes al elegir programas de formación.



#### 2. AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES

Fuerza: Moderada

**Descripción:** La amenaza de nuevos participantes es significativa, especialmente con el crecimiento de la demanda de educación digital y el desarrollo de nuevas tecnologías educativas. CORPOEDI podría enfrentar la entrada de nuevas empresas tecnológicas o instituciones educativas que ofrecen programas similares.

#### 3. AMENAZA DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS

Fuerza: Alta

**Descripción:** La amenaza de productos o servicios sustitutos es alta, especialmente con la proliferación de plataformas educativas en línea y programas de formación digital. CORPOEDI debe innovar constantemente y ofrecer valor agregado para mantener su relevancia en un mercado saturado de opciones.

#### 4. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

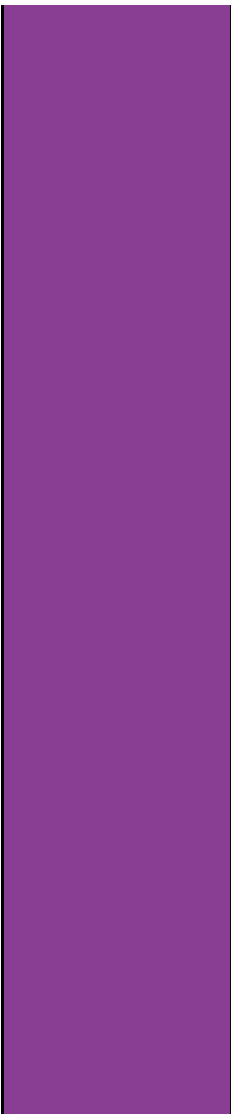
Fuerza: Baja

**Descripción:** CORPOEDI tiene cierta ventaja en el poder de negociación con proveedores, especialmente en términos de tecnología y contenido educativo, debido a sus alianzas estratégicas y estabilidad financiera. Sin embargo, la dependencia de proveedores externos podría ser una vulnerabilidad si surge algún problema en la cadena de suministro.

**J. Anexo. Despliegue Estratégico**

PLATAFORMA ESTRATÉGICA	TEMAS ESTRATÉGICOS CLAVE	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	METAS	ACCIONES OPERATIVAS
<p><b>MISIÓN</b></p> <p>En CORPOEDI,</p> <p>fusionamos</p> <p>educación y</p> <p>tecnología para</p>	<p>Tema estratégico 1 - Innovación educativa: adaptar programas y metodologías educativas a las demandas actuales mediante la actualización continua de los planes de estudio, la integración de tecnologías emergentes y la</p>	<p>Objetivo estratégico 1: actualizar el 50% de los programas de estudio en 12 meses para integrar tecnologías y metodologías innovadoras, adaptándolos a las demandas del mercado educativo digital</p>	<p>Estrategia 1.1: implementar un programa de formación continua para docentes, enfocado en la actualización de habilidades pedagógicas y el uso efectivo de herramientas TIC en el aula virtual</p>	<p>Meta 1.1.1: capacitar al 100% de los docentes en el uso avanzado de herramientas tecnológicas relevantes para la educación digital en un plazo de 12 meses.</p>	<p>Diseñar un programa de capacitación integral que incluya sesiones presenciales y virtuales, tutoriales en línea y materiales de referencia en los dos primeros meses</p> <p>Programar sesiones de capacitación permanentes y obligatorias para los docentes, con horarios flexibles para adaptarse</p>

<p><b>transformar vidas,</b> impulsando el <b>desarrollo</b> integral, la productividad, la equidad y la</p>	<p>exploración de nuevas formas de entrega de contenido</p>				<p>a sus necesidades, durante los siguientes 12 meses</p>
				<p><b>Meta 1.1.2:</b> incrementar en un 30% la eficacia de la incorporación y uso de herramientas tecnológicas por parte de los docentes en la mejora del proceso de enseñanza- aprendizaje en los próximos 18 meses</p>	<p>Establecer un sistema de retroalimentación continua donde los docentes puedan proporcionar comentarios sobre la efectividad del programa de capacitación y solicitar asistencia adicional en cualquier momento</p>
					<p>Asignar un equipo de soporte y asistencia técnico dedicado para resolver rápidamente los</p>

<p>transformación de realidades en nuestras comunidades y territorios.</p>				<p>problemas y preguntas de los docentes relacionados con el uso de herramientas tecnológicas, disponible durante todo el período de capacitación</p>
		<p><b>Estrategia 1.2:</b> crear un laboratorio de innovación educativa dentro de CORPOEDI, donde se experimente con nuevas metodologías de enseñanza, evaluación y</p>	<p><b>Meta 1.2.1:</b> lanzar al menos cinco proyectos piloto de nuevas metodologías de enseñanza en el primer año de funcionamiento del laboratorio</p>	<p>Identificar áreas de oportunidad y tendencias educativas emergentes mediante análisis de mercado y consultas con expertos en el primer trimestre</p> <p>Seleccionar y capacitar equipos multidisciplinarios de docentes y especialistas</p>

		colaboración en línea		<p>en tecnología para diseñar e implementar los proyectos piloto en los próximos dos trimestres</p>
			<p><b>Meta 1.2.2:</b> obtener retroalimentación positiva de al menos el 80% de los participantes en los proyectos piloto sobre la efectividad de las nuevas metodologías en un plazo de 6 meses después de su implementación</p>	<p>Diseñar encuestas de retroalimentación estructurada que evalúen la satisfacción, efectividad y usabilidad de las nuevas metodologías de enseñanza en el quinto mes</p>
				<p>Realizar reuniones de seguimiento con los participantes de los proyectos piloto para</p>

					<p>recopilar retroalimentación cualitativa adicional y sugerencias de mejora en el sexto mes</p>
			<p><b>Estrategia 1.3:</b> establecer alianzas con instituciones de ETDH, investigación y desarrollo para participar en proyectos conjuntos que impulsen la innovación en la educación digital</p>	<p><b>Meta 1.3.1:</b> formalizar acuerdos de colaboración con dos instituciones de ETDH e investigación líderes en educación digital en los próximos 12 meses</p>	<p>Identificar y contactar instituciones de investigación relevantes mediante revisión de literatura y referencias en el primer trimestre.</p> <p>Programar reuniones de negociación y establecer acuerdos formales de colaboración, detallando objetivos, responsabilidades y</p>

					<p>plazos, en el segundo y tercer trimestre.</p>
				<p><b>Meta 1.3.2:</b> participar en al menos tres proyectos conjuntos de investigación y desarrollo en el campo de la educación digital en los próximos 2 años, con al menos uno de ellos llevado a cabo en colaboración con ambas instituciones aliadas</p>	<p>Analizar las áreas de interés común y oportunidades de colaboración con las instituciones aliadas para identificar proyectos potenciales en el primer semestre</p> <p>Formar equipos de trabajo multidisciplinarios y asignar recursos necesarios para la ejecución de los proyectos seleccionados en el segundo semestre</p>



	<p>crecimiento de CORPOEDI</p>	<p>clave en los próximos 12 meses</p>		<p><b>Meta 2.1.2:</b> priorizar y seleccionar a los tres socios más adecuados para establecer relaciones estratégicas en un plazo de 3 meses, basándose en criterios de alineación con los objetivos y valores de CORPOEDI, así como en la viabilidad de la colaboración</p>	<p>Desarrollar un conjunto de criterios de evaluación claros y objetivos basados en alineación de objetivos, capacidad de colaboración y viabilidad financiera en el primer mes</p> <hr/> <p>Realizar reuniones de evaluación con los posibles socios estratégicos, utilizando los criterios definidos, y seleccionar a los tres más adecuados en el segundo mes</p>
--	------------------------------------	---	--	--	--

		<p><b>Estrategia 2.2:</b> establecer convenios de colaboración a largo plazo con instituciones educativas reconocidas para intercambiar conocimientos y recursos</p>	<p><b>Meta 2.2.1:</b> firmar acuerdos de colaboración con al menos dos instituciones educativas reconocidas en el próximo año, detallando áreas específicas de intercambio de conocimientos, recursos y experiencias</p>	<p>Establecer un equipo de trabajo dedicado, compuesto por representantes de CORPOEDI y de las instituciones educativas objetivo, en el primer trimestre</p> <hr/> <p>Programar reuniones periódicas entre los equipos de ambas partes para discutir áreas de colaboración potenciales, identificar intereses compartidos y negociar los términos de los acuerdos en los próximos seis meses</p>
--	--	--	--	--

			<p><b>Meta 2.2.2:</b>                  implementar un plan de seguimiento y evaluación para garantizar que los convenios firmados se cumplan satisfactoriamente y se fortalezcan las relaciones a largo plazo</p>	<p>Desarrollar un sistema de seguimiento que incluya hitos específicos, responsables designados y métricas de éxito para cada acuerdo firmado en el primer semestre</p> <hr/> <p>Establecer revisiones periódicas de progreso y evaluaciones de desempeño conjunto con las instituciones colaboradoras para identificar áreas de mejora y fortalecer las relaciones a lo largo del año</p>
--	--	--	---	--

		<p><b>Estrategia 2.3:</b> participar activamente en eventos y conferencias del sector para establecer contactos y fortalecer relaciones con líderes en tecnología y educación</p>	<p><b>Meta 2.3.1:</b> asistir y participar como ponente en al menos tres eventos y conferencias del sector educativo y tecnológico en los próximos 12 meses</p>	<p>Investigar y seleccionar eventos y conferencias relevantes para la industria educativa y tecnológica en los próximos tres meses</p> <hr/> <p>Preparar material promocional y contenido relevante para la presentación en los eventos seleccionados, asegurando una representación efectiva de CORPOEDI en cada uno</p>
			<p><b>Meta 2.3.2:</b> establecer un mínimo de 20</p>	<p>Designar un equipo de representantes de CORPOEDI con</p>

			<p>nuevos contactos con líderes en tecnología y educación en cada evento participado, con el objetivo de iniciar conversaciones y explorar oportunidades de trabajo colaborativo</p>	<p>habilidades de networking para interactuar con los asistentes y establecer conexiones significativas durante los eventos</p> <hr/> <p>Programar reuniones individuales o sesiones de seguimiento con los contactos más prometedores para discutir posibles oportunidades de colaboración en las semanas posteriores a cada evento</p>
--	--	--	--	--

<p><b>Tema estratégico</b>  <b>3 - Diferenciación y propuesta de valor única:</b>                  definir y comunicar la singularidad de CORPOEDI, resaltando su liderazgo, infraestructura tecnológica y compromiso con la innovación y calidad educativa, para destacarse en el mercado de educación y</p>	<p><b>Objetivo estratégico 3:</b>                  definir y comunicar claramente la propuesta de valor única de CORPOEDI a través de una campaña de marketing en línea y otros medios convencionales, aumentando el reconocimiento de la marca en un 20% para el finales del año 2025</p>	<p><b>Estrategia 3.1:</b>                  desarrollar un plan de marketing centrado en destacar la experiencia educativa personalizada y la infraestructura tecnológica avanzada de CORPOEDI</p>	<p><b>Meta 3.3.1:</b> elaborar un plan de marketing detallado en los próximos 3 meses, que incluya la creación de materiales promocionales, campañas en redes sociales y estrategias de posicionamiento de marca</p>	<p>Designar un equipo de marketing interdisciplinario para colaborar en la elaboración del plan, incluyendo expertos temáticos, expertos en diseño gráfico, redes sociales y estrategia de marca</p> <p>Realizar un análisis exhaustivo del mercado y de la competencia para identificar oportunidades y desafíos clave que guíen el desarrollo del plan de marketing</p>
---	--	---	--	---

	transformación digital		<p><b>Meta 3.3.2:</b> lanzar una campaña publicitaria centrada en resaltar la experiencia educativa personalizada de CORPOEDI en un plazo de 6 meses, con un alcance mínimo del 80% de la audiencia objetivo</p>	<p>Desarrollar contenido visual atractivo y mensajes claros que comuniquen la propuesta de valor única de CORPOEDI y su enfoque en la personalización educativa y transformación digital</p> <p>Implementar la campaña en múltiples canales de comunicación, como redes sociales, anuncios en línea y colaboraciones con influencers, con el objetivo de alcanzar al</p>
--	---------------------------	--	--	--

					<p>menos al 80% de la audiencia objetivo dentro del plazo establecido</p>
			<p><b>Estrategia 3.2:</b> crear un programa de testimonios de estudiantes y casos de éxito para respaldar la reputación de calidad educativa y liderazgo en el mercado</p>	<p><b>Meta 3.2.1:</b> identificar y recopilar testimonios de al menos 10 interesados (grupos de interés) destacados y casos de éxito de CORPOEDI en los próximos 4 meses</p>	<p>Establecer un equipo encargado de identificar y contactar a los grupos de interés destacados - exitosos de CORPOEDI para solicitar sus testimonios</p> <p>Diseñar un cuestionario estructurado para entrevistar a los interesados seleccionados, enfocado en recopilar información relevante sobre su</p>

				experiencia educativa, en TIC y logros profesionales
			<b>Meta 3.2.2:</b> utilizar los testimonios y casos de éxito recopilados para crear materiales promocionales, como videos, publicaciones en redes sociales y folletos, que se distribuirán en diversos canales de comunicación en un plazo de 6 meses	Designar un equipo creativo para desarrollar materiales promocionales atractivos, como videos testimoniales, publicaciones en redes sociales y folletos impresos, utilizando los testimonios y casos de éxito recopilados  Planificar una estrategia de distribución de estos materiales promocionales en

					<p>diversos canales de comunicación, incluyendo el sitio web de CORPOEDI, sus redes sociales, eventos educativos y ferias de reclutamiento</p>
			<p><b>Estrategia 3.3:</b> ofrecer becas y oportunidades de aprendizaje experiencial para demostrar el compromiso de CORPOEDI con la innovación y la</p>	<p><b>Meta 3.3.1:</b> establecer un programa de becas para estudiantes sobresalientes en situación de necesidad económica en los próximos 3 meses, con un objetivo de al menos</p>	<p>Crear un comité de selección de becas compuesto por representantes de CORPOEDI y expertos externos en educación y asistencia estudiantil para establecer los criterios de elegibilidad y el proceso de solicitud</p>

	excelencia académica	20 becas otorgadas en el primer año	Diseñar una campaña de divulgación para promover el programa de becas, utilizando diversos canales de comunicación, como el sitio web de CORPOEDI, redes sociales, correos electrónicos y comunicados de prensa, con el fin de alcanzar a estudiantes potenciales
		<p><b>Meta 3.3.2:</b></p> desarrollar e implementar un programa de aprendizaje	Identificar empresas y organizaciones asociadas dispuestas a participar en el programa de aprendizaje

			<p>experiencial, como pasantías o proyectos de investigación, para al menos 50 estudiantes en el próximo año, en colaboración con empresas y organizaciones asociadas</p>	<p>experiencial, estableciendo acuerdos formales que detallen los roles y responsabilidades de ambas partes</p> <hr/> <p>Diseñar un plan de implementación del programa de aprendizaje experiencial que incluya la selección de estudiantes participantes, la asignación de proyectos o pasantías relevantes, la programación de actividades de seguimiento y la</p>
--	--	--	---	--



	<p>y de transformación digital, consolidando su posición competitiva</p>	<p>proyectos en el transcurso de los próximos 6 meses</p>			<p>comprender las preferencias y necesidades de la comunidad en línea, lo que servirá de base para la creación de contenido relevante y atractivo</p>
				<p><b>Meta 4.1.2:</b> publicar al menos 3 experiencias destacadas por semana en las redes sociales de CORPOEDI durante los próximos 6 meses, con un aumento del 20% en</p>	<p>Diseñar un calendario editorial detallado que especifique el contenido de cada publicación, incluyendo fechas de publicación, temas relevantes y formatos de contenido variados para mantener el interés de la audiencia.</p>

			la participación de los usuarios	Implementar un sistema de monitoreo y análisis de la participación de los usuarios en las redes sociales de CORPOEDI, utilizando métricas como me gusta, comentarios, compartidos y menciones, para evaluar el impacto de las publicaciones y realizar ajustes según sea necesario para alcanzar el objetivo de aumento del 20%.
		<b>Estrategia 4.2:</b> colaborar con	<b>Meta 4.2.1:</b> identificar y	Realizar una investigación exhaustiva

		<p>influencers y expertos en educación y transformación digital para amplificar el alcance y credibilidad de la marca en el mercado</p>	<p>establecer colaboraciones con al menos 3 influencers relevantes en educación digital en los próximos 3 meses.</p>	<p>para identificar a los influencers más relevantes y adecuados para la marca CORPOEDI, teniendo en cuenta su audiencia, contenido y valores alineados con los de la corporación</p> <hr/> <p>Establecer contacto con los influencers seleccionados a través de correos electrónicos personalizados o mensajes directos en redes sociales, presentando la propuesta de</p>
--	--	---	--	---

				<p>colaboración y los beneficios mutuos de trabajar y cooperar juntos</p>
			<p><b>Meta 4.2.2:</b> publicar contenido colaborativo con influencers y expertos en educación y transformación digital en los canales de CORPOEDI al menos una vez al mes durante el próximo año</p>	<p>Programar reuniones regulares con los influencers y expertos para discutir temas de interés, oportunidades de colaboración y detalles logísticos para la creación y publicación de contenido conjunto</p>
				<p>Crear un calendario editorial y audiovisual que incluya fechas de colaboración, temas</p>

					<p>específicos a tratar, formatos de contenido y canales de publicación, asegurando una planificación adecuada y una variedad de contenido a lo largo del año</p>
			<p><b>Estrategia 4.3:</b> participar en eventos y conferencias relevantes para establecer CORPOEDI como un líder de referencia en el campo de la</p>	<p><b>Meta 4.3.1:</b> identificar y seleccionar al menos 5 eventos y conferencias relevantes en educación y transformación digital para</p>	<p>Realizar una investigación exhaustiva de eventos y conferencias relacionados con la educación y transformación digital, incluyendo ferias comerciales, simposios, encuentros académicos</p>

		educación (ETDH) y la transformación digital	participar en los próximos 6 meses	y de TIC, para identificar al menos 5 opciones relevantes
				Evaluar cada evento en función de criterios como la relevancia temática, el alcance esperado, el perfil de los asistentes y el costo de participación, priorizando aquellos que ofrezcan la mejor oportunidad de networking y visibilidad para CORPOEDI
			<b>Meta 4.3.2:</b> realizar presentaciones en al menos 3 de los	Preparar presentaciones de alta calidad que destaquen los logros,

			<p>eventos seleccionados para posicionar a CORPOEDI como un líder de referencia en el campo de la educación digital y transformación digital en el próximo año</p>	<p>innovaciones y propuestas de CORPOEDI en el ámbito de la educación y transformación digital, adaptadas a cada evento y audiencia específica</p> <hr/> <p>Coordinar con los organizadores de los eventos seleccionados para asegurar un espacio en el programa y promover la participación activa de CORPOEDI en paneles, mesas redondas o sesiones de presentación,</p>
--	--	--	--	--

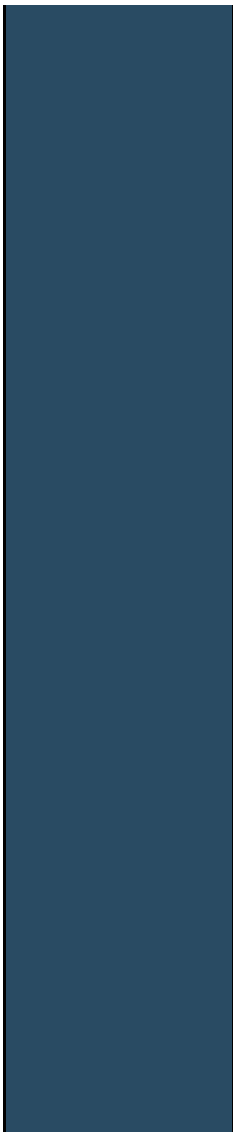


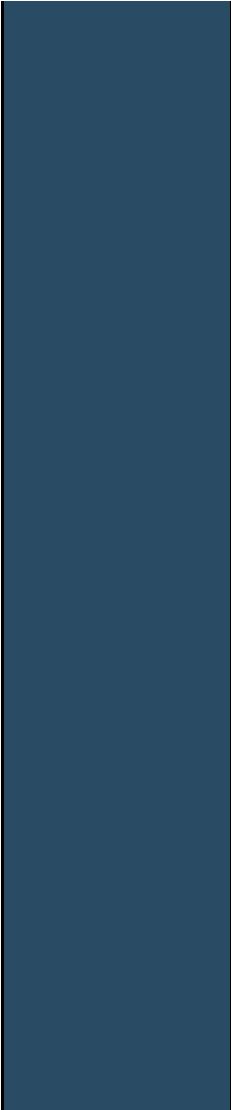
experiencia estudiantil enriquecedora que promueva el aprendizaje, la incorporación de TICs y el desarrollo integral	permanencia estudiantil en un 15%	iniciativas según sus necesidades y preferencias		Diseñar y distribuir el formulario de retroalimentación a través de múltiples canales de comunicación digital, como correos electrónicos institucionales, mensajes en el aula virtual y publicaciones en redes sociales, asegurando una alta tasa de participación estudiantil y socios estratégicos
	<b>Meta 5.1.2:</b> recopilar y analizar	Establecer un equipo dedicado para		

			<p>al menos 100 respuestas de retroalimentación de los estudiantes y socios estratégicos en el primer trimestre y utilizarlas para realizar ajustes en los programas educativos e iniciativas de negocio</p>	<p>monitorear continuamente la recopilación de respuestas del formulario, asignando responsabilidades claras para la revisión y clasificación de las respuestas según temas relevantes</p> <p>Programar reuniones periódicas del equipo para analizar los datos recopilados, identificar áreas clave de mejora y desarrollar un plan de acción detallado que incluya pasos</p>
--	--	--	--	--

				<p>específicos para implementar los ajustes necesarios en los programas educativos e iniciativas de negocio</p>
		<p><b>Estrategia 5.2:</b> establecer un centro de recursos en línea que brinde apoyo académico, orientación profesional, apropiación de TIC y acceso a comunidades de aprendizaje colaborativas</p>	<p><b>Meta 5.2.1:</b> diseñar y lanzar el centro de recursos en línea de CORPOEDI en los próximos 3 meses</p>	<p>Crear un equipo multidisciplinario que incluya expertos en educación y transformación digital, diseñadores web y desarrolladores de contenido para colaborar en el diseño y desarrollo del centro de recursos</p> <p>Establecer un cronograma detallado</p>

				<p>que incluya hitos específicos para la creación de contenido, desarrollo de la plataforma y pruebas de usabilidad, asegurando el cumplimiento del plazo de lanzamiento</p>
<p><b>VISIÓN</b></p> <p>Para 2030, CORPOEDI será</p>			<p><b>Meta 5.2.1:</b> proporcionar acceso a recursos actualizados y relevantes para al menos 500 estudiantes e interesados dentro del primer año de</p>	<p>Desarrollar un plan de promoción y difusión del centro de recursos, que incluya campañas de correo electrónico, anuncios en redes sociales y sesiones de capacitación para estudiantes e interesados sobre cómo</p>

<p>líder regional y nacional en educación digital para el trabajo y desarrollo humano. Nos consolidaremos</p>			operación del centro de recursos	acceder y utilizar los recursos disponibles
				<p>Establecer métricas de seguimiento para monitorear el número de visitantes únicos, la frecuencia de uso y la retroalimentación de los estudiantes y demás interesados, y realizar ajustes en el contenido y la accesibilidad según sea necesario para garantizar que se cumpla la meta de 500 usuarios atendidos</p>
		<p><b>Estrategia 5.3:</b> organizar eventos y</p>	<p><b>Meta 5.3.1:</b> planificar y ejecutar</p>	<p>Formar un comité de eventos compuesto por</p>

<p>como referente en transformación digital, creando oportunidades educativas y laborales para las</p>		<p>actividades extracurriculares que fomenten la interacción entre estudiantes y promuevan un sentido de pertenencia a la comunidad educativa de CORPOEDI</p>	<p>al menos 3 eventos extracurriculares dentro del próximo semestre académico</p>	<p>representantes de diferentes áreas de CORPOEDI para idear, planificar y coordinar los eventos extracurriculares</p>
				<p>Establecer un calendario detallado que incluya fechas de eventos, temas, ubicaciones, presupuestos y responsabilidades del personal, asegurando una ejecución fluida y oportuna</p>
		<p><b>Meta 5.3.2:</b> aumentar la participación</p>	<p>Desarrollar una estrategia de marketing integral que utilice una</p>	

<p>comunidades menos favorecidas. Nuestro compromiso fortalecerá el</p>			<p>estudiantil en los eventos extracurriculares en un 30% en comparación con el año anterior mediante campañas de promoción y compromiso</p>	<p>combinación de correos electrónicos, carteles, redes sociales y anuncios en el campus virtual para promover los eventos y generar interés entre los estudiantes Organizar actividades de pre-evento, como concursos en redes sociales, sorteos de premios y sesiones informativas, para involucrar activamente a los estudiantes y fomentar su participación en los</p>
---	--	--	--	--

<p>desarrollo sostenible, la innovación y la competitividad en cada territorio que impactamos.</p>					eventos extracurriculares
	<p><b>Tema estratégico</b> 6 - Gestión del cambio organizacional: desarrollar e implementar estrategias para abordar la falta de colaboración y procesos ineficientes, promoviendo una cultura de innovación y aprendizaje continuo con apoyo</p>	<p><b>Objetivo estratégico 6:</b> realizar sesiones de capacitación trimestrales para todos los empleados sobre colaboración, innovación y gestión del cambio, con una participación mínima del 90% de los colaboradores e interesados en cada</p>	<p><b>Estrategia 6.1:</b> implementar programas de formación y desarrollo del personal para mejorar las habilidades de colaboración, liderazgo y gestión del cambio</p>	<p><b>Meta 6.1.1:</b> diseñar un plan de formación para el personal en los próximos 2 meses, identificando áreas clave de desarrollo</p>	<p>Realizar un análisis de necesidades de formación para identificar las áreas de desarrollo prioritarias basadas en las habilidades actuales del personal y los objetivos estratégicos de CORPOEDI</p> <p>Formar un equipo multidisciplinario que incluya representantes de recursos humanos, líderes de área y expertos en desarrollo</p>

	<p>y recursos para facilitar la adaptación al cambio</p>	<p>sesión durante el próximo año</p>			<p>organizacional para diseñar un plan de formación integral que aborde las necesidades identificadas</p>
				<p><b>Meta 6.1.2:</b> capacitar al menos al 80% del personal en habilidades de colaboración, liderazgo y gestión del cambio en el primer año de implementación del programa</p>	<p>Implementar sesiones de formación interactivas y prácticas centradas en habilidades de colaboración, liderazgo y gestión del cambio, utilizando métodos como estudios de caso, simulaciones y talleres prácticos</p>
					<p>Establecer indicadores clave de desempeño (KPIs) para monitorear</p>

					<p>el progreso de la capacitación y asegurar que al menos el 80% del personal complete con éxito los programas de formación dentro del plazo establecido</p>
			<p><b>Estrategia 6.2:</b> establecer equipos multifuncionales dedicados a la mejora continua de los procesos internos y la implementación de iniciativas de cambio</p>	<p><b>Meta 6.2.1:</b> formar equipos multifuncionales en cada área organizacional dentro de los próximos 3 meses</p>	<p>Identificar y designar líderes de equipo en cada área clave de la corporación, responsables de liderar la formación y coordinación de equipos multifuncionales</p> <hr/> <p>Organizar sesiones de capacitación para los miembros del equipo,</p>

				<p>centradas en el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo, comunicación efectiva, colaboración interdepartamental y uso eficiente de TIC</p>
			<p><b>Meta 6.2.2:</b> implementar al menos 2 iniciativas de cambio lideradas por equipos multifuncionales en el primer semestre de su establecimiento</p>	<p>Facilitar reuniones regulares de los equipos multifuncionales para identificar oportunidades de mejora, desarrollar soluciones innovadoras y diseñar planes de implementación detallados</p>

					<p>Establecer un sistema de seguimiento para evaluar el progreso de las iniciativas de cambio, identificar posibles desafíos y ajustar las estrategias según sea necesario para garantizar el éxito de la implementación</p>
			<p><b>Estrategia 6.3:</b> fomentar una cultura organizacional abierta al cambio mediante la celebración de sesiones de lluvia</p>	<p><b>Meta 6.3.1:</b> realizar al menos 4 sesiones de lluvia de ideas y 6 foros de discusión en el próximo año para promover la participación del</p>	<p>Programar y organizar las sesiones de lluvia de ideas de manera regular, abordando temas específicos relacionados con el cambio organizacional y fomentando la</p>

		<p>de ideas, foros de discusión y reconocimiento del éxito en la adaptación a nuevos procesos</p>	<p>personal en el proceso de cambio</p>	<p>participación activa del personal en la generación de ideas</p> <p>Facilitar foros de discusión periódicos donde los empleados puedan expresar sus opiniones, plantear inquietudes y compartir sugerencias sobre el proceso de cambio, creando un ambiente abierto y receptivo para el intercambio de ideas</p> <p><b>Meta 6.3.2:</b> reconocer públicamente a los equipos y empleados</p> <p>Establecer criterios claros para reconocer y premiar el desempeño excepcional y la</p>
--	--	---	---	---

			que demuestren una adaptación exitosa a los nuevos procesos en al menos dos ocasiones durante el próximo año	contribución al cambio organizacional, asegurando que los logros sean transparentes y equitativos para todos los empleados  Organizar sesiones de reconocimiento regulares donde se destaquen los éxitos individuales y de equipo en la adaptación a los nuevos procesos, celebrando los hitos alcanzados y reforzando una cultura de aprecio y
--	--	--	--	---

					reconocimiento dentro de la organización
	<p><b>Tema estratégico</b></p> <p><b>7 - Sostenibilidad financiera y diversificación de ingresos:</b></p> <p>implementar estrategias para mejorar la salud financiera, como diversificación de fuentes de ingresos, búsqueda de financiamiento externo y optimización de costos, asegurando</p>	<p><b>Objetivo estratégico 7:</b></p> <p>aumentar los ingresos no derivados de matrículas en un 30% mediante la diversificación de fuentes de ingresos y la implementación de nuevos proyectos y programas de financiamiento en los próximos 2 años</p>	<p><b>Estrategia 7.1:</b></p> <p>expandir la oferta de programas de educación continua y certificaciones profesionales para generar ingresos adicionales y llegar a nuevos segmentos de mercado</p>	<p><b>Meta 7.1.1:</b></p> <p>desarrollar al menos 3 nuevos programas de educación continua en los próximos 6 meses</p>	<p>Conformar equipos interdisciplinarios de expertos en educación y tecnología para diseñar los contenidos y estructuras curriculares de los nuevos programas, asignando responsabilidades claras y plazos definidos para cada etapa del proceso de desarrollo</p> <p>Establecer un proceso de revisión y retroalimentación que involucre a partes</p>

	estabilidad y capacidad de inversión para el crecimiento de CORPOEDI			interesadas internas y externas para asegurar la relevancia, calidad y alineación con las necesidades del mercado de cada nuevo programa, realizando ajustes según las recomendaciones recibidas
			<p><b>Meta 7.1.2:</b> aumentar los ingresos generados por programas de certificación en un 20% en el próximo año fiscal</p>	Realizar un análisis detallado de los programas de certificación existentes para identificar áreas de mejora y oportunidades de expansión, centrándose en

					<p>segmentos de mercado con alta demanda y potencial de crecimiento</p> <hr/> <p>Implementar estrategias de marketing y promoción dirigidas a aumentar la visibilidad y el atractivo de los programas de certificación, utilizando canales digitales, alianzas estratégicas y campañas publicitarias para llegar a nuevos públicos y fomentar la inscripción y participación</p>
--	--	--	--	--	--

		<p><b>Estrategia 7.2:</b>                  buscar alianzas con entidades gubernamentales y organizaciones internacionales para acceder a fondos y subvenciones destinados al desarrollo educativo y transformación digital</p>	<p><b>Meta 7.2.1:</b>                  establecer contacto con al menos 5 entidades gubernamentales y 3 organizaciones internacionales en los próximos 3 meses</p>	<p>Identificar y priorizar las entidades gubernamentales y organizaciones internacionales relevantes, considerando su enfoque en educación, tecnología y desarrollo</p> <p>Diseñar un plan de comunicación y networking que incluya la participación en eventos y conferencias, el envío de propuestas formales de colaboración y la realización de reuniones</p>
--	--	--	--	---

					<p>con representantes clave de las entidades seleccionadas</p>
				<p><b>Meta 7.2.2:</b> obtener fondos o subvenciones de al menos 2 de estas entidades dentro del próximo año fiscal</p>	<p>Elaborar propuestas de proyectos sólidas y alineadas con las prioridades y objetivos de las entidades gubernamentales y organizaciones internacionales identificadas, destacando los beneficios y el impacto esperado de la colaboración con CORPOEDI</p>

					<p>Establecer relaciones de confianza y seguimiento con los contactos clave en las entidades objetivo, brindando información adicional según sea necesario y demostrando el compromiso de CORPOEDI con la ejecución exitosa de los proyectos propuestos</p>
			<p><b>Estrategia 7.3:</b> Optimizar los procesos internos de gestión financiera y control de costos para maximizar la</p>	<p><b>Meta 7.3.2:</b> implementar un nuevo sistema de gestión financiera dentro de los próximos 6 meses</p>	<p>Realizar un análisis exhaustivo de los sistemas de gestión financiera disponibles en el mercado y seleccionar la opción</p>

			eficiencia operativa y la rentabilidad.	para mejorar la eficiencia en la asignación de recursos	más adecuada para las necesidades específicas de CORPOEDI
					Establecer un equipo de implementación encargado de configurar y desplegar el nuevo sistema, asignando roles y responsabilidades claras y estableciendo un cronograma detallado para la ejecución del proyecto
				<b>Meta 7.3.3:</b> reducir los costos operativos en un 15% en el próximo año mediante la	Realizar una auditoría detallada de los gastos operativos actuales, identificando áreas de redundancia,

			identificación y eliminación de áreas de gasto innecesario.	ineficiencia o gastos no críticos para el funcionamiento de CORPOEDI
				Implementar un plan de acción que incluya medidas como la renegociación de contratos, la optimización de procesos internos y la consolidación de proveedores para reducir los costos operativos sin comprometer la calidad ni los servicios ofrecidos

<p><b>Tema estratégico</b>  <b>8 - Innovación tecnológica y ciberseguridad:</b>                  invertir en tecnologías emergentes y medidas, estrategias y programas de ciberseguridad para mejorar la calidad educativa digital y proteger los datos de colaboradores y grupos de interés de CORPOEDI</p>	<p><b>Objetivo estratégico 8:</b>                  implementar medidas y estrategias de ciberseguridad y TIC apropiadas, logrando una reducción del 25% en incidentes de seguridad informática y automatización de procesos dentro de los próximos 12 meses</p>	<p><b>Estrategia 8.1:</b>                  establecer un equipo de investigación y desarrollo dedicado a la evaluación y adopción de tecnologías emergentes en el ámbito educativo</p>	<p><b>Meta 8.1.1:</b>                  contratar al menos 2 especialistas en tecnologías emergentes en los próximos 3 meses</p>	<p>Realizar un análisis de las necesidades tecnológicas actuales y futuras de CORPOEDI para determinar las habilidades específicas requeridas en los nuevos especialistas</p> <p>Lanzar un proceso de reclutamiento activo, incluyendo la publicación de ofertas de trabajo en plataformas especializadas, la participación en eventos de reclutamiento y la búsqueda proactiva de</p>
--	---	--	---	--

					<p>candidatos cualificados en el mercado</p>
				<p><b>Meta 8.1.2:</b> desarrollar e implementar al menos una nueva tecnología educativa emergente en el próximo año</p>	<p>Realizar un estudio de viabilidad para evaluar diferentes tecnologías educativas emergentes y seleccionar aquella que mejor se adapte a las necesidades y objetivos de CORPOEDI</p>
					<p>Establecer un equipo interdisciplinario de desarrollo de productos, asignando roles y responsabilidades claras y estableciendo hitos y plazos para el diseño, desarrollo y prueba de la</p>

					<p>nueva tecnología educativa</p>
			<p><b>Estrategia 8.2:</b> implementar protocolos de seguridad informática robustos, incluyendo cifrado de datos, autenticación multifactor y capacitación continua en concienciación sobre ciberseguridad para</p>	<p><b>Meta 8.2.1:</b> realizar sesiones de capacitación en concienciación sobre ciberseguridad para todo el personal en los próximos 6 meses</p>	<p>Elaborar un plan de capacitación detallado que aborde los conceptos básicos de ciberseguridad, las mejores prácticas de prevención de amenazas y la identificación de posibles ataques</p> <p>Programar y llevar a cabo sesiones de capacitación periódicas, utilizando material didáctico interactivo y ejemplos relevantes para garantizar la</p>

		<p>el personal y los estudiantes</p>	<p><b>Meta 8.2.2:</b> asegurar que todos los datos estudiantiles estén cifrados y protegidos mediante autenticación multifactor dentro de los próximos 6 meses</p>	<p>comprensión y retención del personal</p> <hr/> <p>Realizar una auditoría exhaustiva de los sistemas y bases de datos existentes para identificar áreas de vulnerabilidad y determinar los requisitos específicos de seguridad de la información</p> <hr/> <p>Implementar soluciones de cifrado de datos y autenticación multifactor en todos los sistemas relevantes, asegurándose de que</p>
--	--	--------------------------------------	--	--

				<p>cumplan con los estándares de seguridad y privacidad de la información</p>
			<p><b>Estrategia 8.3:</b> establecer un programa piloto de implementación de tecnologías emergentes como realidad virtual, aumentada e inteligencia en el aula digital para mejorar la interactividad y la experiencia de aprendizaje de los</p>	<p><b>Meta 8.3.1:</b> implementar con éxito el programa piloto de tecnologías emergentes en al menos el 30% de las aulas digitales de CORPOEDI en un plazo de 6 meses</p>
				<p>Seleccionar las aulas digitales participantes y coordinar la instalación e implementación de las tecnologías emergentes en un plazo de 3 meses</p>
				<p>Proporcionar capacitación especializada al personal docente y técnico sobre el uso y mantenimiento de las nuevas tecnologías en un plazo de 2 meses</p>

			<p>estudiantes, explorando nuevas formas de integrar las TIC en la enseñanza</p>	<p><b>Meta 8.3.2:</b> evaluar la efectividad del programa piloto en un plazo de 9 meses, mediante la recopilación y análisis de datos de rendimiento estudiantil y retroalimentación de los docentes y estudiantes</p>	<p>Diseñar y distribuir encuestas de retroalimentación para recopilar opiniones y sugerencias de docentes y estudiantes sobre la experiencia con las tecnologías emergentes en un plazo de 6 meses</p> <hr/> <p>Analizar los datos recopilados y realizar ajustes y mejoras en el programa piloto según los resultados obtenidos en un plazo de 3 meses</p>
	<p><b>Tema estratégico 9 - Sostenibilidad y responsabilidad</b></p>	<p><b>Objetivo estratégico 9:</b> lanzar un programa</p>	<p><b>Estrategia 9.1:</b> integrar prácticas de reciclaje y</p>	<p><b>Meta 9.1.1:</b> establecer un programa de</p>	<p>Realizar un inventario de las instalaciones de CORPOEDI para</p>

	<p><b>social:</b> integrar prácticas sostenibles en las operaciones de CORPOEDI, promoviendo la responsabilidad social y ambiental mediante iniciativas educativas y buenas prácticas digitales en las comunidades donde opera</p>	<p>de voluntariado corporativo que involucre al menos al 80% de los colaboradores y grupos de interés de CORPOEDI en actividades formativas y comunitarias en el próximo año 2025</p>	<p>reducción de residuos en las operaciones diarias de CORPOEDI para minimizar su impacto ambiental</p>	<p>reciclaje en todas las instalaciones de CORPOEDI en los próximos 3 meses</p>	<p>identificar áreas clave donde se pueda implementar el programa de reciclaje</p>
				<p><b>Meta 9.1.2:</b> reducir el consumo de papel en un 50% mediante la implementación</p>	<p>Establecer protocolos de reciclaje claros y accesibles para todo el personal, incluyendo la colocación de contenedores de reciclaje y la divulgación de pautas de clasificación de residuos</p> <p>Evaluar los procesos operativos actuales que involucran el uso de papel y identificar áreas</p>

			de procesos digitales en todas las áreas operativas en el próximo año	donde se puedan digitalizar los documentos y procesos
			Implementar soluciones digitales, como software de gestión documental y firmas electrónicas, para reducir la dependencia del papel y fomentar el uso de medios digitales para la comunicación y el almacenamiento de información	
		<b>Estrategia 9.2:</b> colaborar con ONGs y organizaciones comunitarias para	<b>Meta 9.2.1:</b> establecer una asociación con al menos tres ONGs locales para lanzar	Identificar y contactar a tres ONGs locales con experiencia en programas educativos para comunidades

	lanzar programas de educación gratuita y becas destinados a comunidades menos favorecidas	programas educativos gratuitos en comunidades menos favorecidas en los próximos 6 meses	vulnerables en un plazo de 2 meses
			Organizar reuniones con representantes de las ONGs seleccionadas para discutir posibles colaboraciones y establecer acuerdos formales de asociación en los próximos 4 meses
		<b>Meta 9.2.2:</b> otorgar becas completas a al menos 20 estudiantes de comunidades menos favorecidas para el próximo ciclo académico	Diseñar criterios claros de elegibilidad para las becas, basados en necesidad económica y mérito académico, en un plazo de 1 mes
			Lanzar una convocatoria de solicitudes de becas

					<p>dirigida a estudiantes de comunidades vulnerables y seleccionar a los beneficiarios en función de los criterios establecidos en los próximos 3 meses</p>
			<p><b>Estrategia 9.3:</b> implementar políticas de voluntariado corporativo que permitan a los empleados dedicar tiempo y recursos a proyectos sociales y ambientales en sus</p>	<p><b>Meta 9.3.1:</b> organizar al menos un evento de voluntariado corporativo al mes, con la participación de al menos el 50% de los colaboradores</p>	<p>Crear un calendario de eventos de voluntariado corporativo para el año, identificando actividades y fechas específicas en un plazo de 1 mes</p> <p>Promover activamente la participación en los eventos de voluntariado</p>

		<p>comunidades locales.</p>		<p>corporativo a través de comunicaciones internas, incentivos y reconocimientos en el transcurso del año</p>
			<p><b>Meta 9.3.2:</b> donar recursos equivalentes al 1% de las ganancias anuales de CORPOEDI a organizaciones sociales y ambientales locales en el próximo año</p>	<p>Establecer un comité de responsabilidad social corporativa para identificar organizaciones locales alineadas con los valores de CORPOEDI en un plazo de 1 mes</p> <p>Formalizar acuerdos de donación con las organizaciones seleccionadas y asignar los recursos financieros</p>

				en función de las ganancias anuales en los próximos 2 meses
--	--	--	--	---

K. Anexo. Tablero de comando extendido (BSC - SIMEG).

		MAPA ESTRATÉGICO		TABLERO DE COMANDO EXTENDIDO (BSC - SIMEG) CORPOEDI										
				DESAFÍO ESTRATÉGICO	OBJETIVO	INDICADOR DE GESTIÓN	BASE (KPI)	META	FRECUENCIA					
FINANCIERA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	Sostenibilidad financiera y diversificación de ingresos		1	Diversificar Fuentes de Ingresos	1	Expandir líneas de negocio	1	Porcentaje de Ingresos provenientes de Nuevas Líneas de Negocio	1	Ingresos Totales	1	Alcanzar un 15% de ingresos provenientes de nuevas líneas de negocio en el próximo año fiscal	1	Mensual
	Sostenibilidad y responsabilidad social		2	Mejorar Eficiencia Financiera	2	Optimizar procesos financieros	2	Índice de Eficiencia Financiera	2	Costos Operativos Totales	2	Mejorar el índice de eficiencia financiera en un 10% en los próximos dos años	2	Trimestral
			3	Optimizar Costos Operativos	3	Reducir gastos no esenciales	3	Porcentaje de Reducción de Gastos no Esenciales	3	Gastos Operativos Totales	3	Reducir los gastos no esenciales en un 20% en el próximo año	3	Mensual
			4	Promover Inclusión Educativa	4	Ampliar acceso a la educación	4	Tasa de Participación de Estudiantes en Programas Educativos	4	Número Total de Estudiantes Matriculados	4	Aumentar la tasa de participación en un 25% en el próximo semestre	4	Trimestral
			5	Implementar Prácticas Sostenibles	5	Reducir huella ambiental	5	Toneladas de Emisiones de CO2 Reducidas	5	Toneladas de Emisiones de CO2 Generadas	5	Reducir las emisiones de CO2 en un 30% en los próximos tres años	5	Semestral
			6	Fomentar Responsabilidad Ambiental	6	Impulsar iniciativas ecológicas	6	Número de Iniciativas Ecológicas Implementadas	6	Total de Iniciativas Ecológicas	6	Implementar al menos 5 nuevas iniciativas ecológicas en el próximo año fiscal	6	Annual
CLIENTES Y REFERENCIAL COMPETITIVO	Desarrollo de alianzas estratégicas		1	Establecer colaboraciones sólidas	1	Fortalecer alianzas con instituciones educativas	1	Porcentaje de cumplimiento de acuerdos con aliados estratégicos	1	Total de Acuerdos Firmados	1	Alcanzar un 90% de cumplimiento de los acuerdos firmados en el próximo año fiscal	1	Trimestral
	Mejora de la experiencia estudiantil		2	Expandir la red de socios estratégicos	2	Desarrollar relaciones con empresas del sector tecnológico	2	Número de nuevas alianzas establecidas	2	total de Nuevos Socios Estratégicos	2	Establecer al menos 10 nuevas alianzas en el próximo año calendario	2	Annual
			3	Mejorar la relación con aliados clave	3	Establecer colaboraciones con organismos gubernamentales	3	Índice de satisfacción de los aliados estratégicos	3	Encuestas de Satisfacción de Aliados	3	Mantener un índice de satisfacción por encima del 80% en los próximos dos años	3	Semestral
			4	Mejorar la satisfacción estudiantil	4	Implementar programas de tutoría personalizada	4	Índice de satisfacción estudiantil	4	Encuestas de Satisfacción Estudiantil	4	Alcanzar un índice de satisfacción del 90% en el próximo año académico	4	Trimestral
			5	Personalizar la experiencia de aprendizaje	5	Desarrollar un sistema de retroalimentación continua	5	Tasa de retención estudiantil	5	Total de Estudiantes Matriculados	5	Aumentar la tasa de retención en un 15% en el próximo año académico	5	Annual
			6	Aumentar la retención estudiantil	6	Ofrecer actividades extracurriculares enriquecedoras	6	Porcentaje de estudiantes participantes en actividades extracurriculares	6	Total de Estudiantes Inscritos actividades extracurriculares	6	Aumentar la participación en actividades extracurriculares en un 20% en el próximo semestre	6	Mensual
PROCESOS INTERNOS Y COMPETITIVA	Diferenciación y propuesta de valor única		1	Aumentar la cantidad de procesos documentados	1	Aumentar la cantidad de procesos documentados	1	% Procesos Documentados	1	Número de Procesos Documentados	1	Aumentar la cantidad de procesos documentados en un 25%	1	Semestral
	Fortalecimiento de la marca y reputación		2	Desarrollo de productos distintivos	2	Diseñar productos diferenciados	2	Número de productos diferenciados lanzados al mercado	2	Total de nuevos productos introducidos	2	Lanzar al menos 3 productos diferenciados por año	2	Annual
			3	Mejora continua de servicios	3	Optimizar la calidad del servicio	3	Calidad del servicio percibida por los clientes	3	Encuestas de satisfacción de clientes	3	Mantener una calificación promedio de satisfacción del 90% o superior	3	Trimestral
			4	Posicionamiento de marca	4	Mejorar el posicionamiento de la marca	4	Índice de posicionamiento de marca	4	Estudios de percepción de marca	4	Mejorar el índice de posicionamiento en un 15%	4	Annual
			5	Gestión de la reputación	5	Gestionar proactivamente la reputación	5	Índice de reputación de la marca	5	Análisis de medios y redes sociales	5	Mantener un índice de reputación del 85% o superior	5	Trimestral
			6	Ampliación del reconocimiento	6	Aumentar el reconocimiento de la marca	6	Cobertura mediática y presencia en redes sociales	6	Número de menciones en medios y presencia en redes sociales	6	Aumentar la cobertura en un 25%	6	Mensual
CAPITAL INTELECTUAL Y CRECIMIENTO ORGANIZACIONAL	Innovación educativa, tecnológica y ciberseguridad		1	Fomento de la innovación educativa	1	Promover la adopción de prácticas innovadoras en la educación	1	Porcentaje de profesores que implementan prácticas innovadoras en el aula	1	Encuestas de adopción de innovación	1	Alcanzar un 70% de profesores adoptando prácticas innovadoras	1	Semestral
	Mejora continua de la tecnología		2	Actualizar y optimizar la infraestructura tecnológica	2	Tasa de actualización de la infraestructura tecnológica	2	Número de actualizaciones realizadas	2	Mantener una tasa de actualización del 90%	2	Trimestral		
	Reforzamiento de la ciberseguridad		3	Fortalecer la protección cibernética de la organización	3	Índice de seguridad cibernética	3	Resultados de auditorías de ciberseguridad	3	Mantener un índice de ciberseguridad del 95% o superior	3	Semestral		
	Promoción de una cultura de cambio		4	Fomentar la aceptación del cambio dentro de la organización	4	Índice de aceptación del cambio	4	Encuestas de satisfacción y actitud	4	Alcanzar un índice de aceptación del 80% o superior	4	Trimestral		
	Desarrollo de habilidades de adaptación		5	Capacitar al personal en habilidades de adaptación y flexibilidad	5	Tasa de participación en programas de capacitación y desarrollo de habilidades de adaptación	5	Número de empleados participantes	5	Lograr una tasa de participación del 70%	5	Annual		
	Facilitación de la comunicación interna		6	Mejorar los canales de comunicación interna	6	Índice de efectividad de la comunicación interna	6	Encuestas de satisfacción y percepción	6	Mantener un índice de efectividad del 85%	6	Trimestral		