

Práctica empresarial para promover el emprendimiento de la comunidad universitaria en la página web UIS compra UIS.

Autores

Herney Téllez Jerez, Ivonne Yannibe Hernández Serrano, Laura Melissa Ortiz Franco.

Trabajo de grado para optar el título de profesionales en Gestión Empresarial.

Director

Margarita Rodríguez Villabona

Magister en e-learning de la Universidad Abierta de Cataluña (UOC)

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2022

Dedicatoria

Este trabajo de Practica empresarial lo dedicamos principalmente a Dios todopoderoso, por ser nuestra fortaleza y fuente de apoyo cuando sentíamos que no podríamos alcanzar nuestros sueños y metas.

Agradecimientos

A la universidad industrial de Santander que nos permitió ser parte de ella brindándonos la oportunidad de ser mejores personas, logrando con satisfacción uno de nuestros peldaños a cumplir, la coordinación académica del IPRED, la ingeniera Margarita que estuvo allí para darnos las pautas finales que a su vez fueron esenciales para la culminación de este proyecto de grado, el cual fue realizado de forma conjunta con estudiantes de sistemas, a ellos también un agradecimiento por que con el esfuerzo, trabajo en equipo que realizamos logramos impactar y llegar a estudiantes emprendedores que antes no habían conocido sobre este proyecto de UIS COMPRA UIS, a cada una de nuestra familia que estuvieron allí apoyándonos de forma moral cada día, con entusiasmo y alegría animándonos en cada momento para seguir adelante y por ultimo a cada uno de nosotros que estuvimos siempre presentes en las adversidades superando cada uno de los objetivos plasmados, muchas gracias.

Tabla de Contenido

| | | Pág. |
|--------------------|--|-------------|
| Introducción | | 14 |
| 1 | Generalidades..... | 16 |
| 1.1 | Descripción del Problema..... | 16 |
| 1.1.1 | Preguntas de Investigación | 18 |
| 1.2 | Objetivos..... | 19 |
| 1.2.1 | Objetivo General..... | 19 |
| 1.2.2 | Objetivos Específicos..... | 19 |
| 1.3 | Marco teórico | 19 |
| 1.3.1 | Antecedentes investigativos..... | 19 |
| 1.4 | Marco Contextual..... | 23 |
| 1.5 | Marco Legal y Normativo..... | 24 |
| 2 | Diseño de Herramientas Basadas en Prototipos de Software. | 26 |
| 2.1 | Planificación | 26 |
| 2.2 | Diseño y Construcción..... | 26 |
| 2.3 | Revisión Prototipo Inicial y Correcciones | 27 |
| 2.4 | Prototipo Final | 32 |
| 2.5 | Referentes de Plataformas de Visibilidad de Emprendimientos Aplicadas por Otras Universidades..... | 35 |
| 3 | Base de datos e identificación y clasificación de emprendimientos. | 41 |
| 3.1 | Actualización de base de datos | 41 |
| 3.2 | Identificación y clasificación de los emprendimientos..... | 41 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.2.1 | Encuesta de Satisfacción..... | 45 |
| 4 | Proceso de selección de los Emprendimientos. | 49 |
| 4.1.1 | Criterios de selección..... | 50 |
| 4.1.2 | Redes Sociales. | 51 |
| 4.1.3 | Categorías del emprendimiento. | 51 |
| 4.1.4 | Lugares de Envío. | 54 |
| 4.1.5 | Tiempo de entrega..... | 54 |
| 4.1.6 | Métodos de pago. | 55 |
| 4.1.7 | Tiempo de funcionamiento | 56 |
| 5 | Acciones Ejecutadas Para la Campaña de difusión Digital. | 62 |
| 5.1 | Pieza publicitaria..... | 62 |
| 5.2 | Publicidad de página web. | 67 |
| 6 | Conclusiones..... | 69 |
| 7 | Recomendaciones | 72 |
| 8 | Referencias Bibliográficas..... | 76 |
| 9 | Apéndices..... | 79 |

Lista de Tablas

| | Pág. |
|--|-------------|
| Tabla 1. <i>Marco normativo para el emprendimiento en Colombia</i> | 24 |
| Tabla 2. <i>Lista de emprendedores</i> | 43 |
| Tabla 3 <i>Calificación ponderada.</i> | 50 |
| Tabla 4 <i>Calificación redes sociales.</i> | 51 |
| Tabla 5 <i>Calificación categoría de emprendimiento.</i> | 52 |
| Tabla 6 <i>Calificación lugares de envió.</i> | 54 |
| Tabla 7 <i>Calificación tiempo de entrega.</i> | 55 |
| Tabla 8 <i>Calificación métodos de pago.</i> | 55 |
| Tabla 9 <i>calificación tiempo de funcionamiento.</i> | 56 |
| Tabla 10 <i>Posicionamiento en el ranking de emprendedores.</i> | 58 |

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 *Diagrama de proceso selección de emprendedores.* 49

Ilustración 2 *Diagrama proceso aplicación de criterios.* 57

Lista de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. <i>Vista Preliminar página web</i> | 28 |
| Figura 2. <i>Vista Preliminar Sitio Móvil</i> | 29 |
| Figura 3. <i>Segunda Vista Preliminar página web</i> | 30 |
| Figura 4. <i>Segunda Vista Preliminar sitio móvil</i> | 31 |
| Figura 5. <i>Comunicación vía WhatsApp con los emprendedores</i> | 33 |
| Figura 6. <i>Vista Final de la Página Web y La Aplicación Móvil</i> | 34 |
| Figura 7. <i>Modelo Actual de UIS COMPRA UIS</i> | 35 |
| Figura 8. <i>Campaña Emprendedora UNAD</i> | 37 |
| Figura 9. <i>Directorio Empresarial UCC</i> | 38 |
| Figura 10. <i>Página de Centro de Desarrollo Empresarial UPB</i> | 39 |
| Figura 11. <i>Red Unipiloto</i> | 40 |
| Figura 12. <i>Reiterando invitación a los emprendedores ya participantes de UIS COMPRA UIS</i> | 42 |
| Figura 13. <i>Porcentaje de Participantes</i> | 45 |
| Figura 14. <i>Grado de Satisfacción</i> | 45 |
| Figura 15. <i>Comparativo con Versiones Anteriores</i> | 46 |
| Figura 16. <i>Experiencia de Usuario y la Facilidad de Uso</i> | 47 |
| Figura 17. <i>Utilidad de las Funciones Integradas al Prototipo de Software</i> | 48 |
| Figura 18. <i>Medio de Acceso y Frecuencia de Uso</i> | 48 |
| Figura 19. <i>Pieza publicitaria para la captación de nuevos emprendedores</i> | 63 |
| Figura 20. <i>Publicación y difusión en medios institucionales de la UIS</i> | 63 |

| | |
|---|----|
| Figura 21. <i>Publicación y difusión en la red social Facebook</i> | 65 |
| Figura 22. <i>Publicación y difusión en la red social Instagram</i> | 65 |
| Figura 23. <i>Difusión en grupos de Facebook</i> | 65 |
| Figura 24. <i>Vista preliminar página web</i> | 67 |

Lista de Apéndices

| | pág. |
|--|-------------|
| Apéndice A <i>Formulario convocatoria abierta para participar en la página web “UIS COMPRA UIS”</i> | 79 |
| Apéndice B <i>Formulario aplicado para emprendedores ya participantes de “UIS COMPRA UIS”</i> | 88 |
| Apéndice C <i>Publicación y participación en evento científico y académico emprendedores XXXV.</i> | 89 |
| Apéndice H <i>Clasificación de los 10 mejores emprendimientos para asignación Premium en página web, según asignación de puntos de criterio.</i> | 92 |

Glosario

Difusión: Es el proceso de propagación o divulgación de información de conocimientos, noticias, imágenes, costumbres, modas, eventos de televisión, etc., con el objetivo de llegar y ser vista o leída por muchas personas.

Emprendedor: Como sujeto estrella del cambio social no es casualidad. Entender el sujeto económico como la clave para explicar el desarrollo, frente a la idea de que colectivos o variables estructurales son el fundamento subyacente de los cambios sociales, tiene sus raíces en los valores de una sociedad determinada

El pensamiento estratégico: Es aquel que se centra en un enfoque orientado hacia el futuro. Tiene en cuenta una estrategia para conseguir algo en concreto, además de un plan de acción para lograr los objetivos deseados. Este tipo de pensamiento está muy relacionado con el sector empresarial, aunque se puede aplicar a cualquier otro ámbito (Peiró, 2021)

Práctica Empresarial: Es una experiencia académica en la cual el estudiante entra en contacto e interactúa a través de proyectos específicos, con la realidad de contextos empresariales a nivel local, nacional o internacional en áreas de su profesión, en la cual aplica y fortalece competencias personales y profesionales (Vargas & Bacca, 2021).

Pieza Publicitaria: Es el producto publicitario acabado. Se entiende como la adaptación de un mensaje a un espacio, tiempo, formato y circunstancia específica. Tiene carácter tangible y se entrega a los medios para ser difundido según una pauta.

Prototipo: Un prototipo también se puede referir a cualquier tipo de máquina en pruebas, o un objeto diseñado para una demostración de cualquier tipo.

Software: Conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas.

Resumen

Título: Práctica empresarial para promover el emprendimiento de la comunidad universitaria en la página web UIS compra UIS.

Autor: Herney Téllez Jerez, Ivonne Yannibe Hernández Serrano y Laura Melissa Ortiz Franco.

Palabras Clave: Emprendimiento, difusión, visibilidad, prototipo de software

Descripción: El presente trabajo ha sido desarrollado por medio de la modalidad de práctica empresarial, la cual tiene como propósito generar un canal de comunicación entre los emprendedores UIS y la comunidad, y que de esta manera se establezca un intercambio comercial que aporte a la reactivación económica en el país, para esto se ha creado en conjunto con estudiantes de ingeniería de sistemas un prototipo de software que sirva como una vitrina de productos y servicios ofrecidos por emprendedores UIS, sumado a esto un fuerte impulso en redes sociales creadas exclusivamente para este proyecto. A través de una metodología científica de tipo exploratorio y descriptivo se ha continuado con la labor que se inició en ediciones anteriores respecto al fortalecimiento de redes sociales, con el fin de aumentar la visibilidad de los emprendimientos seleccionados, asegurando que por medio de estas se puedan traer personas que hagan parte de esta plataforma UIS COMPRA UIS. Mediante el desarrollo de esta investigación se logró el diseño del prototipo de software en conjunto con los estudiantes de sistemas, creando estrategias de divulgación y generar la difusión y captación de nuevos emprendedores.

Abstract

Title: Internship to promote entrepreneurship in the university community on the website “UIS compra UIS”

Author(s): Herney Téllez Jerez, Ivonne Yannibe Hernández Serrano and Laura Melissa Ortiz Franco.

Key Words: Entrepreneurship, diffusion, visibility, software prototype.

Description: This work has been developed through the modality of business practice, which aims to generate a communication channel between UIS entrepreneurs and the community, and thus establish a commercial exchange that contributes to the economic revival in the country, for this has been created in conjunction with systems engineering students a prototype software that serves as a showcase of products and services offered by UIS entrepreneurs, adding to this a strong impetus in social networks created exclusively for this project. Through a scientific methodology of an exploratory and descriptive type, we have continued with the work that began in previous editions regarding the strengthening of social networks, in order to increase the visibility of the selected ventures, ensuring that through them people can be brought to be part of this UIS COMPRA UIS platform. Through the development of this research, the design of the software prototype was achieved in conjunction with systems students, creating outreach strategies and generating the dissemination and attraction of new entrepreneurs.

Introducción

Luego de haber transcurrido varios meses en situación de pandemia, muchos negocios fueron golpeados por las consecuencias de la cuarentena, se hace necesario ayudar, comprometerse e impulsar a los emprendedores que quieren llevar con éxito su negocio, brindando una oportunidad de un espacio virtual, una vitrina que les pertenezca, con un equipo que los apoye a destacar sus productos y servicios, lo que hace factible accionar y ser parte de ese apoyo a la reactivación económica, no sólo a nivel Santander sino también a nivel Colombia

En el presente trabajo se plasma la experiencia y recorrido de la “Práctica empresarial para promover el emprendimiento de la comunidad universitaria en la página web UIS compra UIS”, como se expresa en el objetivo general el cual busca promover el emprendimiento de la comunidad universitaria, a través de la página web UIS compra UIS; a través de esta iniciativa se busca tener un canal de difusión para los emprendedores UIS, y de esta manera acercarlos más a la comunidad y darlos a conocer por medio de diferentes plataformas digitales.

A fin de dar respuesta a las preguntas de investigación y los objetivos específicos, se implementó el método científico de tipo exploratorio y descriptivo, basado en la observación, seguimiento y recopilación de información básica necesaria como datos de contacto, nombre de los emprendimientos y estado actual de los mismos, con el propósito de obtener una visión de la organización y materialización de un prototipo de software para promover la comercialización al interior de la comunidad UIS.

Para poder llevar a cabo esto, en primera medida se trabajó con los emprendimientos preexistentes, para el diseño del prototipo de software junto con los estudiantes de sistemas,

creando estrategias de divulgación para generar un informe de lo investigado. Posteriormente se procedió a actualizar la información de los 40 emprendimientos seleccionados en proyectos desarrollados previamente por medio de diferentes canales de comunicación como WhatsApp y correos electrónicos a fin de alimentar la Pagina web y la aplicación móvil UIS compra UIS.

Una vez se obtuvo la muestra de emprendimientos actualizados se realizó un proceso de selección de emprendimientos en el cual se construyó un diagrama de flujo, donde se desarrolló la selección de los emprendedores según el puntaje de un criterio aplicado a cada uno tales como, antigüedad del emprendimiento, canales de distribución, medios de pago entre otros; criterios a los cuales se les asigno un puntaje entre 1 y 3. Esto a fin de reconocer cuales emprendimientos eran escogidos para ser publicados en el prototipo del software de UIS compra UIS

Finalmente, para la difusión y captación de nuevos emprendedores se realizaron varias estrategias de publicidad por los diferentes medios de comunicación institucionales de la UIS y propios (redes sociales) como autores de esta tercera edición de “UIS COMPRA UIS”.

1 Generalidades

1.1 Descripción del Problema

Cada año se gradúan en Colombia unos 282.400 nuevos profesionales, según el Observatorio Laboral del Ministerio de Educación, de los cuales unos 69.752 no logran encontrar trabajo en el país, según el DANE. En julio de 2020, la tasa de desempleo era del 29,7%. Varios analistas han advertido que esto se ha intensificado a medida que la pandemia golpeó los empleos en el país y aumentó el desempleo a medida que las empresas cerraron y la fuerza laboral disminuyó. Es por esto que una de las estrategias que el gobierno está utilizando actualmente para abordar estos temas, fortalecer la economía y fomentar la innovación es apoyar la creación de empresas (Quintana, 2020).

De hecho, si el Estado no es quien impulsa esta estrategia encaminada a crear empresas y por ende nuevos empleos, el rezago económico aumentará, además, las entidades centrales tendrán que invertir más tiempo y dinero en políticas proteccionistas, el control de la inflación insuficiente obstaculizar el desarrollo del sector financiero y reducir el volumen del comercio internacional. Bajo esta mirada, es mejor tener políticas económicas flexibles en la creación de empresas que tratar de controlar el lastre que surge por la falta de una estrategia de fomento del emprendimiento en el país. No obstante, la academia no se ha olvidado de estas estrategias, también se encarga de motivar, expresar y estimular a todos los alumnos desde sus distintos niveles de formación en el aula con el fin de integrar ideas de negocio en empresas nacientes y rentables (Hernández & Rodríguez, 2014).

Es por esto que en Colombia existe una creciente aceptación social y, cada vez más, mejores incentivos económicos para que la población emprenda; y es que de acuerdo con el estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2020), la tasa de actividad emprendedora TEA pasó de 22,3% en 2019 a 31,1% en 2020. Sin embargo, solo el 29,7% de los emprendimientos en la primera etapa sobreviven.

A nivel institucional, la UIS junto con el IPRED liderado por la coordinación del programa Gestión Empresarial, siempre se han caracterizado por brindar un apoyo extensivo a su comunidad en general, brindando enseñanza de calidad para que todo lo que se aprende en las aulas pueda ser llevado a cabo en la vida diaria, por ello, este es un espacio que aporta en gran manera, teniendo en cuenta que la universidad usa sus recursos de comunicación institucionales, para difundir los emprendimientos y garantizar oportunidades de dar a conocer su negocio.

Dentro de los métodos o formas de incentivo para los emprendedores que utiliza la Universidad Industrial de Santander, se encuentra el denominado UIS Compra UIS, como iniciativa en pro del fomento de los proyectos formados y culminados en el marco de esta institución y que requiere un apoyo adicional, con el fin de lograr que los emprendimientos sean exitosos, dando a conocer sus productos a posibles patrocinadores y/o compradores a través de un prototipo de software y la difusión en las diferentes redes sociales, todo esto para lograr la generación de productos o servicios y un intercambio comercial que beneficie a la comunidad.

Al observar resultados de los diferentes enfoques de estudio del emprendimiento en el campo comercial de los emprendedores de la universidad industrial de Santander, un gran porcentaje no lograron sacar adelante sus ideas por la situación económica actual o por cumplir requisito para optar el título profesional (Velandia & Archila, 2017), por esto a partir de este proceso se busca unificar a todos los emprendedores activos que alcanzaron su plan de estudios, y

a la vez clasificar los emprendimientos que por diversas causas pausaron o dejaron por terminado esta iniciativa en sus proyectos de vida (Universidad, 2015, pag. 541).

En este contexto, UIS compra UIS es una iniciativa en pro del fomento de los proyectos obtenidos de la comunidad UIS en general, que busca generar un canal de comunicación entre los emprendedores UIS y la comunidad, para promover un intercambio comercial, y es que para dichos emprendedores pueden surgir diferentes obstáculos al momento de adentrarse en los mercados objetivos, por esto, resulta importante continuar con esta idea teniendo en cuenta, el seguimiento y la orientación posterior buscando no solo la viabilidad de los mismos, sino tener la oportunidad de brindar espacios nuevos de visibilidad a sus productos y servicios, expandiendo la entrada a nuevos clientes, esperando que a futuro esta ayuda provea nuevos ingresos que le permitan llegar a una estabilidad en el mercado y generación de empleo.

1.1.1 Preguntas de Investigación

Fueron varias preguntas las que encaminaron el desarrollo de esta práctica empresarial: ¿Qué factores se deben tener en cuenta para promover el emprendimiento de la comunidad UIS? entre otras preguntas como: ¿Qué herramientas son efectivas en el momento de impulsar y dar a conocer los emprendimientos de la comunidad UIS?, ¿Qué información está pendiente en cada emprendimiento previamente seleccionado y publicado en los catálogos de UIS compra UIS?, ¿Cuáles deben ser las características de selección de los emprendimientos que deseen participar en la página web UIS compra UIS? Y ¿Cómo se puede difundir los emprendimientos en medios digitales para que sean consultados por la población objetivo?,

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo General.

Promover el emprendimiento de la comunidad universitaria, a través de la página web UIS compra UIS.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Desarrollar con el apoyo de estudiantes de ingeniería de sistemas un prototipo de software que permita impulsar y dar a conocer los emprendimientos de la comunidad UIS.
- Actualizar la información de los 40 emprendimientos seleccionados en proyectos previos por medio de llamadas y correos electrónicos para alimentar la Pagina web UIS compra UIS.
- Diseñar un Proceso de selección de los emprendimientos, para publicar en el prototipo del software de UIS compra UIS, filtrando aquellos recibidos por medio del formulario de convocatoria abierta de la comunidad UIS.
- Realizar campañas de difusión a través de los diferentes medios de comunicación institucionales, para promover el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores.

1.3 Marco teórico

1.3.1 Antecedentes investigativos.

Es importante señalar que se utilizó bibliografía de distintas modalidades de trabajo de grado (prácticas empresariales, seminarios de investigación, pasantías de investigación), los cuales fueron realizados por estudiantes del IPRED y de ingeniería industrial, en un periodo que oscila entre 2019 a 2021. Esto con el fin de observar y sintetizar los aportes y conclusiones de estos trabajos durante los últimos años. Todas las prácticas empresariales apuntan en demostrar el apoyo

brindado por el IPRED y la UIS, momento crucial en donde se crea la Tecnología empresarial. Además de los continuos esfuerzos para realizar el evento de emprendedores y demás estrategias.

- **Práctica empresarial para promover el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores a través de un medio de difusión digital. "UIS compra UIS"**

Autores: Genny Paola Vargas López y Milen Catherine Bacca García (Vargas & Bacca, 2021).

Objetivos y Alcance: Promover el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores a través de un medio de difusión digital.

Principales aportes: Esta práctica empresarial contiene información de apoyo respecto a cómo visibilizar a través de medios digitales los negocios incluidos en las ediciones anteriores del catálogo UIS compra UIS, y brinda un marco para la identificación de nuevos emprendedores y como invitarlos a participar del catálogo para que conozcan sus productos y/o servicios. De igual forma es una de las fuentes permanentes de consulta, Guía para el desarrollo del trabajo de grado, uso de información y referente bibliográfico.

- **Prototipo software de una aplicación móvil de realidad aumentada para mejorar la experiencia de usuario a nivel de interacción del proyecto editorial UIS, caminos de Santander**

Autores: Juan Sebastián Rondón Arango (Rondon, 2021).

Objetivos y Alcance: Realizar un prototipo de software para una aplicación móvil con el fin de mejorar la experiencia de usuarios en la interacción del proyecto editorial UIS “caminos de Santander”

Principales aportes: Este proyecto de grado brinda para la práctica empresarial un aporte desde la parte técnica un conjunto de elementos acerca de cómo se puede usar la realidad aumentada y poder hacer una aplicación más innovadora e interesante.

- **Plan de acción para el mejoramiento del micrositio web ‘Emprendedores’ del IPRED como medio de promoción y vínculo entre emprendedores y comunidad UIS**

Autores: Cesar Augusto Tristancho Estupiñán, Israel Alexander Chaparro Tacury (Tristancho & Chaparro, 2021)

Objetivos y Alcance: Elaborar un plan de acción que permita mejorar el micrositio web ‘Emprendedores’ del IPRED para su aprovechamiento como medio de exposición y promoción de emprendedores y unidades productivas destacadas de la comunidad universitaria.

Principales aportes: Brinda un panorama de como a partir de un plan de acción establecido se establecen las oportunidades de mejora conociendo el entorno y las necesidades del mismo para la transformación de las propuestas existentes y que establezcan estrategias para mantenerla actualizada.

- **Práctica Empresarial para Promover el Emprendimiento en la Universidad Industrial de Santander**

Autores: Julián Andrés Roa Ayala (Roa, 2020).

Objetivos y Alcance: promover el emprendimiento en la Universidad Industrial de Santander

Principales aportes: Este proyecto de grado brinda para la práctica empresarial un aporte desde la parte técnica un conjunto de elementos acerca de cómo se puede usar la realidad aumentada y poder hacer una aplicación más innovadora e interesante.

- **Análisis, mantenimiento, diseño, desarrollo e implementación de nuevas funcionalidades y mejoras relacionadas con los módulos de portal web de grupos y de trabajos de grado en la plataforma como comunidad académica**

Autores: Alexy Yessenia Rincón Capera (Rincon, 2019).

Objetivos y Alcance: Este trabajo de grado fue diseñado para implementar análisis, mantenimiento, diseño y desarrollo de funcionalidades en la mejora en módulos de portal web

Principales aportes: Estudiar y obtener más información sobre las herramientas que se pueden usar al momento proponer aplicativos y los pasos que hay que tener en cuenta al momento de realizar un proyecto enfocado en el diseño y desarrollo de funcionalidades de software

- **Plataforma web para administrador de eventos para la comunidad universitaria.**

Autores: Brayan Rolando Guerrero Flórez (Guerrero 2019)

Objetivos y Alcance: El proyecto está enfocado entonces al desarrollo de una plataforma web pensada desde el punto de vista de un administrador de eventos que le permita publicarlos y poder hacer un seguimiento de los eventos que va publicando, y así lograr cierta retroalimentación respecto a la actividad de negocio que se está llevando a cabo.

Principales aportes: Muestra como a través de una metodología definida, se realizan dos prototipos donde el segundo será el final y definitivo; cada prototipo cuenta con ligeras diferencias, mejoras introducidas hasta desembocar en el prototipo final a fin de obtener una plataforma con funcionalidades básicas para acometer la solución del problema.

1.4 Marco Contextual

La Universidad Industrial de Santander, de naturaleza pública, es catalogada como una de las mejores instituciones de educación superior del país, no solo por su excelencia académica, sino también por la calidad de profesionales que resultan de su proceso académico y de su formación (Caracol, 2020); Así mismo los estudiantes de esta importante institución se forman con las nociones fundamentales para la creación de empresas innovadoras que pueden ser presentadas en los eventos de emprendimiento y ciencia con el objeto de dar a conocer sus ideas y así lograr incursionar en el mercado comercial y/o recibir apoyo económico de corporaciones.

En este contexto, la UIS establece el programa de emprendimiento como iniciativa que busca promover en la comunidad estudiantil el espíritu emprendedor e innovador, de forma que logre traducir ideas de negocio en empresas que apalanquen el crecimiento sostenido de la región (Universidad, 2015).

Es conocimiento popular la excelencia de iniciativas innovadoras de emprendimiento en Santander, desarrolladas por nuevos emprendedores, algunos con experiencia en el mercado. Es por esto que desde la Universidad Industrial de Santander, se ofrece un espacio para encuentros de emprendedores UIS, en el cual estos presentan el emprendimiento hacia el entorno de esta comunidad, con el fin de realizar interacción entre la universidad y los emprendedores; situación que se ha venido presentando a lo largo de la realización de diferentes eventos como el programa de emprendimiento, que busca estimular el espíritu emprendedor, la creación de empresas y el fortalecimiento de las mismas, a través del apoyo a estudiantes y egresados de programas de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado de esta Universidad en el proceso de

formulación, búsqueda de financiación y puesta en marcha de sus proyectos de emprendimiento (santander, 2021).

Por su parte, el programa de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED) de la Universidad Industrial de Santander (UIS) ha desarrollado estrategias para apoyar y fomentar la cultura emprendedora, tanto a través de sus programas de formación como a través del salón de clases y diversos escenarios de actividades extracurriculares, conoce la mecánica de las diferentes ideas y proyectos emprendedores que llevan a cabo los integrantes de los programas académicos mencionados.

Es importante el fomento de las ideas de emprendimiento porque los resultados positivos de difusiones usando nuevas tecnologías, aplicaciones, plataformas; ayudan a obtener mejores resultados y optimizan la captación de recursos. Como modelo de desarrollo aplicable a UIS Compra UIS, existe el referente Santander Compra a Santander, “Evento desarrollado para abrir espacios de relacionamiento, para que los empresarios santandereanos puedan ofrecer productos, servicios, a la vez buscar proveedores, alianzas comerciales (Cámara, 2019).

1.5 Marco Legal y Normativo

En la Tabla 1 se presenta el recorrido normativo que aplica para el emprendimiento en Colombia.

Tabla 1. *Marco normativo para el emprendimiento en Colombia*

| Ley o Norma | Contenido |
|----------------------------------|--|
| Código de Comercio (1971) | Especifica de manera detallada como las distintas empresas pueden ser constituidas en Colombia como las: Anónimas, colectivas, en Comandita Simple o por Acciones, Limitadas, Extranjeras, de Hecho. |
| Ley 550 de1994 | Régimen que promueva y facilita la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales |

| | |
|----------------------------------|--|
| | para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones. |
| Ley 344 de 1996 | Medidas tendientes a racionalizar y disminuir el gasto público, garantizar su financiamiento y reasignar recursos hacia sectores deficitarios de la actividad estatal. |
| Ley 789 de 2002 | Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo. |
| Decreto 934 de 2003 | Se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender (FE), el cual será administrado por el SENA y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales. |
| Ley 905 de 2004 | Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana. |
| Ley 1014 de 2006 | De fomento a la cultura del emprendimiento empresarial. |
| Sentencia C - 392 de 2007 | Declara exequible la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales. |
| Ley 1258 de 2008 | Por medio de la cual se crea la Sociedad por Acciones Simplificada. |
| Ley 2069 de 2020 | Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia |

Nota: La tabla muestra las normas y leyes colombianas expedidas para el emprendimiento.

Elaboración propia

2 Diseño de Herramientas Basadas en Prototipos de Software.

2.1 Planificación

Para el cumplimiento de este objetivo fue necesario realizar una revisión de proyectos desarrollados anteriormente conociendo los antecedentes, como el mercadillo estudiantil, Eureka, entre otros, que han aportado muchas ideas a esta práctica empresarial.

También se revisó detalladamente las dos ediciones anteriores de UIS compra UIS, identificado los avances del proceso de crecimiento, donde se pudo evidenciar:

- **La primera edición manejó un catálogo PDF de 19 emprendedores seleccionados, que se difundió por los diferentes medios de comunicación institucionales, generando limitaciones para llegar a más público objetivo.**
- **La segunda edición realizó un sitio gratuito de Google con 20 emprendimientos seleccionados, el cual se impulsó por medio de redes sociales y tuvo gran acogida, sin embargo, aún presentaba la necesidad de mejorar la visibilidad para aquellos que accedían desde un celular.**

Esta revisión de antecedentes se hizo con el fin de poder suplir y dar solución a las necesidades que no alcanzaron a ser resueltas en ediciones anteriores, por ello, con el apoyo junto con el equipo de Ingeniería de sistemas se realizó un prototipo de software, con el acompañamiento por parte de cada grupo de trabajo, estableciendo los procesos de creación de esta página web y sitio móvil.

2.2 Diseño y Construcción

Se realizó un primer encuentro con los estudiantes de sistemas, en el cual se realizó una presentación y exposición del proyecto de grado y las metas a alcanzar con “UIS COMPRA UIS”;

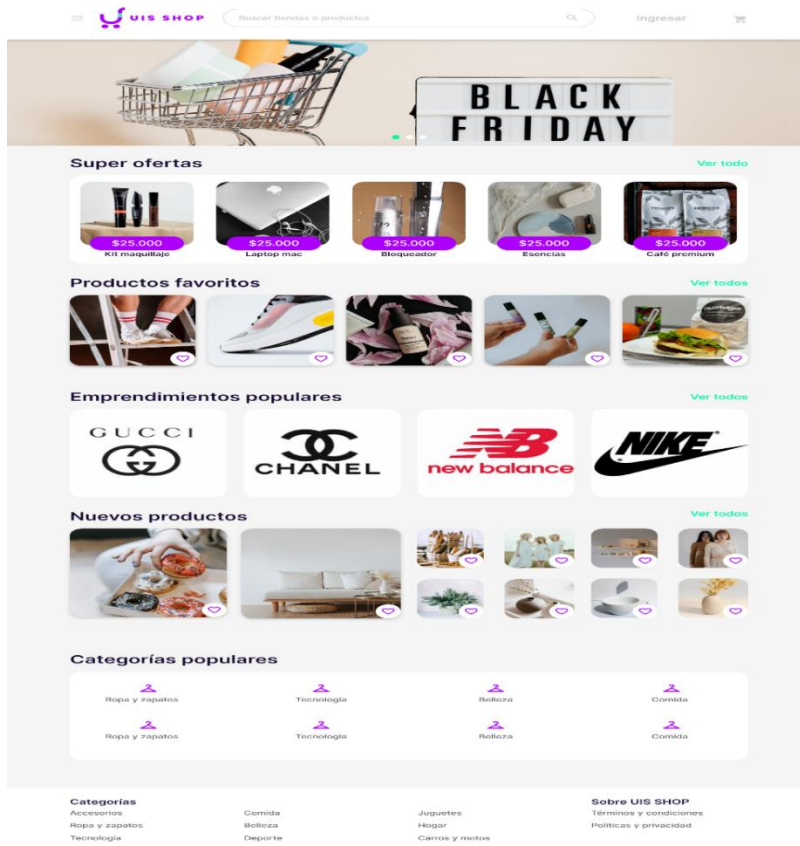
Se efectuó una lluvia de ideas, donde cada grupo aportó las ideas principales para el desarrollo de este proyecto, unificando criterios con el fin de consolidar las propuestas en beneficio de ambos proyectos, dejando huella del trabajo Inter facultades, obteniendo como resultado una plataforma creada por personas idóneas, logrando destacar los conocimientos adquiridos en nuestro paso por la UIS.

Uno de los principales temas de conversación fue el formulario para la convocatoria, donde se identificaron preguntas necesarias para el buen desarrollo del sitio web y móvil, se acordó trabajar en mejoras para una siguiente reunión.

2.3 Revisión Prototipo Inicial y Correcciones

En el segundo encuentro se hizo la exposición del formulario corregido donde se dio la aprobación por las dos partes, seguidamente, se presentó una vista preliminar del diseño de la página web y sitio móvil construido, por parte del grupo de sistemas se hizo una demostración de su funcionamiento, modo de uso, distribución de las categorías, entre otros detalles; Se intercambiaron ideas respecto al logo y al alcance que se tendrá a posibles clientes externos, una muestra de eso se puede apreciar en las Figuras 1 y 2.

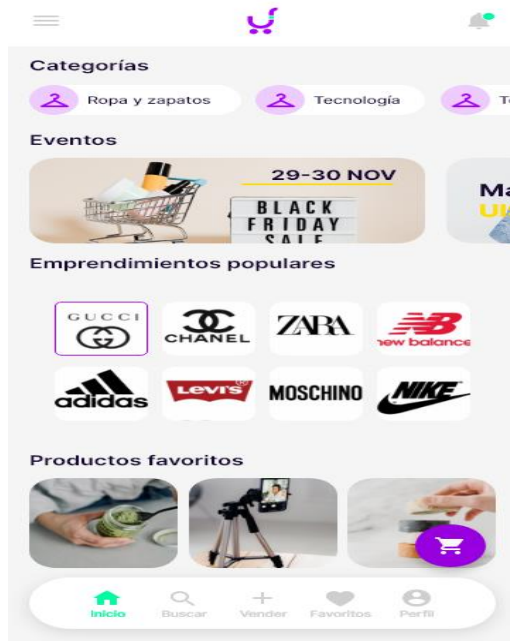
Figura 1. Vista Preliminar página web



Nota: En la figura se observa un preliminar de la posible visualización de la página web.

Elaboración equipo de Trabajo

Figura 2. Vista Preliminar Sitio Móvil.

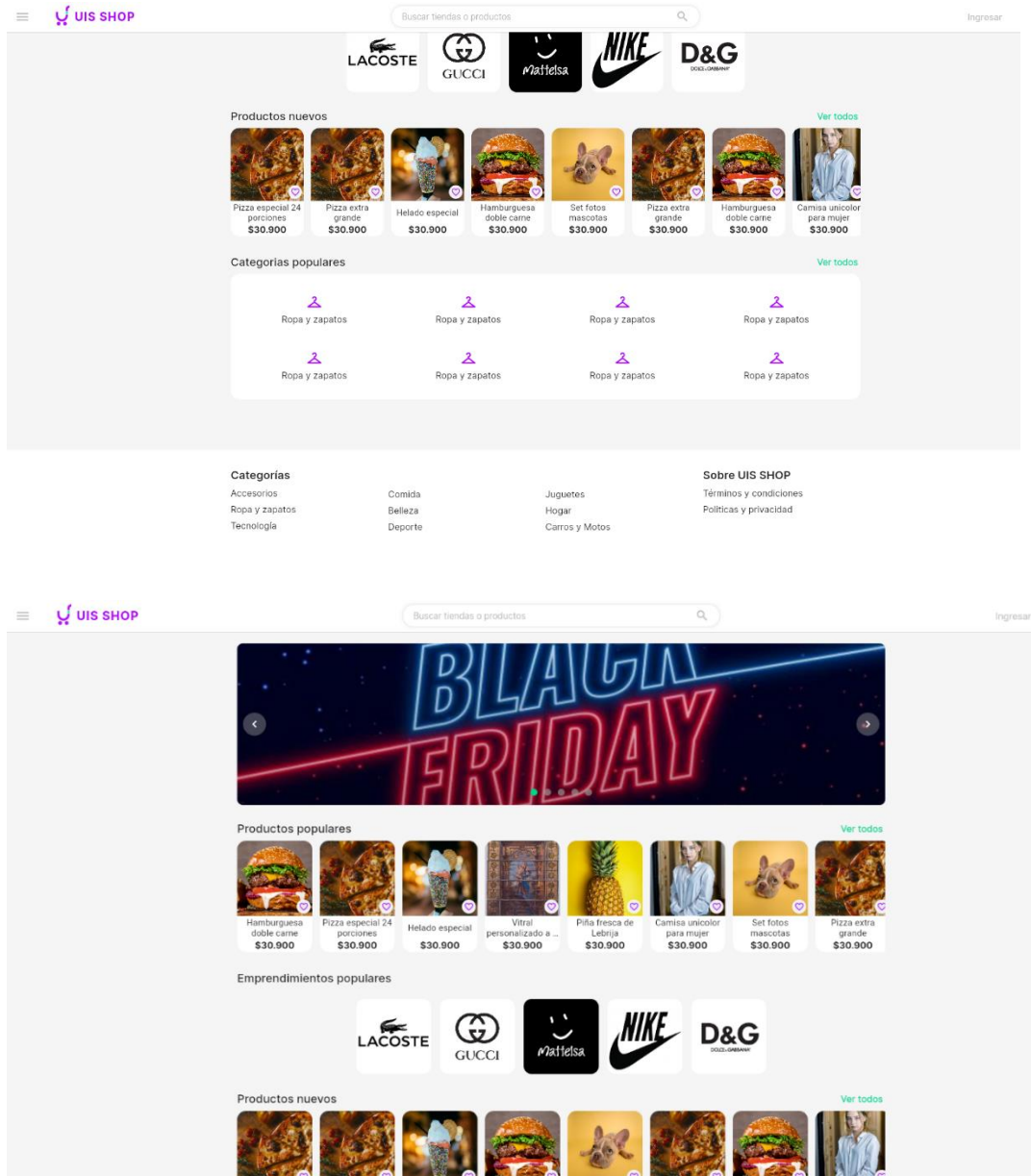


Nota: En la figura se observa un preliminar de la posible visualización del sitio móvil. Elaboración equipo de Trabajo

Hubo una tercera reunión donde los estudiantes de sistemas nos mostraron los nuevos diseños creados (véase Figura 3 y 4), se definió que la realización de una estrategia campaña de expectativa para los emprendedores, con el fin de despertar el interés de parte de ellos, para esto se escogieron 5 emprendimientos, de los que ya venían trabajando en semestres pasados y con sus emprendimientos se continuarían los siguientes diseños de la página web y el sitio móvil, así los futuros emprendedores tienen la oportunidad de ver como se verían sus emprendimientos allí. Sumado a esto, los 5 emprendimientos fueron de ayuda para poder reportar todo acerca del funcionamiento de las plataformas, y de esta manera sean solucionados de la mejor manera posible los inconvenientes percibidos.

Estos emprendimientos fueron seleccionados de acuerdo a los que demostraron mayor entusiasmo de participar en el proyecto. Se realizó una videollamada donde se les explicó de que se trataría y lo que necesitaríamos de ellos, a lo cual estuvieron de acuerdo.

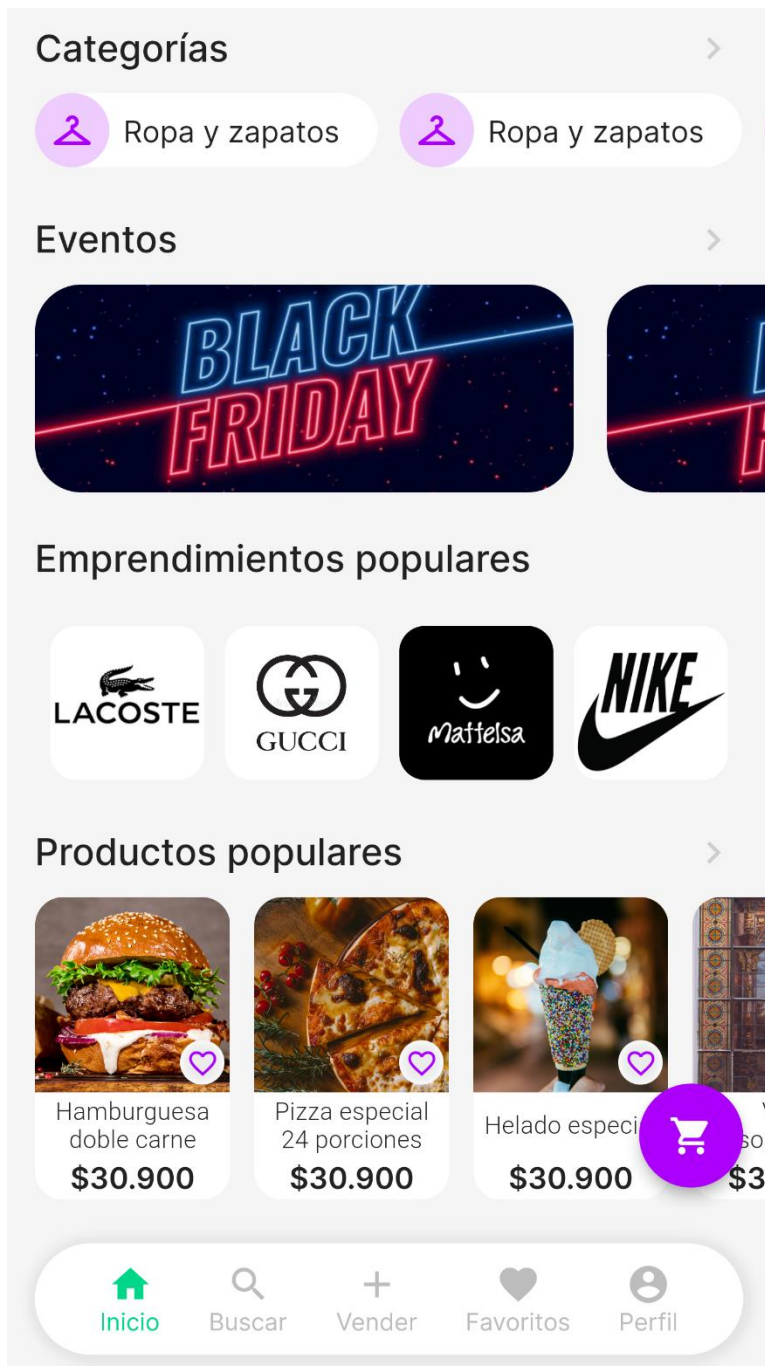
Figura 3. Segunda Vista Preliminar página web.



Nota: En la figura se observa un preliminar de la posible visualización de la página web.

Elaboración equipo de Trabajo

Figura 4. Segunda Vista Preliminar sitio móvil.



Nota: En la figura se observa un preliminar de la posible visualización del sitio móvil. Elaboración equipo de Trabajo

También se dialogó acerca del tipo de servidor que posiblemente se usaría, se hizo un debate de si optar por el servidor de la universidad o uno externo, se estableció que la mejor opción sería iniciar con el servidor ofrecido por el IPRED teniendo en cuenta que apenas se está iniciando y se podría dejar una base para proyectos futuros. Sin embargo, se realizó por parte del equipo de sistemas una cotización de los servidores que mejor podrían funcionar.

Otro tema que se trató, es acerca de la marca UIS COMPRA UIS, pues siendo la UIS una marca registrada, podría causar inconvenientes, se estableció el proceso de dialogar con la parte legal y ver que tan factible era mantener el nombre o cambiarlo. Al final se propuso el nombre U-SHOP. Sin embargo, para efectos de este proyecto seguirá con el nombre de UIS COMPRA UIS

2.4 Prototipo Final

En la última etapa del proyecto hubo retraso en la entrega de la página web debido a las vacaciones del grupo de Ingeniería de Sistemas, por ende, se tuvo que eliminar el proceso de la campaña de expectativa que se tenía y tener en una semana a los cinco emprendedores preseleccionados, registrados en la página, con retroalimentación y formulario de satisfacción.

Por otra parte, el plan inicial era que se ejecutará un formato o sistema donde la información de los emprendedores de la primera etapa se pudiera transferir automáticamente a la nueva página, sin embargo esa idea fue descartada por el equipo de sistemas quienes expresaron que cada emprendedor debía realizar su propio registro.

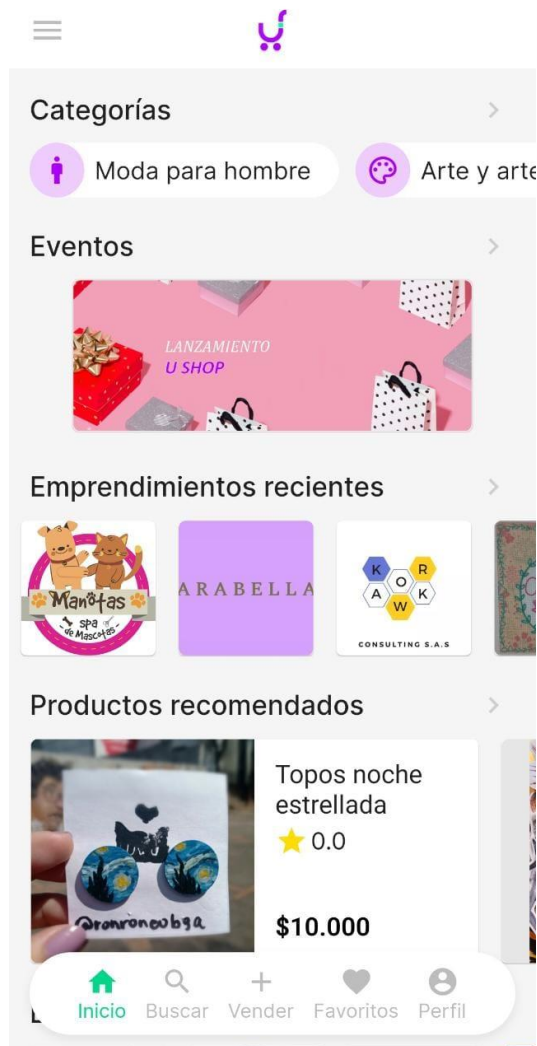
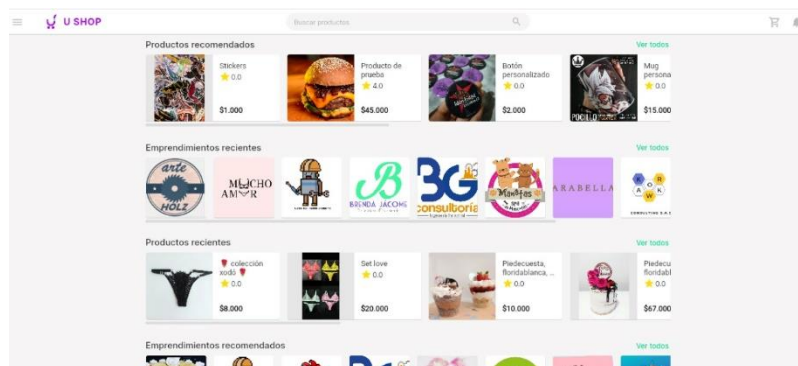
A pesar de los contratiempos que se dieron al último momento, eso ayudo a tener una mejor idea de cosas a mejorar o situaciones que suceden cuando se lleva esta actividad a la vida práctica fuera de lo académico, siempre se van a presentar inconvenientes y es necesario buscar las soluciones para cumplir con los estipulado, se tuvo una constante comunicación con los emprendedores buscando su apoyo en subir los productos a la página. (Véase Figura 5).

Figura 5. Comunicación vía WhatsApp con los emprendedores

Nota: la figura muestra la comunicación que se tuvo con los emprendedores para la participación en UIS COMPRA UIS.

Al finalizar la página web y sitio móvil quedaron de una manera impecable, muy agradable a la vista y muy intuitivo para el usuario (Figura 6), los estudiantes de Ingeniería de sistemas atendieron a todas las solicitudes que se tenían y se atendieron en tiempo prudente, una cosa que solicitó y quedo pendiente para futuros proyectos es la identificación del emprendedor, pues por ahora todos van a aparecer con el rol de estudiante, sin embargo se entiende que hay profesores, egresados, administrativos, entre otros.

Figura 6. Vista Final de la Página Web y La Aplicación Móvil



2.5 Referentes de Plataformas de Visibilidad de Emprendimientos Aplicadas por Otras Universidades.

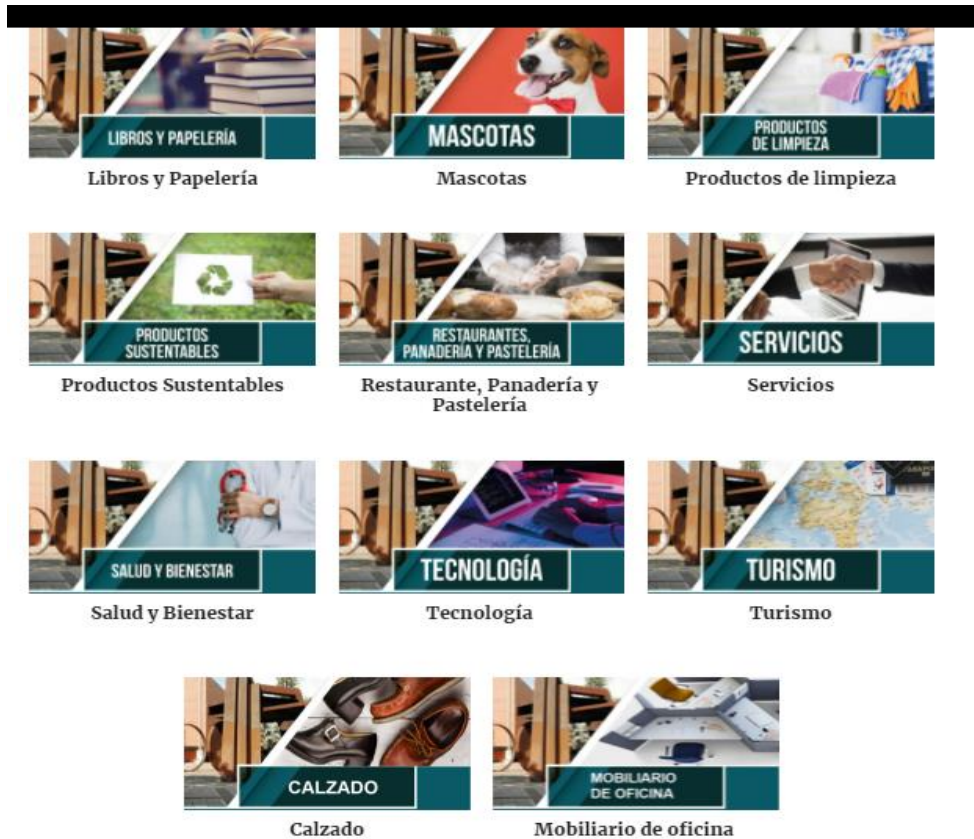
Con el fin de continuar creando un espacio tipo vitrina virtual para los emprendedores, se inició una investigación, comparando principales universidades y como estas están llevando el tema de apoyo a los emprendedores. De igual manera se toma estos como referente para verificar las posibles fortalezas o debilidades que tiene UIS COMPRA UIS frente a estas.

UIS: Actualmente se maneja un sitio gratuito donde se pueden encontrar los emprendimientos seleccionados, no tiene relación directa con la página oficial de la universidad. La universidad si se encarga de realizar la difusión para que la comunidad UIS conozca la iniciativa (UIS, 2019). En el sitio gratuito se puede ver resumen del negocio, datos básicos del emprendimiento y del emprendedor (Bacca & Vargas, 2020).

Sin embargo, hace falta un concepto jurídico que exonere a UIS compra UIS de cualquier inconveniente con los productos (Véase Figura 7).

Figura 7. Modelo Actual de UIS COMPRA UIS





Nota: Vista de pantalla de UIS COMPRA UIS. Tomada de UIS, (2019).

UNAD: Tienen un programa llamado plan de solidaridad extendido, lo que busca es apoyar a los emprendimientos de los estudiantes, docentes, egresados y nuevos aspirantes Unadistas, sólo deben inscribirse y automáticamente tendrán derecho a participar en seminarios y capacitaciones gratuitas en aspectos empresariales necesarios que estén en auge en el momento.

Este servicio fue ofrecido por la pandemia y no tienen sitio web oficial, los emprendedores deben hacer un video de un minuto que será difundido por los canales institucionales propios (UNAD, 2020).

Figura 8. Campaña Emprendedora UNAD

Nota: Vista de pantalla de la campaña Unadista para los emprendedores. Tomada de UNAD, (2020)

UCC: Tienen un espacio en su página web principal para egresados llamado Desarrollo Empresarial, en el cual se establece un directorio empresarial, con datos básicos del emprendedor y su negocio, adicionalmente manejan un programa llamado, tutores Pymes - Es una iniciativa que busca fortalecer y generar espacios donde los Alumnos (comunidad de graduados) de la Universidad Cooperativa de Colombia, transfieren conocimientos y experiencias ganadas en el ámbito empresarial a aquellas personas (estudiantes, graduados entre otros) que le han apostado al desarrollo de iniciativas empresariales (UCC, 2018) .

Adicional la universidad se aseguró de dejar una nota aclaratoria: **Nota:** “Es importante anotar que la Universidad no es responsable de la calidad de servicios y productos ofertados por las empresas referenciadas” (Véase Figura 9).

Figura 9. *Directorio Empresarial UCC*

Directorio de Graduados Emprendedores

Conozca las empresas de nuestros graduados: (si usted esta interesado en dar a conocer su empresa a través de este espacio por favor comuníquese con la Coordinación Alumni (graduados) más próxima a su empresa, y allí le indicarán el procedimiento a seguir).

Estos son algunos Alumni empresarios, le invitamos a contactarlos y así conocer los servicios y productos que ofertan.

Nombre del graduado: Ricardo Alberto Buendía
 Facultad: Mercadeo
 Nombre de la Empresa: QUANTUM
 Dirección de la empresa: Cra. 24C oeste No. 6-150 – Cali
 Cargo: Gerente
 Celular: 3044517203
quantumbrand@gmail.com

Nombre del graduado: Adriana Campos Pérez
 Facultad: Psicología
 Nombre de la empresa: EVENTOS MULTIPLEX
 Dirección de la empresa: Calle 16 No. 47-53 – Cali

Nota: Vista de pantalla del directorio empresarial para los emprendedores UCC. Tomada de UCC, (2018)

UPB: Esta universidad maneja un Centro de Desarrollo Empresarial, ejecutan proyectos, forman en emprendimiento, ofrecen servicios a las empresas y acompañan a los emprendedores para que saquen adelante sus iniciativas. Maneja un directorio de emprendedores y una sección de emprendedores, adicional a esto una sección de noticias relacionadas con eventos y negocios (UPB, 2018), (Véase Figura 10).

Figura 10. *Página de Centro de Desarrollo Empresarial UPB*

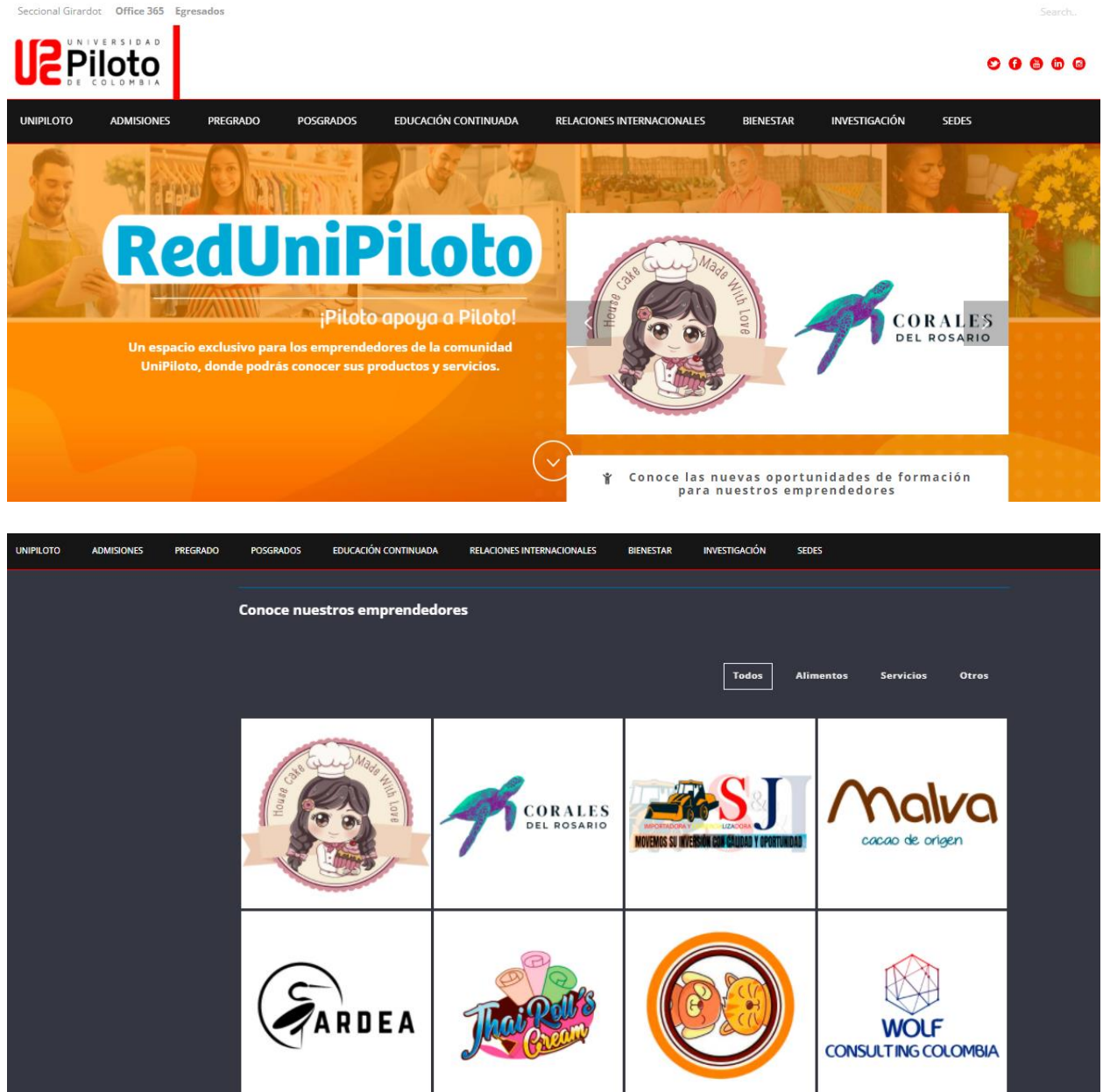
Nota: Vista de pantalla Centro de Desarrollo Empresarial UPB. Tomada de UPB, (2021)

UniPiloto: Tienen una sección llamada Red Unipiloto - Piloto apoya a piloto.

Un espacio exclusivo para los emprendedores de la comunidad UniPiloto, donde pueden conocer sus productos y servicios. El espacio que manejan de los emprendedores, tiene resumen del negocio, datos básicos del emprendimiento y del emprendedor. El Concepto Jurídico que manejan: “El proyecto busca desarrollar una red de economía colaborativa para la Comunidad UniPiloto, (estudiantes, administrativos, directivos, egresados y sus familias y demás personas que hayan trabajado formalmente con la universidad en diversos proyectos) mediante la implementación de una plataforma tecnológica, en la cual la Universidad únicamente se encargará de propiciar el espacio para la generación de la red de economía colaborativa en la Comunidad UniPiloto, sin que ello implique o genere obligaciones y mucho menos responsabilidad alguna por

parte de la Universidad en la relación comercial entre los diferentes actores de la red” (Unipiloto,2014), (Véase Figura 11).

Figura 11. Red Unipiloto



Nota: Vista de pantalla Red Unipiloto. Tomada de Unipiloto, (2021)

3 Base de datos e identificación y clasificación de emprendimientos.

3.1 Actualización de base de datos

Se hizo una revisión del sitio Google creado en la segunda edición donde se halló que se contaba con 39 emprendimientos, se diseñó una base de datos con la información relevante de los emprendimientos activos, se procedió a contactarlos por diferentes medios para confirmar su participación en la nueva edición de UIS compra UIS, se pudo evidenciar que los emprendedores tienen la voluntad de seguir formando parte del proyecto, es así como de los 39,27% de ellos confirmaron que quieren seguir participando, dos (2) emprendedores no quieren participar, debido a que su emprendimiento ya es lo suficientemente visible y no necesita el apoyo de UIS compra UIS y de nueve (9) no se obtuvo respuesta.

3.2 Identificación y clasificación de los emprendimientos

Los principales medios de comunicación utilizados para contactar los emprendedores han sido, primeramente, WhatsApp, vía Instagram y llamadas telefónicas, siendo WhatsApp el medio por el cual se ha obtenido más respuestas (Véase Figura 12).

Figura 12. Reiterando invitación a los emprendedores ya participantes de UIS COMPRA UIS



Nota: la figura muestra la comunicación que se tuvo con los emprendedores para la participación en UIS COMPRA UIS.

Se logró el registro de 40 emprendimientos nuevos y antiguos en la página web, muchos emprendimientos desistieron después del primer filtro, algunos porque decidieron no continuar con su emprendimiento, otros porque no respondieron más a la convocatoria y otros siguen manifestando que lo harán posteriormente que han estado con ocupaciones propias.

Tabla 2. *Lista de emprendedores*

| Nombre de la empresa o emprendimiento | Dirección del emprendimiento | Número de Celular | Categoría | Participan |
|--|---|------------------------------|----------------------------|-------------------|
| Andrea Amarillo Joyería | https://andreaamarillo.com/ | 316 661 61 40 | Ropa y Accesorios | No |
| Collart Accesorios | Cra 27 # 20 26 apto 201 | 300 628 01 71 | Ropa y Accesorios | si |
| Love and Art | Tienda Virtual | 300 545 86 86 | Ropa y Accesorios | No respondió |
| Luchador | CLL 52 # 35A-20 | 314 280 76 23 | Ropa y Accesorios | No respondió |
| Parte de Ti | CLL 26 #27-11 | 318 494 04 97 | Ropa y Accesorios | si |
| JN Store | Tienda Virtual | 320 913 02 93 | Ropa y Accesorios | No respondió |
| Andromedarte | CLL 14 # 27-11 | 323 200 89 04 | Arte | si |
| ARTE INGA | CLL 10 # 26a - 04 PISO 2 | 320 877 82 15 | Arte | si |
| Dani Crafts | CLL 32 # 42-19 | 311 472 18 74 | Arte | si |
| EUKARY ART | CLL 9a # 9-43 Piedecuesta | 316 491 72 68 | Arte | si |
| MAURICIO RODRIGUEZ DECORADOR | Carrera 15 # 8-66 San Rafael, Piedecuesta. | 311 596 12 35 | Arte | si |
| Bonsais.Art | manzana U casa 20 barrio mirador de san juan | 315 878 43 36 | Arte | |
| Café Santa Cecilia | Parcela Santa Cecilia, Vda la judía Floridablanca. | 320 321 76 93 | Productos Agroindustriales | si |
| Reina de la Cuesta | FCA MIRAFLORES, VDA EL VOLADOR PIEDECUESTA | 315 685 60 31 /311 296 10 70 | Productos Agroindustriales | si |
| INDUSTRIA ALIMENTICIA GRANADOS | Cra 6 # 9 -13 BARBOSA STDER | 312 383 28 87 | Productos Agroindustriales | si |
| CHOCOLATE DE LA ABUELA | calle 8 # 22-16 apartamento 404 | 315 299 19 50 | Productos Agroindustriales | si |
| CASTILLO STORE | Tienda Virtual | 300 398 47 29 | Libros y Papelería | si |
| EDICIONES A&P | Calle 6 # 5E-72 Cúcuta | 312 288 70 50 | Libros y Papelería | si |
| petbrunch | CRA 33 # 62 34 CONUCOS | 301 339 41 41 | Mascotas | si |

| | | | | |
|--|--|----------------------------------|--|--------------|
| PISS POU | CRA 27 # 41 - 14 | 300 516 61 12 / 316 893 36 93 | Productos de limpieza | No respondio |
| Terranauta | TIENDA VIRTUAL | 317 390 51 75 | Productos sustentables | si |
| GALLETITAS MINI MUA | CRA 38 # 32 - 37 CABECERA | 315 634 51 56 | Restaurante, Panadería y Pastelería | si |
| CAFÉ PUEBLITO VIEJO | CLL 10 # 22-36/ ahora tienda virtual | 317 420 94 12 | Restaurante, Panadería y Pastelería | si |
| TAMALEANDO | TIENDA VIRTUAL | 321 979 79 59 | Restaurante, Panadería y Pastelería | si |
| BG CONSULTORIA | CRA 38 # 32-37 | 319 755 50 75 | Servicios | si |
| CEPRODE | cra 33 # 86- 144 torre 2 apto 1109 | 316 331 02 46 | Servicios | si |
| AVATELCO LEGAL TECH | calle 41 # 11- 05 | 313 263 52 26 | Servicios | si |
| DATA ENTERPRISE SAS | Tienda virtual | 315 372 47 89 | Servicios | No |
| CORPORACION ALANTI | AVDA 17 7W-51 TRAPICHE APTO 212A | 316 755 19 53/ 304 564 72 63 | Servicios | si |
| INBOUND MARKETING y CRM | Tienda Virtual | 315 807 13 32 | Servicios | No respondio |
| LUNA SANCHEZ S.A.S | Cra 15 # 14 - 25 bucaramanga | 316 755 62 83 | Servicios | si |
| Servillantas El Puente | Calle 70 No 20w38 local 3 | 316 619 10 47 | Servicios | si |
| G-M ALTERPHARMA LAB | Calle 8 # 6-60 | 310 476 52 95 | Salud y Bienestar | No respondio |
| DAKINI VINYASA YOGA | Finca El Diviso, vereda La Tigra, Rionegro, Santander | 301 589 35 89 | Salud y Bienestar | No respondio |
| BONDIE TECHNOLOGY | Tienda Virtual | 322 951 22 30 | Tecnología | No respondio |
| HOSPEDAJE LOS CAPUCHINOS | Carrera 8 # 11-25 Socorro Santander | 311 237 46 38 | Turismo | si |
| TRAVELAND HOLDING EMPRESARIAL | Cra 28 # 50-54 | 321 205 39 48 / 310 582 76 09 | Turismo | si |
| DISEÑOS SAMARA | Calle 50a # 14-120 San Miguel | 317 898 04 62 | Calzado | si |
| HOMETECH | carrera 15 #11-33 SOCORRO SANTANDER | 314 436 41 70 | Mobiliario de oficina | si |

Nota: En la tabla se muestra la lista de emprendedores nuevos y antiguos que desean y NO continuar en la página web “UIS

COMPRA UIS (Primer filtro). Elaboración Propia

3.2.1 Encuesta de Satisfacción

Una vez actualizados los emprendimientos, se llevó a cabo unas encuestas de satisfacción a algunos de los participantes con el fin de conocer cómo se sentían con este nuevo prototipo de software, lo cual brindó calificaciones positivas en su mayoría, indicándonos que se va por buen camino con este nuevo sistema.

Figura 13. Porcentaje de Participantes



Como se puede evidenciar en la figura 13, el 75% de los encuestados participaron de la convocatoria de UIS COMPRA UIS con su emprendimiento o producto; del mismo modo se indagó dentro de esta población acerca del grado de satisfacción general con la página propuesta, de lo cual se encontró que 66.7% se encuentra satisfecho y el 33.3% tienen una opinión neutral como se muestra en la Figura 14

Figura 14. Grado de Satisfacción

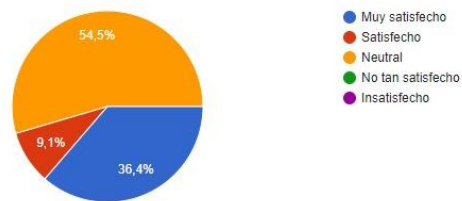


Al preguntar acerca del nivel de satisfacción de la nueva imagen en página web y versión móvil en comparación a las versiones anteriores, se pudo establecer que solo el 36.4% de los encuestados sienten un grado de satisfacción, y el 54.5% manifiestan que le es neutral (Ver Figura 15).

Figura 15. *Comparativo con Versiones Anteriores*

Si usted ha participado en las ediciones anteriores de UIS compra UIS (ahora U-shop), ¿cuál es su nivel de satisfacción de la nueva imagen, página web y versión móvil comparada con la anterior?

11 respuestas



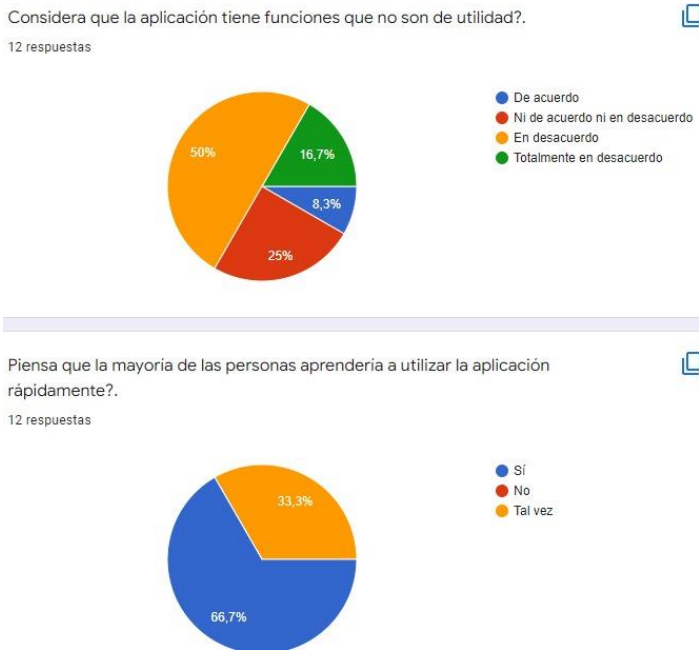
A fin de determinar la practicidad y facilidad del prototipo planteado tanto en la versión móvil y la página web, se indagó acerca de la experiencia de usuario y la facilidad de uso; de lo cual se encontró que 83.3% de la población consideran que la experiencia de usuario no fue mala y el 16.7% no está de acuerdo ni en desacuerdo. Esto se muestra en la figura 16.

Figura 16. Experiencia de Usuario y la Facilidad de Uso



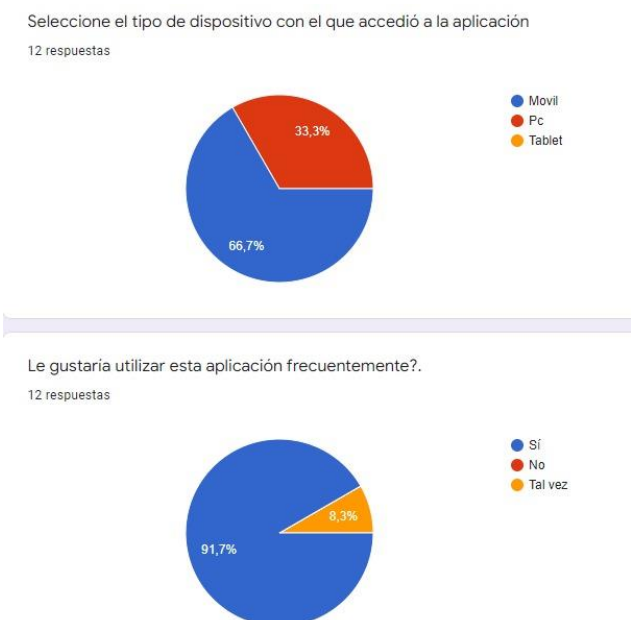
En cuanto a la utilidad de las funciones integradas al prototipo de software, el 50% de los encuestados consideran que están en desacuerdo en cuanto a que estas no son de utilidad, el 16.7% manifiestan estar totalmente en desacuerdo, el 25% no esta de acuerdo ni en desacuerdo y solo el 8.3% se encuentra de acuerdo; y de esta población el 66.7% piensa que la mayoría de personas aprenderían a usar la aplicación rápidamente (Ver Figura 17)

Figura 17. *Utilidad de las Funciones Integradas al Prototipo de Software*



El 66.7% de los encuestados accedió a la aplicación a través de un dispositivo móvil y el 33.3% mediante un PC; y al 91.7% de los emprendedores le gustaría utilizar a aplicación de una manera frecuente.

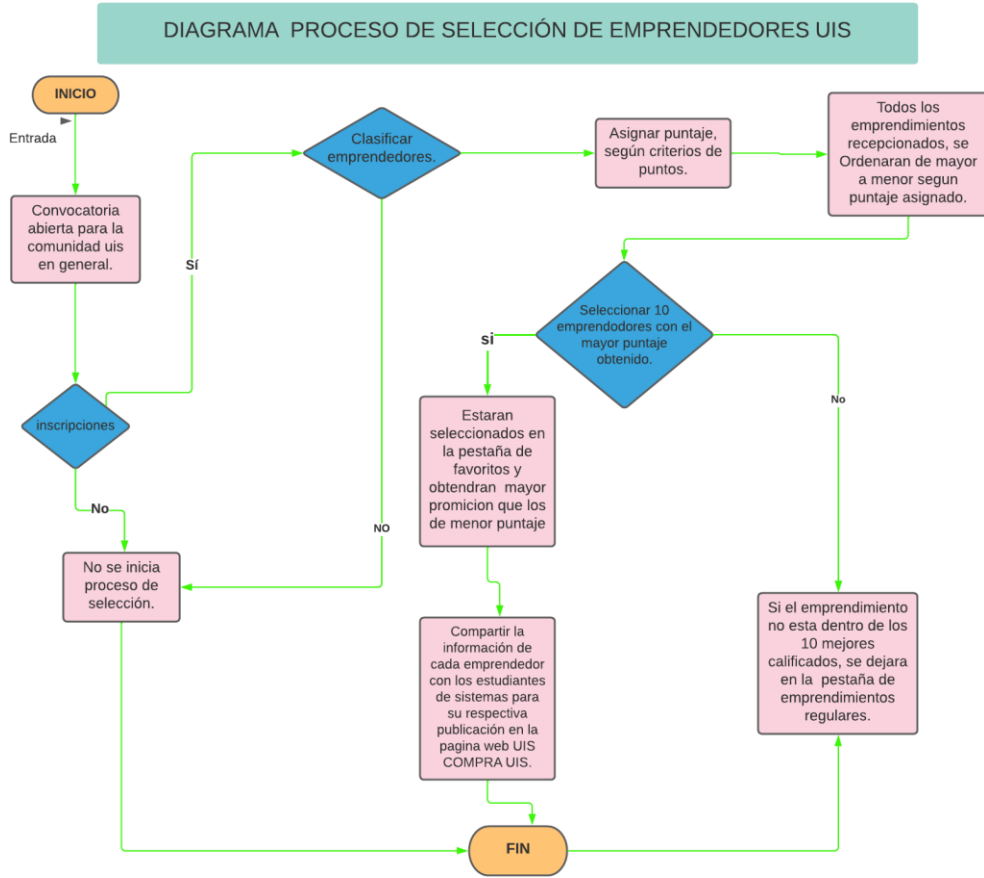
Figura 18. *Medio de Acceso y Frecuencia de Uso*



4 Proceso de selección de los Emprendimientos.

Para el cumplimiento de este objetivo, se construyó un diagrama de flujo, donde se desarrolló la selección de los emprendedores según el puntaje de criterios previamente aplicados a cada uno, permitiendo que aquellos que logren un puntaje mayor a 50 puntos sean clasificados como favoritos y los inferiores a este puntaje, se dejan en la sección de emprendimientos regulares; con la información recolectada de cada emprendimiento seleccionado se escogerán los primeros 5 con más puntaje y a estos se realizará el análisis de ventas, mediante el método de promedio simple aplicado en gestión de operaciones contando con la información cuantitativa brindada antes de la pandemia y post pandemia.

Ilustración 1 *Diagrama de proceso selección de emprendedores.*



4.1.1 Criterios de selección

Se definieron unos criterios de selección entre uno y tres, donde la calificación de los criterios fue de 1 a 3 siendo 1 el más bajo y 3 el más alto, de esta forma tener una manera más acertada de selección de los emprendedores.

Tabla 3 Calificación ponderada.

| | |
|--------------|----------|
| Bajo | 1 |
| Medio | 2 |
| Alto | 3 |

4.1.2 *Redes Sociales.*

Relacionado a las redes sociales, es muy importante que el emprendedor cuente con una comunicación directa con los clientes, siendo este el medio más usado en este momento, es por esto que se le asignó un puntaje de acuerdo a las más utilizadas.

Los mayores puntajes se le asignaron a Instagram, Facebook y WhatsApp, pues según estudios, son las principales redes utilizadas para promoción de negocios y comunicación directa con los clientes (Branch, 2021).

Tabla 4 *Calificación redes sociales.*

| Redes sociales | Puntaje |
|---|----------------|
| Instagram | 3 |
| Facebook | 3 |
| WhatsApp | 3 |
| YouTube | 1 |
| Otros (tiktok, snapchat, linkedin, twitter que no son plataformas especializadas en difusión de productos y servicios) | 1 |

4.1.3 *Categorías del emprendimiento.*

Buscando mejorar la categorización de la página web “UIS COMPRA UIS” logrando ampliar las ya existentes las cuales eran catorce (14), se avanzó en diez (10) adicionales buscando lo esperado, al implementar estas nuevas categorías se logra obtener una base amplia de veinticuatro (24), para futuros emprendimientos. Las cuales se obtuvieron de la investigación realizada en varias plataformas ya existentes como mercado libre (Mercadolibreco, 2021) y

Amazon (Amazon, 2021), este criterio es uno de los mas importantes en la selección previa a los emprendimientos categorizados como favoritos.

Tabla 5 Calificación categoría de emprendimiento.

| Categoría del emprendimiento | Puntaje |
|---|----------------|
| Moda para hombre: En esta categoría irá todo lo relacionado con ropa para hombre. | 2 |
| Moda para mujer: En esta categoría irá todo lo relacionado con ropa para mujer. | 1 |
| Accesorios para mujer: Joyería, bisutería, accesorios para el cabello, bolsos, entre otros. | 1 |
| Accesorios para hombre: se incluirán elementos como: relojes, correas, sombreros, entre otras. | 2 |
| Moda para niños y niñas: se unirán la ropa de niños y niñas, tales como: pijamas, ropa y zapatos. | 3 |
| Bebé: Ropa para bebé, higiene y cuidado del bebé, lactancia y alimentación, entre otros. | 3 |
| Detalles y sorpresas: se incluirán elementos, como globos decorativos, carteles, desayunos sorpresa, entre otros. | 3 |
| Hogar y cocina: Elementos de cocina, decoración del hogar, entre otros. | 3 |
| Arte y Artesanías: Se incluirán productos como cuadros, elementos tejidos, manualidades, entre otros. | 1 |

| | |
|---|---|
| Productos Agroindustriales: confitería, derivados del café y el cacao, condimentos, salsas y alimentos procesados, entre otros. | 1 |
| Libros y papelería: Libros virtuales o físicos, libretas, bolígrafos, entre otros. | 2 |
| Mascotas: Alimento para mascotas, collares, camas, entre otros. | 2 |
| Deportes y fitness: Suplementos, proteínas, ropa deportiva para mujer y hombre, accesorios deportivos. | 3 |
| Salud y bienestar: Masajes, suplementos alimenticios, terapias alternativas, entre otros. | 2 |
| Belleza y cuidado personal: Maquillaje, cremas de cara y cuerpo, mascarillas, entre otros. | 3 |
| Juguetería: Instrumentos musicales para niños, juegos didácticos, entre otros. | 3 |
| Pastelería: Tortas para eventos, cupcakes, postres, entre otros. | 2 |
| Alimentos y bebidas: Todo tipo de bebidas, alimentos de restaurante, entre otros. | 2 |
| Productos sostenibles: Productos para el cuidado del medio ambiente, ejemplo cepillos de bambú. | 3 |
| Servicios: consultorías, salones de belleza, reparaciones, entre otros. | 3 |
| Turismo: Todo lo relacionado a viajes. | 2 |

| | |
|---|---|
| Calzado: Zapatos para mujeres, hombres y niños. | 1 |
| Construcción: materiales de construcción. | 3 |
| Mobiliario de oficina: sillas, escritorios, muebles, entre otros. | 2 |
| Tecnología: venta de accesorios y telefonía celular, entre otros. | 3 |

4.1.4 Lugares de Envío.

Es importante tener la claridad de capacidad de comercialización de los emprendedores y poder plasmarlo en la página web, con el fin de que ellos puedan saber si su producto podrá ser enviado a determinado lugar o no.

Tabla 6 Calificación lugares de envío.

| Lugares de envío | Puntaje |
|--|---------|
| Bucaramanga y su área metropolitana | 2 |
| Santander | 3 |
| Colombia | 3 |
| Otros (que tengan restricción de distancias) | 1 |

4.1.5 Tiempo de entrega

Al igual que los lugares de envío, los tiempos de entrega juegan un papel importante a la hora de seleccionar los emprendimientos, pues es importante garantizar que podrán recibir sus productos o servicios lo más pronto posible, es una señal de capacidad, responsabilidad y confianza alta de comercialización.

Tabla 7 Calificación tiempo de entrega.

| Tiempo de entrega | Puntaje |
|--|----------------|
| De 1 a 3 días hábiles | 3 |
| De 3 a 5 días hábiles | 3 |
| De 5 a 7 días hábiles | 2 |
| Otro (que se indiquen mayor cantidad de días) | 1 |

4.1.6 Métodos de pago.

Teniendo en cuenta que el E-commerce creció durante la pandemia (Dadamio, 2020), y gran parte de la población aprendió a utilizar métodos de pago electrónicos, se le dará mayor puntaje a aquellos emprendedores que manejen plataformas de pago electrónico, para garantizar la facilidad al cliente y a ellos mismos.

Tabla 8 Calificación métodos de pago.

| Métodos de pago | Puntaje |
|--|----------------|
| Efectivo | 2 |
| Tarjeta de crédito | 3 |
| Transferencia Bancaria | 3 |
| Sucursal Bancaria | 3 |
| Efecty | 2 |
| Daviplata | 3 |
| Nequi | 3 |
| Otra (plataformas no tan conocidas) | 1 |

4.1.7 Tiempo de funcionamiento

Para este criterio se le asignó mayor puntaje a los emprendedores que tienen más de 2 años en funcionamiento, esto con el fin de tener mayor certeza en el cumplimiento con los clientes y que estén seguros de la calidad de los productos que reciben; además el tiempo de funcionamiento es un indicador de confianza para los consumidores garantizando la fidelización de los mismos.

Tabla 9 calificación tiempo de funcionamiento.

| Tiempo de funcionamiento | Puntaje |
|---------------------------------|----------------|
| De 0 a 1 año | 1 |
| De 1 a 2 años | 2 |

| | |
|------------------------------|---|
| De 2 a 3 años | 3 |
| De 3 a 4 años | 3 |
| De 4 años en adelante | 3 |

Ilustración 2 Diagrama proceso aplicación de criterios.

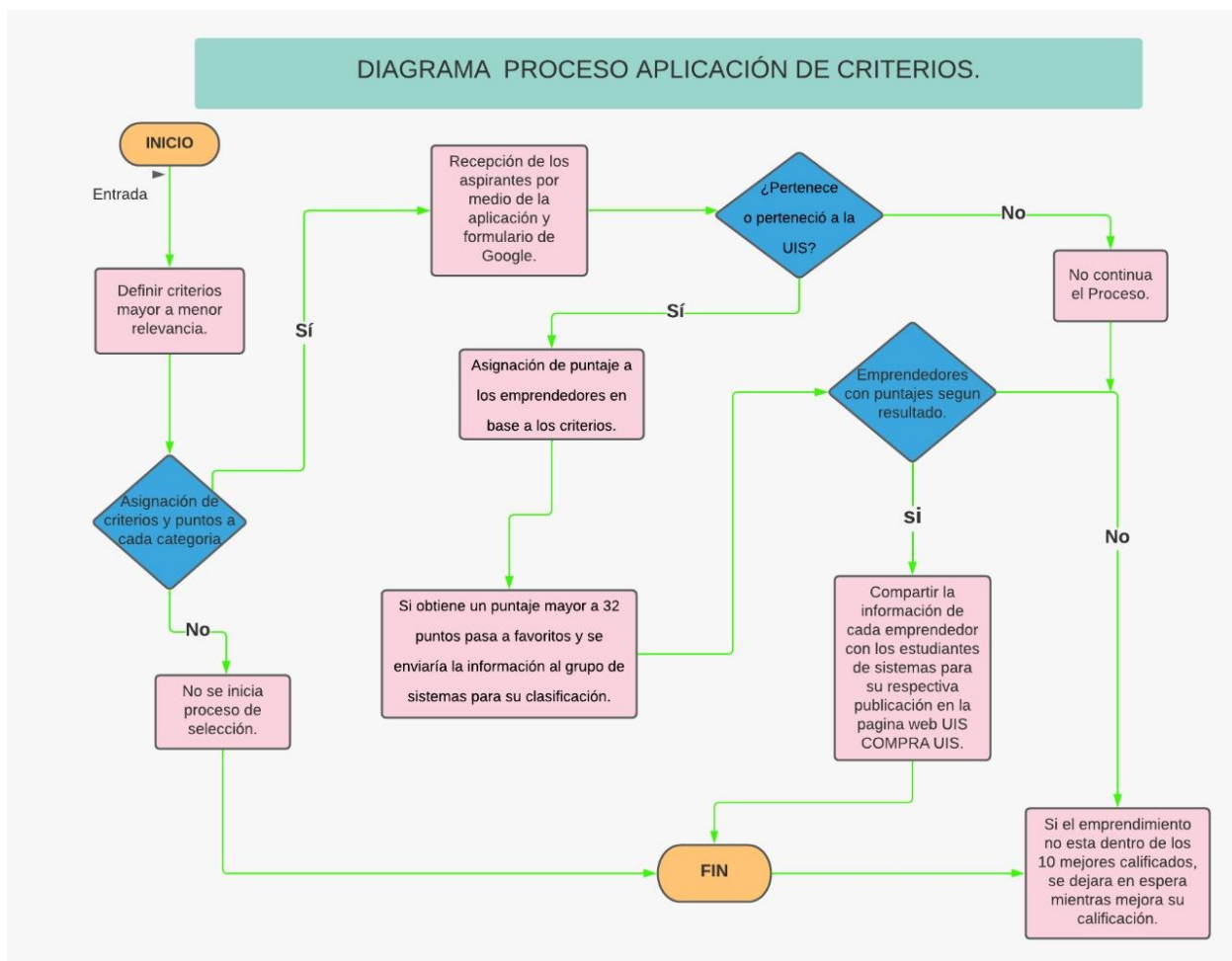


Tabla 10 Posicionamiento en el ranking de emprendedores.

| Ranking | puntos | 1. Indique cuales redes sociales tiene activas en su emprendimiento: | 2. ¿Con que categoría se identifica su emprendimiento? | 3. ¿A qué sitios puede enviar su producto? | 4. ¿Cuál es el tiempo de entrega del producto o servicio? | 5. ¿Qué medios de pago dispone? | 6. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene su emprendimiento? |
|-------------------|--------|--|---|--|---|--|---|
| 1er puesto | 43 | Instagram, WhatsApp | Moda para hombre, Moda para mujer, Accesorios para mujer, Accesorios para hombre, Moda para niños y niñas, Bebé, Detalles y sorpresas, Artes y artesanías | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 1 a 2 años |
| 2do puesto | 39 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Hogar y cocina, Salud y Bienestar, Alimentos y bebidas | Colombia | 3 a 5 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Sucursal bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 3er puesto | 36 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Belleza y cuidado personal | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Sucursal bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 1 a 2 años |
| 4to puesto | 35 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Belleza y cuidado personal | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Tarjeta de crédito, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 5to puesto | 34 | Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube, www.comebien.co | Salud y Bienestar | a todas partes del mundo | inmediato pago virtual y se activa la plataforma | Efectivo, Tarjeta de crédito, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | Más de 4 años |
| 6to puesto | 33 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Moda para mujer, Accesorios para mujer, Detalles y sorpresas | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |

| | | | | | | | |
|-------------------|----|-------------------------------|---|---|--------------------|---|---------------|
| 7to puesto | 33 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Moda para mujer, Accesorios para mujer, Artes y artesanías, Belleza y cuidado personal | Colombia | 3 a 5 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 8vo puesto | 33 | Instagram, WhatsApp, Youtube | Moda para mujer, Artes y artesanías, Libros y Papelería, Mascotas, Servicios | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Nequi | Más de 4 años |
| 9no puesto | 33 | Instagram, Facebook | Moda para mujer, Accesorios para mujer, Accesorios para hombre, Detalles y sorpresas, Artes y artesanías | Santander | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | De 1 a 2 años |
| 10 puesto | 32 | Instagram, WhatsApp | Artes y artesanías, Salud y Bienestar, Belleza y cuidado personal, Alimentos y bebidas, Productos sostenibles | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Nequi | De 0 a 1 año |
| 11 Puesto | 31 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Moda para mujer, Accesorios para mujer | Bucaramanga o el área metropolitana | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 12 Puesto | 31 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Moda para mujer | Hacemos envios en Bucaramanga, área metropolitana, santander y todo el pais | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 1 a 2 años |
| 13 Puesto | 30 | Instagram, WhatsApp | Alimentos y bebidas | Bucaramanga o el área metropolitana | De 2-3 horas | Efectivo, Transferencia bancaria, Sucursal bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 14 Puesto | 30 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Moda para mujer, Accesorios para mujer, Belleza y cuidado personal | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Nequi | De 1 a 2 años |

| | | | | | | | |
|------------------|----|--|---|-------------------------------------|--|--|---------------|
| 15 Puesto | 29 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Accesorios para mujer, Accesorios para hombre, Artes y artesanías | Colombia | 5 a 7 días hábiles | Efectivo, Daviplata, Nequi | De 3 a 4 años |
| 16 Puesto | 29 | Instagram, WhatsApp | Belleza y cuidado personal | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 17 Puesto | 27 | Instagram, WhatsApp | Accesorios para mujer, Accesorios para hombre, Detalles y sorpresas, Artes y artesanías | Bucaramanga o el área metropolitana | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 18 Puesto | 27 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Accesorios para mujer, Belleza y cuidado personal | Bucaramanga o el área metropolitana | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Nequi | De 0 a 1 año |
| 19 Puesto | 27 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Calzado | Colombia | 10-15 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | De 1 a 2 años |
| 20 Puesto | 27 | Instagram, WhatsApp | Mascotas | Bucaramanga o el área metropolitana | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | Más de 4 años |
| 21 Puesto | 25 | Instagram, Facebook, WhatsApp, Youtube | Alimentos y bebidas | Santander | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Nequi | De 1 a 2 años |
| 22 Puesto | 24 | Instagram | Accesorios para mujer, Artes y artesanías | Colombia | Los productos disponibles se envían el mismo día, los pedidos personalizados toman 15 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | De 1 a 2 años |
| 23 Puesto | 23 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Pastelería | Bucaramanga o el área metropolitana | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria | De 1 a 2 años |
| 24 Puesto | 22 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Moda para mujer | Colombia | 3 a 5 días hábiles | Efectivo, Nequi | De 0 a 1 año |

| | | | | | | | |
|----------------------|----|------------------------|-----------------------------------|--|---------------------------------|---|--------------|
| 25 Puesto | 21 | Instagram, WhatsApp | Servicios | Colombia | corto, mediano y largo plazo | Efectivo, Nequi | De 0 a 1 año |
| 26 Puesto | 21 | Instagram | Accesorios para hombre y mujer | Colombia | El mismo día | Efectivo, Transferencia bancaria, Nequi | De 0 a 1 año |
| 27 Puesto | 17 | Instagram | Belleza y cuidado personal | Bucaramanga o el área metropolitana | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria | De 0 a 1 año |
| 28 Puesto | 15 | Instagram | Accesorios para mujer | Bucaramanga o el área metropolitana | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Nequi | De 0 a 1 año |

5 Acciones Ejecutadas Para la Campaña de difusión Digital.

Revisados los proyectos que anteceden a esta versión, se evidencia que se realizaron piezas publicitarias individuales, que nos han inspirado para el mejoramiento de la pieza creada para esta edición, las cuales se publicaron por medio de canales de comunicación institucionales y redes sociales

5.1 Pieza publicitaria.

Se elaboró con apoyo de auxiliares de diseño la pieza publicitaria para la tercera edición de la convocatoria abierta de UIS COMPRA UIS, la cual se dio a conocer por primera vez en el evento emprendedores XXXV el 27 de noviembre de 2021 (Véase apéndice C).

Adicionalmente se creó una difusión en los canales institucionales de la Universidad, logrando captar público exclusivo de la UIS, por otra parte, se realizó divulgación por las redes sociales personales de los participantes, las creadas para el proyecto por las estudiantes encargadas de la segunda edición y en grupos de Facebook de miembros UIS (véase Figura 20, 21, 22 y 23).

-Gracias a la colaboración de estudiantes en diseño como le mencionábamos anteriormente, se logró realizar la pieza publicitaria la cual se aprecia en la Figura 19

Figura 19. Pieza publicitaria para la captación de nuevos emprendedores.

“UIS COMPRA UIS”

Somos estudiantes del Programa Gestión Empresarial desarrollando una práctica para promover el emprendimiento en la Universidad Industrial de Santander.

¿Tienes un emprendimiento y quieres promocionarlo sin ningún costo?

Sólo debes cumplir con los siguientes requisitos:

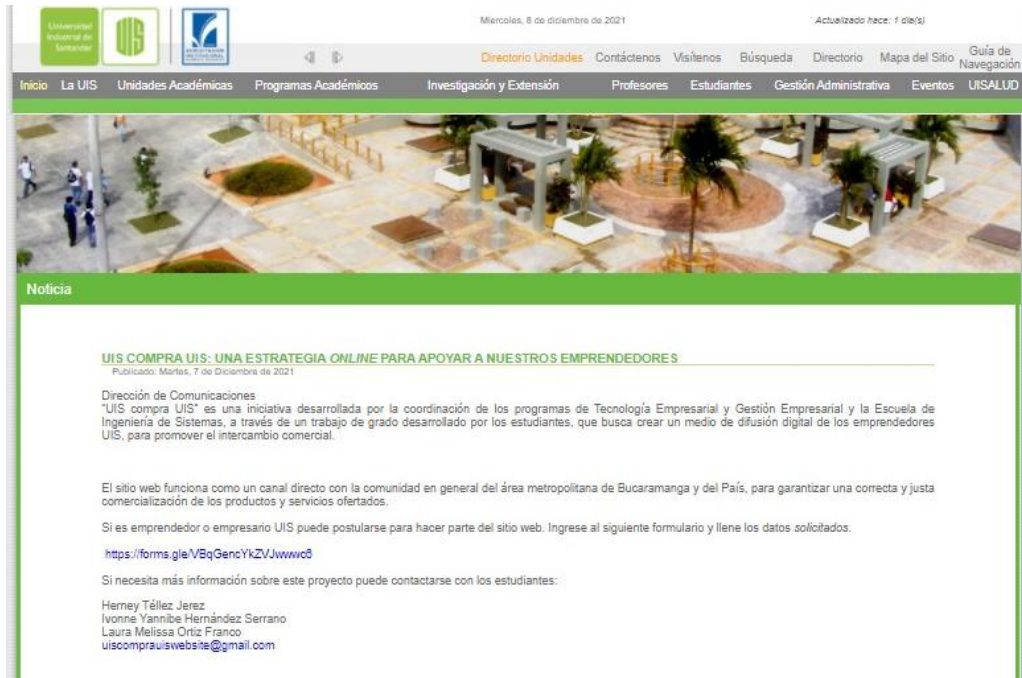
- Ser miembro de la comunidad UIS (Estudiantes, egresados, profesores, administrativos o jubilados)
- El emprendimiento debe estar activo y con capacidad de producción.

Postúlate aquí:
<https://forms.gle/VBqGencYkZVJwwwc6>

IPRED
 Universidad Industrial de Santander
 #LaUISqueQueremos

Nota: la figura muestra la pieza publicitaria desarrollada Gracias a la colaboración de estudiantes en diseño.

Figura 20. Publicación y difusión en medios institucionales de la UIS.



Nota: Como podemos observar se tiene apoyo por parte de la Universidad industrial de Santander, para ampliar la cobertura y captación de información por parte de la comunidad UIS.

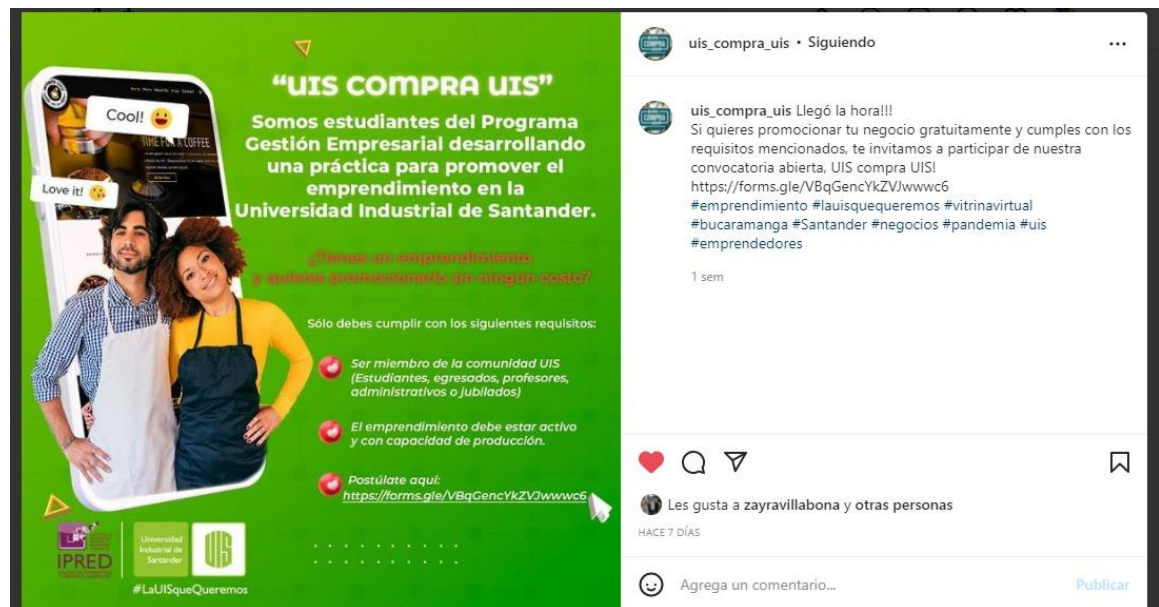
<https://www.uis.edu.co/webUIS/es/rss/noticia.jsp?id=15009&canal=canalComunicaciones.xml&facultad=ppal>

Figura 21. *Publicación y difusión en la red social Facebook.*



Nota: la figura muestra la pieza publicitaria desarrollada Gracias a la colaboración de estudiantes en diseño en el portal de Facebook

Figura 22. *Publicación y difusión en la red social Instagram.*



Nota: la figura muestra la pieza publicitaria desarrollada Gracias a la colaboración de estudiantes en diseño en la red Social Instagram

Figura 23. *Difusión en grupos de Facebook.*



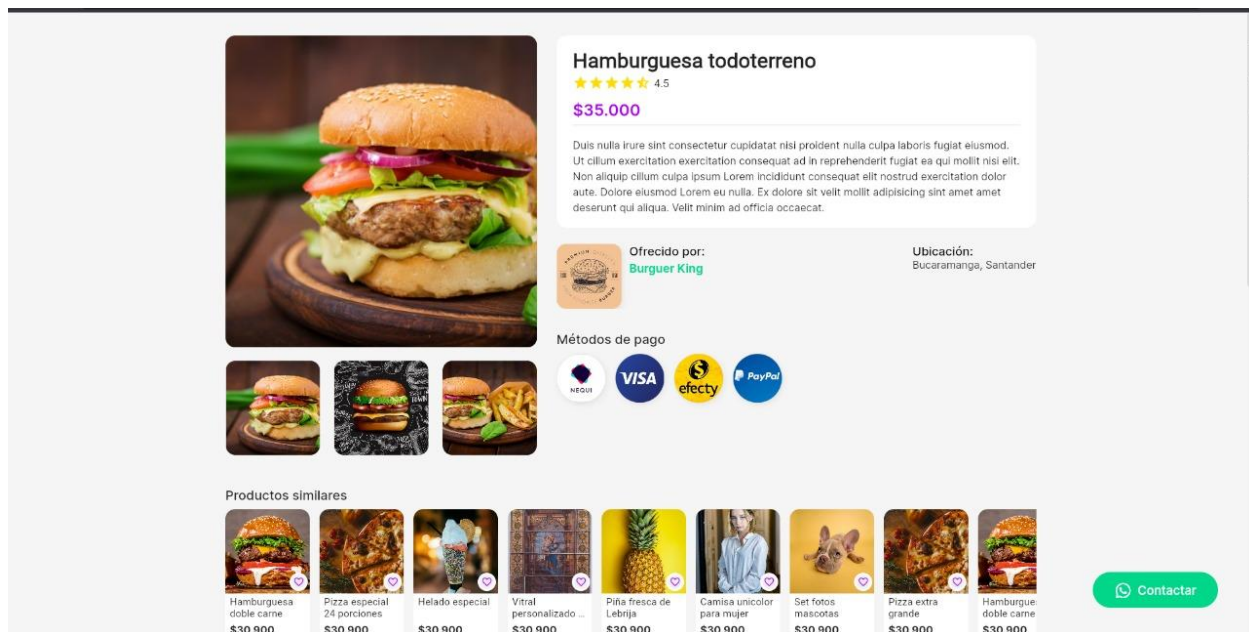
Nota: la figura muestra la pieza publicitaria desarrollada Gracias a la colaboración de estudiantes en diseño difundida en los grupos de Facebook de la comunidad UIS


5.2 Publicidad de página web.

Se realizó un cambio de diseño con el nuevo logotipo y enlace de página web a las redes sociales, se publicaron los emprendimientos en las mismas, con el fin de promocionarlos públicamente.

El enlace correspondiente a la página web final para promoción es <https://u-shop.com.co/inicio>


Figura 24. Vista preliminar página web





★ 4.5

\$30.900



\$30.900

Reseñas


5 estrellas

4 estrellas

3 estrellas

2 estrellas


1 estrella



Andrea Florez
6 Dic 2021

★★★★★ 4.5


Duis quis tempor elit veniam irure officia voluptate exercitation magna. Eiusmod elit dolor anim sit aliqua pariatur irure velit. Culpa occaecat consequat ullamco adipiscing enim quis anim cillum nisi et ullamco. Cupidatat elit excepteur duls laboris id sit nisi sint sunt laboris culpa. Enim ipsum nulla duls sint eu exercitation magna et incididunt elit velit sint pariatur magna. Fugiat aute commodo ea irure. Non incididunt labore duls ipsum.



Andrea Florez
6 Dic 2021

★★★★★ 4.5


Duis quis tempor elit veniam irure officia voluptate exercitation magna. Eiusmod elit dolor anim sit aliqua pariatur irure velit. Culpa occaecat consequat ullamco adipiscing enim quis anim cillum nisi et ullamco. Cupidatat elit excepteur duls laboris id sit nisi sint sunt laboris culpa. Enim ipsum nulla duls sint eu exercitation magna et incididunt elit velit sint pariatur magna. Fugiat aute commodo ea irure. Non incididunt labore duls ipsum.



Andrea Florez
6 Dic 2021

★★★★★ 4.5

Duis quis tempor elit veniam irure officia voluptate exercitation magna. Eiusmod elit dolor anim sit aliqua pariatur irure velit. Culpa occaecat consequat ullamco adipiscing enim quis anim cillum nisi et ullamco. Cupidatat elit excepteur duls laboris id sit nisi sint sunt laboris culpa. Enim ipsum nulla duls sint eu exercitation magna et incididunt elit velit sint pariatur magna. Fugiat aute commodo ea irure. Non incididunt labore duls ipsum.



Andrea Florez
6 Dic 2021

★★★★★ 4.5


Duis quis tempor elit veniam irure officia voluptate exercitation magna. Eiusmod elit dolor anim sit aliqua pariatur irure velit. Culpa occaecat consequat ullamco adipiscing enim quis anim cillum nisi et ullamco. Cupidatat elit excepteur duls laboris id sit nisi sint sunt laboris culpa. Enim ipsum nulla duls sint eu exercitation magna et incididunt elit velit sint pariatur magna. Fugiat aute commodo ea irure. Non incididunt labore duls ipsum.

elit exercitation pariatur. Qui exercitation Lorem ex ullamco elit nisi nisi aute qui consectetur reprehenderit. Amet in qui sit dolor cupidatat adipiscing nisi id anim occaecat consectetur sit.


📍 Bucaramanga, Santander

★★★★★ 4.5

Encargados



Osmel Shamir Duran Castro
Estudiante



Maria del Pilar Castro Sarmiento
Administrativo

Categorías

Ropa, Accesorios para hombre, Accesorios para mujer, Maquillaje


Contacto y redes

📞 (+57) 301 546 3287


📷 @emprendimiento

✉ emprendimiento@gmail.com


Productos




Hamburguesa doble carne
★ 4.5
\$30.900




Pizza especial 24 porciones
★ 4.5
\$42.500




Helado especial
★ 4.5
\$15.000




Vitrina personalizada a gusto
★ 4.5
\$120.000




Piña fresca de Lebrija
★ 4.5
\$18.000




Camisa unicolor para mujer
★ 4.5
\$59.999




Set fotos mascotas
★ 4.5



Pizza extra grande
★ 4.5






Cosmetic Shop
20 productos


Nisi laborum deserunt est cillum et laborum ut laboris dolor officia ex Lorem enim et. Mollit elusmod laboris nisi amet cillum adipisicing laborum qui. Cupidatat dolor officia ut cupidatat do tempor ea eu mollit nisi sint elit exercitation pariatur. Qui exercitation Lorem ex ullamco elit nisi nisi aute qui consectetur reprehenderit. Amet in qui sit dolor cupidatat adipisicing nisi id anim occaecat consectetur sit.

📍 Bucaramanga, Santander ★★★★★ 4.5

Encargados




Osmel Shamir Duran Castro
Estudiante




Mario del Pilar Castro Sarmiento
Administrativo

Productos




Hamburguesa doble carne
★ 4.5




Pizza especial 24 porciones
★ 4.5


Productos similares




Hamburguesa doble carne
\$30.900




Pizza especial 24 porciones
\$30.900




Helado especial
\$30.900




Vitril personalizado ...
\$30.900




Piña fresca de Lebrija
\$30.900




Camisa unicolor para mujer
\$30.900



Set fotos mascotas
\$30.900



Pizza extra grande
\$30.900



Hamburguesa doble carne
\$30.900

Reseñas


5 estrellas

4 estrellas

3 estrellas

2 estrellas


1 estrellas



Andrea Florez ★★★★★ 4.5

6 Dic 2021


Duis quis tempor elit veniam irure officia voluptate exercitation magna. Elusmod elit dolor anim sit aliqua pariatur irure velit. Culpa occaecat consequat ullamco adipisicing enim quis anim cillum nisi et ullamco. Cupidatat elit excepteur duis laboris id sit nisi sint sunt laboris culpa. Enim ipsum nulla duis sint eu exercitation magna et incididunt elit velit sint pariatur magna. Fugiat aute commodo ea irure. Non incididunt labore duis ipsum.



Andrea Florez ★★★★★ 4.5

8 Dic 2021

Duis quis tempor elit veniam irure officia voluptate exercitation magna. Elusmod elit dolor anim sit aliqua pariatur irure velit. Culpa occaecat consequat ullamco adipisicing enim quis anim cillum nisi et ullamco. Cupidatat elit excepteur duis laboris id sit nisi sint sunt laboris culpa. Enim ipsum nulla duis sint eu exercitation magna et incididunt elit velit sint pariatur magna. Fugiat aute commodo ea irure. Non incididunt labore duis ipsum.



Andrea Florez ★★★★★ 4.5

8 Dic 2021

Duis quis tempor elit veniam irure officia voluptate exercitation magna. Elusmod elit dolor anim sit aliqua pariatur irure velit. Culpa occaecat consequat ullamco adipisicing enim quis anim cillum nisi et ullamco. Cupidatat elit excepteur duis laboris id sit nisi sint sunt laboris culpa. Enim ipsum nulla duis sint eu exercitation magna et incididunt elit velit sint

[Contactar](#)

6 Conclusiones

Para el cumplimiento al objetivo de diseño del prototipo fue necesario realizar una revisión de proyectos desarrollados anteriormente conociendo los antecedentes, donde se pudieron identificar las posibles falencias, entre ellas se pudo analizar que una de las dificultades actuales es el no conocimiento del objetivo principal que desea llevar a cabo UIS compra UIS en los posibles emprendedores, lo cual no se tuvo en cuenta en las ediciones anteriores donde se da paso a oportunidades de mejora, logrando así una mejor prospectiva de lo que se desea tener en cada paso o decisión a tomar para el desarrollo de este importante proyecto en la edición que se trabajó.

Se logra implementar uno de los objetivos específicos que es el diseño de la página web y sitio móvil, en conjunto con los estudiantes de sistemas, siendo ellos un apoyo constante en la mejora continua de este proceso.

A partir del análisis inicial se pudo desarrollar una página web y una aplicación para móvil que es agradable a la vista, de fácil uso y entendimiento, que aporta herramientas de comercialización a los emprendedores y que en términos de los usuarios en un 66.7% su nivel de satisfacción es afirmativo. El poder tener una conexión directa con los emprendedores acercó a los autores a conocer más a sus anhelos y deseos, permitiendo sentir el mismo entusiasmo de ellos al querer participar en una plataforma que les permita visualizar sus productos y servicios.

Se logró determinar que el trabajo en equipo realizado de la mano con estudiantes de ingeniería de sistemas, aunque no se tuviese prevista, fue una gran oportunidad para desempeñarnos de forma adecuada, permitiéndonos tener una mejor escucha de ideas de los demás con el objetivo de apoyarlas y llevarlas a cabo y que el haber tenido inconvenientes de retrasos en las entregas por el equipo de sistemas aportó al equipo unión y trabajar fuerte para contrarrestar el tiempo perdido, aprendiendo a vencer los desafíos que se pueden

presentar en las diversas situaciones en las que nos encontremos, la administración de tiempos y labores fue indispensable en la última etapa del proyecto.

Para la creación de la base de datos de emprendimientos en la participación en la nueva edición de UIS compra UIS, se pudo evidenciar que la pandemia permitió la sensibilización con muchos emprendedores, pues esta situación les afectó en gran manera, lo que brindo un impulso mayor porque más allá de un proyecto de grado, es una oportunidad de ayudar y de brindar un apoyo extensivo para que sepan que tienen un apoyo, una vitrina donde sus productos y servicios estarán expuestas 24/7. Es así como el 39,27% de ellos confirmaron que quieren seguir participando, y solo dos emprendedores no quisieron participar.

Para el proceso de selección de los emprendimientos, se verificó que en las versiones anteriores no se utilizó la herramienta de diagrama de flujo, siendo relevante para determinar el proceso de selección de los emprendedores mediante el puntaje de los criterios, lo cual se construyó uno propio como UIS para esta nueva versión del proyecto.

Se hizo necesario definir un sistema de puntos que ayudó a seleccionar los emprendedores en base a unos criterios importantes definidos previamente, lo que aportó un proceso mucho más organizado y del cual arrojó un ranking de emprendedores.

Se identificó que, a partir del diagrama de flujo de proceso de selección, los mejores 5 emprendimientos a los cuales se les diagnosticó a través de promedio simple, sus ventas antes y después de la pandemia, logrando identificar su situación sus ingresos durante cada etapa.

Conjuntamente se logró evaluar cada emprendimiento con los criterios de selección ya establecidos de forma unificada con los integrantes de esta práctica empresarial, con el fin de definir el impacto de UIS COMPRA UIS.

A fin de lograr la campaña de difusión propuesta, gracias al trabajo colaborativo con las auxiliares de diseño se logró ejecutar una pieza publicitaria de alta calidad, que llamo la atención de los emprendedores y los animó a participar.

Cabe destacar como parte final, que el proyecto busca desarrollar una comunicación directa colaborativa para la Comunidad UIS, (estudiantes, administrativos, directivos y egresados.) mediante la implementación de un prototipo de software, en la cual la Universidad únicamente se encargará de propiciar el espacio para la generación de la red de economía colaborativa en la Comunidad UIS, sin que ello implique o genere obligaciones y mucho menos responsabilidad alguna por parte de la Universidad en la relación comercial entre los diferentes actores de este intercambio comercial.

7 Recomendaciones

Es satisfactorio ver el crecimiento de un proyecto que inició en un catálogo virtual, paso a redes sociales y hoy finalmente se convierte en una página web para el servicio de los emprendedores, aunque se han presentado obstáculos, se lograron los objetivos propuestos, y se espera que los próximos estudiantes sigan haciendo grandes cosas con este proyecto.

En vista de la respuesta positiva por parte de los emprendedores y el ánimo de participar de esta página web, es claro que esta práctica empresarial abre la posibilidad de integrar cada vez más participantes para mejorar sus ingresos. Por ello, es fundamental continuar con su mejoramiento, crecimiento y disponibilidad para aprovechar al máximo este espacio de intercambio comercial.

Este proyecto deja un gran precedente y un brillante futuro para lo que viene de aquí en adelante, pues se espera que futuros estudiantes realicen mejoras correspondientes y se siga alimentando la página hasta lograr una tienda virtual donde el cliente encuentre todo tipo de productos y puedan familiarizarse y sentirse en confianza cada día más con el comercio electrónico que cada más se vuelve una realidad en Colombia, buscando el crecimiento económico del país.

Con el propósito de tener un mejoramiento de futuros proyectos de UIS COMPRA UIS, se hizo necesario se decidió realizar un estudio comparativo de las plataformas de visibilidad empresarial con diferentes universidades, para verificar las posibles fortalezas o debilidades que tiene UIS COMPRA UIS frente a estas y la forma de apoyo a sus emprendedores, para tomar como referente y definir nuevas estrategias que permitan beneficiar a los emprendedores.

Siendo este proyecto de vital importancia para nuestros emprendedores, se hace necesario evaluar posibles escenarios desde el pensamiento estratégico y prospectiva al proyecto que puedan afectar de alguna manera el buen funcionamiento de la plataforma UIS COMPRA UIS y que puede ser de apoyo para futuras investigaciones. Para lo cual se establecieron 5 escenarios con su respectivo plan vigía que permita abordar las situaciones antes que puedan llegar.

Escenarios.

- La posibilidad de que el servidor falle ocasionando que ni clientes ni emprendedores pueda ingresar a los sitios de UIS COMPRA UIS.
- Las personas no adquirirán los productos porque no quieren ir de una página web a la otra y prefieren adquirir los productos directamente con UIS COMPRA UIS teniendo la opción de métodos de pago.
- Existe el riesgo de que traten de tumbar la página y tomar información de emprendedores.
- Si no se mantiene un equipo que este monitoreando la página web y el sitio móvil no se podrán detectar fallas que puedan surgir a la hora del uso de las mismas.
- Personas no pertenecientes a la UIS querrán ingresar falsificando información con el riesgo de ocasionar fraude.

Plan Vigía.

Es necesario garantizar a toda la comunidad UIS que el servidor se siga manteniendo, para esto el plan vigía será contar con un servidor externo que no tenga riesgos de caerse y un soporte 24/7. Por otro lado, se espera que a futuro se puedan implementar los métodos de

pago en la aplicación y página web para la facilidad de los compradores. A saber, que la seguridad es indispensable, se propone disponer de un certificado CSL para salvaguardar la información de los emprendimientos, así mismo que se pueda contar con un gestor que este constantemente revisando la veracidad de los emprendimientos y que garantice que los emprendedores sean netamente miembros UIS, también se encargará de mantener la integridad de la aplicación y página web.

Adicional a esto, en futuros proyectos, se recomienda que la convocatoria para la participación se realice directamente en la página, por lo cual queda pendiente un modo de verificación de que dichos emprendedores son parte de la comunidad UIS, esta verificación se puede dar enviando la foto del carnet o algún número de identificación que los ratifique como miembros de la UIS de alguna manera.

8 Referencias Bibliográficas.

- Amazon. (19 de noviembre de 2021). *Amazon/categorias;*. Obtenido de <https://www.amazon.com/>
- Bacca, G. M., & Vargas, L. G. (Junio de 2020). *UIS compra UIS*. Obtenido de <https://sites.google.com/view/uiscomprauis/p%C3%A1gina-principal?authuser=4>
- Branch, G. (01 de diciembre de 2021). *Branch group pagina web de estadísticas;*. Recuperado el 8 de diciembre de 2021, de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/>
- Caceres, M. B., & Sarmiento, O. N. (12 de JUNIO de 2013). *Biblioteca virtua UIS*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2013/149505.pdf>
- Cámara, d. C. (2019). *SANTANDER COMPRA A SANTANDER*. Recuperado el 2 de NOVIEMBRE de 2020, de <http://www.santandercomprasantander.com/blog-11-m/noticias.htm>
- Caracol, R. (03 de septiembre de 2020). La UIS entre las cinco mejores Universidades del país. (c. r. Bucaramanga, Ed.) pág. 1. Obtenido de https://caracol.com.co/emisora/2020/09/03/bucaramanga/1599143871_036310.html
- Dadamio, A. (08 de MAYO de 2020). *IMPULSONEGOCIOS.COM*. Obtenido de <https://www.impulsonegocios.com/ecommerce-la-actividad-crecio-durante-la-pandemia/>

- Delgado, A. M. (2015). *Biblioteca web Uis*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2015/156197.pdf>
- Leon, e. D., Serpa, G. J., & Colmenares, v. E. (16 de Noviembre de 2010). *Biblioteca Virtual Uis*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2010/136128.pdf>
- Mercadolibreco. (08 de Diciembre de 2021). *Mercadolibreco*; Obtenido de <https://www.mercadolibre.com.co/categorias#nav-header>
- Moreno, s. M., & Díaz, P. V. (22 de julio de 2011). *Biblioteca Virtual UIS*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2011/140952.pdf>
- Peiró, R. (07 de Julio de 2021). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/pensamiento-estrategico.html>
- Rincon, C. A. (2019). *Biblioteca virtual Uis*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2019/175168.pdf>
- Roa, A. J. (2020). *Biblioteca virtual UIS*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2020/179410.pdf>
- Rondon, A. J. (2021). *Biblioteca virtual UIS*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2021/180468.pdf>
- Santander, U. I. (2011). *Emprendedores UIS*. Recuperado el Noviembre de 2020, de <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/investigacionExtension/convocatoriasProgramasApoyo/programasApoyoConvocatoriasInternas/emprendimientoVIE.html>
- santander, U. I. (22 de septiembre de 2021). *webUIS*. Obtenido de <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/investigacionExtension/convocatoriasProgramasApoyo/programasApoyoConvocatoriasInternas/historialProgramas/emprendimientoVIE.html>

- Sevilla, A. A. (08 de Abril de 2016). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/benchmarking.html>
- UCC, u. c. (2018). *UCC/desarrollo empresarial*. Obtenido de <https://www.ucc.edu.co/alumni/Paginas/desarrollo-empresarial.aspx>
- UIS, u. i. (JULIO de 2019). *webUIS*. Obtenido de <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/index.jsp>
- UNAD, u. n. (03 de agosto de 2020). *Noticias UNAD*. Obtenido de <https://noticias.unad.edu.co/index.php/unad-noticias/todas/3760-abiertas-inscripciones-para-la-campana-y-red-de-apoyo-de-emprendedores-unadistas>
- Unipiloto, U. P. (2014). *RED/UNIPILOTO*. Obtenido de <https://www.unipiloto.edu.co/redunipiloto/>
- Unipiloto, U. P. (s.f.). *UNIPILOTO/*.
- Universidad, I. (2015). *Congreso Latinoamericano sobre Espiritu Empresarial*. Cali Colombia: Copyright, Universidad Icesi, Todos los derechos reservados. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/77472/1/congreso_latinoamericano_empresarial.pdf
- UPB, u. p. (24 de Octubre de 2018). *UPB/emprendimiento-cde*. Obtenido de <https://www.upb.edu.co/es/ecosistema-emprendimiento-cde>
- Vargas, L. G., & Bacca, G. M. (2021). *BibliotecawebUIS*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2021/182245.pdf>
- Velandia, M. I., & Archila, R. O. (2017). *Biblioteca virtual UIS*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2017/166175.pdf>

9 Apéndices.

Apéndice A *Formulario convocatoria abierta para participar en la página web “UIS COMPRA UIS”*

Como se observa este formulario fue enviado a través de los diferentes medios institucionales de la UIS, además de compartirlo de forma personal con nuestros compañeros de estudio y/o docentes de la universidad.

FORMATO DE CUESTIONARIO A LOS EMPRENDEDORES

**CUESTIONARIO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS
EMPRESARIOS**

Somos estudiantes del Programa Gestión Empresarial y como proyecto de grado realizaremos práctica empresarial para promover el emprendimiento en la Universidad Industrial de Santander, UIS compra UIS.

El objetivo de este cuestionario es recolectar la mayor cantidad de información sobre emprendimientos activos de la comunidad UIS, que estén produciendo, demuestren tener un stock significativo de productos, para su difusión, reconocimiento dentro de la comunidad UIS y todas las personas que visiten esta página.

UIS compra UIS es una iniciativa desarrollada por la coordinación del programa de Gestión Empresarial y la escuela de Ingeniería de Sistemas a través de un trabajo de grado desarrollado por los estudiantes que busca crear un medio de difusión digital de los emprendedores UIS para promover el intercambio comercial.

La información obtenida se mantendrá bajo estricta confidencialidad y será utilizada únicamente para los objetivos señalados

Si necesita más información sobre este proyecto puede contactarse con los estudiantes:

Herney Téllez Jerez: htellezjerez@gmail.com

Ivonne Yannibe Hernández Serrano: ivhonnhs113@gmail.com

Laura Melissa Ortiz Franco: laura.ortiz2707@gmail.com

Si desea participar de la página web UIS compra UIS, por favor diligencia el siguiente formulario y si conoces a alguien interesado comparte esta información

CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR

1. ¿Tiene un emprendimiento activo? (si su respuesta es NO por favor envíe el formulario).

SI

NO

2. Información del emprendedor

Nombre del emprendedor

| |
|---|
| Número de teléfono fijo |
| Número de teléfono celular |
| Dirección del emprendimiento. |
| Correo electrónico |
| Indique cuales redes sociales tiene activas en su emprendimiento <input type="radio"/> Instagram <input type="radio"/> Facebook <input type="radio"/> Twitter <input type="radio"/> WhatsApp <input type="radio"/> Youtube <input type="radio"/> Otra _____ |
| 3. Si tienes redes sociales, ¿cómo aparece tu emprendimiento? |
| 4. ¿Qué relación tiene con la UIS? Marca solo un óvalo. <input type="radio"/> Estudiante <input type="radio"/> Egresado <input type="radio"/> Administrativo <input type="radio"/> Profesores <input type="radio"/> Jubilado |

5. ¿A qué sede o centro de atención a estudiantes pertenece?

Marca solo un óvalo.

- Sede Bucaramanga
- Sede Barrancabermeja
- Sede Barbosa
- Sede Socorro
- Sede Málaga
- CAE San Alberto
- CAE San Vicente

6. Programa o unidad académica administrativa a la que pertenece.**CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO****7. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene su emprendimiento?**

Marca un solo óvalo.

- De 0 a 1 año
- De 1 a 2 años
- De 3 a 4 años
- Más de 4 años

8. ¿A qué sector económico pertenece su emprendimiento?

Marca un solo óvalo.

Industria

Comercio

Servicios

9. ¿Considera que está en capacidad de producir para nuevos clientes?

SI

No

| |
|--|
| <p>10. ¿Hoy en día su emprendimiento está registrado en la cámara de comercio?</p> <p><input type="radio"/> SI</p> <p><input type="radio"/> NO</p> |
| <p>11. ¿Autoriza la publicación y difusión de sus productos o servicios en la página web Uis compra Uis?</p> |
| <p>12. ¿cuál es la razón social de su emprendimiento?</p> |
| <p>13. ¿cuál es su eslogan?</p> |
| <p>14. Cargue el logo de su emprendimiento (adjunte imagen con 2080 mgpx, o su máxima resolución)</p> |
| <p>15. ¿Con que categoría se identifica su emprendimiento?</p> <p><input type="radio"/> Moda para hombre</p> <p><input type="radio"/> Moda para mujer</p> <p><input type="radio"/> Accesorios para mujer</p> <p><input type="radio"/> Accesorios para hombre</p> <p><input type="radio"/> Moda para niños y niñas</p> <p><input type="radio"/> Bebé</p> |

- Detalles y sorpresas
- Hogar y cocina
- Arte y Artesanías
- Productos Agroindustriales
- Libros y papelería
- Mascotas
- Deportes y fitness
- Salud y bienestar
- Belleza y cuidado personal
- Juguetería
- Pastelería
- Alimentos y bebidas
- Productos sostenibles
- Servicios
- Turismo
- Calzado
- Construcción
- Mobiliario de oficina
- Tecnología

Si considera que no pertenece a ninguna, menciónela: _____

16. Relacione mediante listado los productos y servicios que ofrece su emprendimiento

Adjunte 4 imágenes de su(s) producto(s) con las siguientes características
6x6
Con su máxima resolución en 2080 Mgpix
No pixelado

17. ¿A qué sitios puede enviar su producto?

- Bucaramanga o el área metropolitana
- Santander
- Colombia
- Otros (cual) _____

| |
|---|
| <p>18. ¿Cuáles son los días disponibles de entrega de los pedidos?</p> <p><input type="radio"/> Lunes</p> <p><input type="radio"/> Martes</p> <p><input type="radio"/> Miércoles</p> <p><input type="radio"/> Jueves</p> <p><input type="radio"/> Viernes</p> <p><input type="radio"/> Sábado</p> <p><input type="radio"/> Domingo</p> |
| <p>19. ¿Cuál es el tiempo de entrega del producto o servicio?</p> <p><input type="radio"/> 1 a 3 días hábiles</p> <p><input type="radio"/> 3 a 5 días hábiles</p> <p><input type="radio"/> 5 a 7 días hábiles</p> <p><input type="radio"/> Otros _____</p> |
| <p>20. ¿Cuál es el método de venta más efectivo para usted?</p> <p><input type="radio"/> Redes sociales</p> <p><input type="radio"/> Catalogo</p> <p><input type="radio"/> Puerta a puerta</p> <p><input type="radio"/> Venta directa</p> <p><input type="radio"/> Otro _____</p> |
| <p>21. ¿Qué medios de pago dispone?</p> <p><input type="radio"/> Efectivo</p> <p><input type="radio"/> Tarjeta de crédito</p> <p><input type="radio"/> Transferencia bancaria</p> <p><input type="radio"/> Sucursal bancaria</p> <p><input type="radio"/> Efecty</p> <p><input type="radio"/> Daviplata</p> <p><input type="radio"/> Nequi</p> <p><input type="radio"/> Otra _____</p> |
| <p>22. Estaría dispuesto a formar parte de la página UIS compra UIS?</p> <p><input type="radio"/> Si</p> <p><input type="radio"/> No</p> |

23. Nota final: ¿Autoriza publicar la información de su negocio y datos de contacto? Esto con el fin de ayudar a solidarizarnos y de esta manera promocionar el mismo en diferentes plataformas, sitios web, fan page del IPRED y de la Universidad Industrial de Santander.

- Si
- No

Muchas gracias por tu participación, muy pronto te notificaremos el estado de tu admisión.

Apéndice B *Formulario aplicado para emprendedores ya participes de “UIS COMPRA UIS”*

Como se puede observar en este formulario solo fue necesario incluir cuatro (4) preguntas, esto con el fin de no saturar a los ya participantes de información.

Formulario de actualización UIS compra UIS

Este formulario tiene como fin, actualizar información de los emprendimientos que han participado en ediciones anteriores y a la vez obtener su autorización para publicación de información en la pagina web UIS compra UIS.

UIS compra UIS es una iniciativa desarrollada por la coordinación de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial y la Escuela de Ingeniería de Sistemas a través de un trabajo de grado desarrollado por los estudiantes, que busca crear un medio de difusión digital de los emprendedores UIS para promover el intercambio comercial.

La información obtenida se mantendrá bajo estricta confidencialidad y será utilizada únicamente para los objetivos señalados.

Si necesita más información sobre este proyecto puede contactarse con los estudiantes:

Herney Téllez Jerez
Ivonne Yannibe Hernández Serrano
Laura Melissa Ortiz Franco
uiscomprauiswebsite@gmail.com

1. Autoriza la publicación de información de su emprendimiento en la página UIS compra UIS? *

Sí

No

2. Realizó algún cambio en el producto o servicio ofrecido por su emprendimiento?


Sí

No

3. Si su respuesta es sí en la pregunta 2, describa el cambio realizado

Texto de respuesta larga

Anexe una imagen reciente del emprendimiento

 [Ver carpeta](#)

Apéndice C *Publicación y participación en evento científico y académico emprendedores XXXV.*

Como se observa fuimos participes en este gran evento que realiza la universidad industrial de Santander, allí fuimos evaluados y quedamos dentro de los mejores en las categorías de reconocimiento académico y social.



Gestión Empresarial

UIS COMPRA UIS

Los invitamos para que participen en la tercera edición de UIS compra UIS a través del siguiente enlace: <https://forms.gle/VBqGencYkZVjwwc6>

INFORMACIÓN:

Cómo proyecto de grado, se está desarrollando una Práctica empresarial enfocada en promover el emprendimiento desde la comunidad universitaria a través de un prototipo de software o página web llamada UIS compra UIS. Debido a la pandemia y a las consecuencias económicas que esta trajo consigo, se crea una necesidad aún mayor de brindar este apoyo extensivo a estudiantes, egresados, profesores, administrativo y en general a toda la comunidad vinculada con la UIS, para que tengan un soporte y un lugar donde puedan difundir sus productos y servicios, para darle un impulso adicional a sus negocios; la UIS siempre le ha apostado al emprendimiento sabiendo que juega, un papel importante en la sociedad, en la economía, la región y el país. Esperamos que este proyecto pueda aportar a nuestros emprendedores UIS y así lograr entre todos las metas deseadas.

MAS INFORMACIÓN

REPRESENTANTE:
IVONNE YANNIBE HERNÁNDEZ
SERRANO

GRUPO:
Gestión Empresarial

CATEGORIA:
Optimización e innovación
empresarial

CELULAR:
3103270388

CATEGORÍA 4
ESTUDIANTES DE IX NIVEL
TRABAJO DE GRADO I

RECONOCIMIENTO ACADÉMICO Y SOCIAL

BUCARAMANGA SÁBADO.

Reconocimiento académico

Proyecto: INSTITUTO RED M

Estudiantes: DÍAZ PINEDA CRISTIAN DAVID



Reconocimiento social

Proyecto: RELLENOS CARNICOS MOM'CHELO

Estudiantes: BARRAGAN PIMIENTO LILIA CONSUELO

BUCARAMANGA NOCHE.

Reconocimiento académico

Proyecto: ESCUELA PARA NIÑOS CON DISLEXIA, DISCALCULIA Y DISGRAFÍA

Estudiantes: PEÑALOZA CONTRERAS ADRIANA MARCELA

Reconocimiento académico

Proyecto: FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL HIDROBIKE STORE

Estudiantes: ARDILA ANAYA ARTHUR Y PARRA SANDOVAL EDWI

Reconocimiento académico

Proyecto: LAVADERO AUTOMOTRIZ, APLICANDO SISTEMAS ALTERNATIVOS COMO EL RECICLAJE DE AGUA Y CAPTACIÓN DE AGUAS LLUVIAS

Estudiantes: FLOREZ DUQUE YONIRIS

Reconocimiento social

Proyecto: GRUPO MAESTRO

Estudiantes: GONZALEZ ALARCON GABRIEL ARMANDO GUALDRON TAVERA ANDRES FELIPE

BARBOSA.

Reconocimiento académico y social

Proyecto: UIS COMPRA UIS

Estudiantes: HERNÁNDEZ SERRANO IVONNE YANNIBE Y TELLEZ JEREZ HERNEY

Apéndice D *Clasificación de los 10 mejores emprendimientos para asignación Premium en página web, según asignación de puntos de criterio.*

| Ranking | puntos | 1. Indique cuales redes sociales tiene activas en su emprendimiento: | 2. ¿Con que categoría se identifica su emprendimiento? | 3. ¿A qué sitios puede enviar su producto? | 4. ¿Cuál es el tiempo de entrega del producto o servicio? | 5. ¿Qué medios de pago dispone? | 6. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene su emprendimiento? |
|----------------|---------------|---|---|---|--|--|--|
| 1er puesto | 43 | Instagram, WhatsApp | Moda para hombre, Moda para mujer, Accesorios para mujer, Accesorios para hombre, Moda para niños y niñas, Bebé, Detalles y sorpresas, Artes y artesanías | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 1 a 2 años |
| 2do puesto | 39 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Hogar y cocina, Salud y Bienestar, Alimentos y bebidas | Colombia | 3 a 5 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Sucursal bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 3er puesto | 36 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Belleza y cuidado personal | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Sucursal bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 1 a 2 años |
| 4to puesto | 35 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Belleza y cuidado personal | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Tarjeta de crédito, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |

| | | | | | | | |
|------------|----|---|---|--------------------------|--|--|---------------|
| 5to puesto | 34 | Instagram, Facebook, WhatsApp, Youtube, www.comebien.co | Salud y Bienestar | a todas partes del mundo | inmediato pago virtual y se activa la plataforma | Efectivo, Tarjeta de crédito, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | Más de 4 años |
| 6to puesto | 33 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Moda para mujer, Accesorios para mujer, Detalles y sorpresas | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 7to puesto | 33 | Instagram, Facebook, WhatsApp | Moda para mujer, Accesorios para mujer, Artes y artesanías, Belleza y cuidado personal | Colombia | 3 a 5 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | De 0 a 1 año |
| 8vo puesto | 33 | Instagram, WhatsApp, Youtube | Moda para mujer, Artes y artesanías, Libros y Papelería, Mascotas, Servicios | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Nequi | Más de 4 años |
| 9no puesto | 33 | Instagram, Facebook | Moda para mujer, Accesorios para hombre, Detalles y sorpresas, Artes y artesanías | Santander | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi | De 1 a 2 años |
| 10 puesto | 32 | Instagram, WhatsApp | Artes y artesanías, Salud y Bienestar, Belleza y cuidado personal, Alimentos y bebidas, Productos sostenibles | Colombia | 1 a 3 días hábiles | Efectivo, Transferencia bancaria, Nequi | De 0 a 1 año |