

**ESTUDIO DE CASOS DE EMPRENDIMIENTO DE ESTUDIANTES Y
EGRESADOS DE TECNOLOGÍA EMPRESARIAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL
DEL INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA,
IPRED**

**MARITZA JOHANNA CAMACHO ROJAS
HUGO ALFONSO CRUZ SÁNCHEZ
ANDREA GÓMEZ CONTRERAS**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2017**

**ESTUDIO DE CASOS DE EMPRENDIMIENTO DE ESTUDIANTES Y
EGRESADOS DE TECNOLOGÍA EMPRESARIAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL
DEL INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA,
IPRED**

**MARITZA JOHANNA CAMACHO ROJAS
HUGO ALFONSO CRUZ SÁNCHEZ
ANDREA GÓMEZ CONTRERAS**

**Práctica empresarial para optar por el título de Profesional en Gestión
Empresarial**

Directora:

**MARGARITA RODRÍGUEZ VILLABONA
Magister en E-Learning**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2017**

Gracias a Dios... Por sus bendiciones y darme la oportunidad de vivir esta etapa de la vida al lado de personas maravillosas como mi familia que son el motor de vida, que me impulsan cada día a prepararme para alcanzar grandes metas.

Gracias a Dios por esos dos angelitos en mi vida que creyeron en mis capacidades y me apoyaron desde el inicio para continuar con mis estudios, a mi querida Universidad Industrial de Santander, por darme la oportunidad de crecer laboral y académicamente.

A los profesores por brindarme sus conocimientos y exigirme cada vez más, a mis compañeros de clases por sus aportes y por supuesto a mis compañeros de proyecto Andrea y Hugo por todo su apoyo y compañía en este proceso de formación.

Muy especialmente a mi directora de proyecto la Ingeniera Margarita Rodríguez Villabona por su tiempo, dedicación y sus habilidades para guiarme e indicarme el camino correcto.

Gracias a los emprendedores que muy amablemente nos abrieron las puertas de sus empresas para compartirnos sus experiencias y conocimientos.

Mil gracias a todos los que de una y otra forma me han acompañado estos años en este proceso de aprendizaje, amigos, compañeros de trabajo y familiares, ¡infinitas gracias!

Maritza Johanna Camacho Rojas

En un largo camino lleno de alegrías y tristezas quiero ofrecer éste triunfo divino primeramente a Dios; mi guía y protector.

Con felicidad recuerdo a los tutores que participaron en mi proceso académico; siento una gran admiración hacia ellos; gracias por compartir sus conocimientos, gracias por su paciencia, gracias por su dedicación y gracias por ese entusiasmo para seguir siempre hacia adelante sin desfallecer ante cualquier obstáculo.

Quiero exaltar el apoyo de nuestra Directora Margarita Rodríguez Villabona quien por fortuna dirigió nuestro proyecto de grado; me siento orgullosa que haya sido nuestra guía y quiero otorgar un valioso reconocimiento por su orientación y colaboración constante.

Gracias a los emprendedores que nos regalaron un espacio de su tiempo para compartir sus experiencias de las cuales aprendimos el valor de la perseverancia, de la disciplina y del sí se puede!

Gracias compañeros Johanna y Hugo por su acompañamiento para culminar con éxito éste trabajo de grado de lo cual sin su ayuda no habría sido posible. Igualmente gracias a mi compañera Yesenia Ferreira quien estuvo presente siempre incondicionalmente.

A mi jefe gracias por su respaldo, apoyo y aliento en el transcurso de mi carrera.

Agradezco a mis padres quienes me apoyaron en los momentos más difíciles y sé que se sentirán felices de verme haber alcanzado éste logro tan anhelado para mí; a mi esposo, hermanos y demás familiares gracias por sus palabras de aliento.

A mis hijos gracias por comprender mis ausencias...los amo con todo mi corazón, ésta meta alcanzada se la dedico a ellos, mi motor de vida.

ANDREA GÓMEZ CONTRERAS

Mis agradecimientos los dirijo a mi padre eterno por darme fuerza y sabiduría, gracias a su eterno amor logre alcanzar mi meta y ser bendecido por todos mis logros obtenidos hasta el día de hoy.

Gracias a DIOS por darme a dos lindos seres mí padre Hugo y madre Ofelia que me dieron la dicha de llegar a este mundo y darme sus enseñanzas para alcanzar mis triunfos, a mis hermanos por apoyarme con sus palabras, a mis sobrinos por resaltar este sacrificio, a mi querida esposa EDDY por ser el motor principal de este logro y apoyo permanente durante mi carrera.

A mi tía Elsa y Angela, y mi tío Ciro por abrirme las puertas de su casa para estudiar mi bachillerato, lo mismo a mis primos Javier y Fabio por el apoyo y la amistad que siempre me han brindado y en general a toda mi familia.

También expreso mis agradecimientos a mis amigos especialmente al Dr. Heriberto Pérez por su apoyo incondicional durante muchos años, a mi amigo Néstor Yesid Bravo por brindarme su amistad y ser el impulsor de este logro, al Dr. José Vicente López García por confiar en mí y brindarme la oportunidad de trabajar en el DANE para iniciar mis estudios.

Mis agradecimientos a la ingeniera Margarita Villabona Rodríguez por creer en las capacidades de sus estudiantes dotándolos de excelentes herramientas académicas para ser grandes emprendedores, a mi profesora Luz Marina Delgado Monroy por darme el consejo más grande que he recibido en mi vida “No te rindas, tú puedes” y por compartir sus grandes conocimientos académicos, en general con mucho cariño a todos mis profesores, les doy las gracias por su invaluable trabajo académico y profesional.

Quiero expresar mis agradecimientos a mis compañeras de carrera Andrea y Johanna por su apoyo incondicional, sin su ayuda no hubiera alcanzado esta meta, a mi compañero Camilo Rodríguez por su amistad incondicional y apoyo permanente, a la Universidad Industrial de Santander-UIS, por darme la oportunidad de crecer académicamente y profesionalmente.

Hugo Alfonso Cruz Sánchez

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	16
1. GENERALIDADES DEL PROYECTO	19
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1.1 Descripción del problema de investigación	19
1.1.2 Delimitación del problema de investigación	21
1.1.3 Pregunta de investigación	22
1.2 OBJETIVOS	22
1.2.1 General	22
1.2.2 Específicos	23
1.3 ALCANCE	23
1.4 JUSTIFICACIÓN	23
1.5 ANTECEDENTES	25
1.5.1 Contexto del proyecto	25
1.5.2 Antecedentes investigativos	28
1.5.3 Proyectos de grado similares al proyecto propuesto	31
2. MARCO TEÓRICO: EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR	36
2.1 EMPRENDIMIENTO: CONCEPTOS PRINCIPALES	36
2.1.1 Perspectivas del emprendimiento	40
2.1.2 Determinantes del éxito en un emprendimiento	42
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	45
2.2.1 Determinantes del éxito en un emprendedor	47
3. CASOS DE ESTUDIO	50
3.1 METODOLOGÍA DE ELECCIÓN DE CASOS	50

3.2 METODOLOGÍA PARA CONSTRUCCIÓN DE CASOS.....	62
3.3 RESULTADOS.....	64
4. CARACTERIZACIÓN DE CASOS DE EMPRENDIMIENTO DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE TECNOLOGÍA EMPRESARIAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL DEL INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA, IPRED	70
4.1 CASO 1. INDUSTRIAS ACUÑA LIMITADA	71
4.1.1 Síntesis del caso.....	79
4.2 CASO 2. SANDRA LILIANA ESTÉVEZ GARCÍA.....	81
4.2.1 Síntesis del caso.....	89
4.3 CASO 3. CEPRODE	91
4.3.1 Síntesis del caso.....	98
4.4 CASO 4. CEINAUTOS.....	100
4.4.1 Síntesis del caso.....	107
4.5 CASO 5. EDICIONES A&P SAS.....	109
4.5.1 Síntesis del caso.....	118
4.6 CASO 6. FERNANDA LEÓN	120
4.6.1 Síntesis del caso.....	125
4.7 CASO 7. PROAMBIENTAL SAS.....	127
4.7.1 Síntesis del caso.....	132
4.8 CASO 8. CLARA LUNA ACCESORIOS STORE	134
4.8.1 Síntesis del caso.....	142
4.9. CASO 9. CHELY GÓMEZ – EVENT PLANNER	144
4.9.1 Síntesis del caso.....	148
4.10. CASO 10. INVZA	150
4.10.1 Síntesis del caso.....	154
5. CONCLUSIONES	156

6. RECOMENDACIONES.....	158
BIBLIOGRAFÍA.....	160
ANEXOS.....	164

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Criterios de selección de los casos de estudio de emprendimiento	53
Tabla 2. Casos de estudio de emprendimiento seleccionados	67

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. PIB de Industria en Santander (miles de millones de pesos constantes de 2005)	26
Gráfica 2. Sueldos, salarios y prestaciones y Producción Bruta (miles de millones de pesos constantes de 2005)	27
Gráfica 3. Rol del encuestado.....	64
Gráfica 4. Programa del que es estudiante o graduado.....	65
Gráfica 5. Estado actual del encuestado	65
Gráfica 6. Tipo de emprendimiento referenciado	66
Gráfica 7. Razón para recomendación del emprendimiento	67

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Póster de participación	164
Anexo B. Sistematización encuestas momento 1. identificación de casos de estudio	165

RESUMEN

TÍTULO: ESTUDIO DE CASOS DE EMPRENDIMIENTO DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE TECNOLOGÍA EMPRESARIAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL DEL INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA, IPRED*

AUTORES: MARITZA JOHANNA CAMACHO ROJAS
HUGO ALFONSO CRUZ SÁNCHEZ

ANDREA GÓMEZ CONTRERAS**

PALABRAS CLAVE: GRADUADOS, EMPRENDIMIENTO, EDUCACIÓN SUPERIOR.

DESCRIPCIÓN:

Uno de los objetivos más importantes de la educación superior corresponde a dar respuesta a las diversas necesidades y problemas identificados en la sociedad. En la mayoría de los casos, esta respuesta se da a través de formación de profesionales íntegros, con conocimientos técnicos específicos y competencias ciudadanas que les permiten desenvolverse adecuadamente en cualquier organización del sector económico en el que se han formado. Sin embargo, en el caso de programas de naturaleza empresarial, las exigencias van más allá de formar profesionales capaces de trabajar en las organizaciones establecidas, pues además de lo anterior, también se requiere formar personas con la capacidad, iniciativa y formación para crear y sostener su propia empresa. En respuesta a lo anterior, con el fin de conocer el resultado de las estrategias implementadas en este sentido, los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED, de la Universidad Industrial de Santander, se han propuesto identificar y caracterizar casos destacados de emprendimiento liderados por sus estudiantes y graduados, y así lograr identificar buenas prácticas y oportunidades de implementación de nuevas estrategias para dichos programas. En este documento se presenta el desarrollo, resultados y conclusiones de dicho proyecto.

* Trabajo de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED, Gestión Empresarial. Directora: Margarita Rodríguez Villabona

ABSTRACT

TITLE: STUDY OF CASES OF ENTREPRENEURSHIP OF STUDENTS AND GRADUATES OF BUSINESS TECHNOLOGY AND BUSINESS MANAGEMENT OF INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA, IPRED*

AUTHORS: MARITZA JOHANNA CAMACHO ROJAS
HUGO ALFONSO CRUZ SÁNCHEZ
ANDREA GÓMEZ CONTRERAS**

KEY WORDS: GRADUATES, ENTREPRENEURSHIP, HIGHER EDUCATION.

DESCRIPTION:

One of the most important objectives of higher education is to respond and to help in solution of to the diverse needs and problems identified in society. In most cases, this response is given through the training of integral professionals, with specific technical knowledge and citizen competencies that allow them to function adequately in any organization of the economic sector in which they have been trained. However, in the case of programs of a business nature, the requirements go beyond training professionals capable of working in established organizations, because in addition to the above, it is also necessary to educate people with the capacity, initiative and knowledge that is required for creation and sustainability of their own companies. In response to that situation, in order to know the result of the strategies implemented in this regard, the Business Technology and Business Management programs Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED, of the Universidad Industrial de Santander, have been proposed to identify and characterize outstanding entrepreneurship cases led by their students and graduates, and thus to identify good practices and opportunities to implement new strategies for these programs. This document presents the development, results and conclusions of said project.

* Bachelor Thesis

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED, Gestión Empresarial. Director: Margarita Rodríguez Villabona

INTRODUCCIÓN

El Decreto 1075 de 2015, decreto único reglamentario del sector educación, establece, entre otros puntos, que los programas de educación superior deben responder a las necesidades del país y de la región y para ello deben garantizar que se cuente con los recursos necesarios para tal fin. Adicionalmente, dicho decreto reglamenta una permanente autoevaluación de los programas, de modo que se verifiquen las condiciones de calidad establecidas para su funcionamiento o se hagan los cambios necesarios para garantizar formación pertinente y adecuada a sus estudiantes¹.

En respuesta a esta reglamentación y sus predecesoras, el Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia de la Universidad Industrial de Santander, a través de sus programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial, responde a una marcada necesidad del entorno de consolidar un desarrollo socioeconómico sostenible y promueve en los estudiantes el desarrollo de competencias y destrezas en el campo empresarial, tanto en el mejoramiento de procesos como en la creación de empresa.

Esta formación en emprendimiento se ha convertido en una tendencia dentro de los programas del área de administración, quienes deciden cambiar las sesiones netamente teóricas para crear ambientes de aprendizaje prácticos a través del fortalecimiento de las habilidades empresariales aplicadas a sus propias ideas de negocio. Es importante resaltar también que la formación en emprendimiento se convierte en un tema crucial, como opción de ocupación para los profesionales, dadas las complicaciones actuales para obtener un empleo en la actualidad. Así,

¹ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Decreto 1075 de 2015, por medio del cual se expide el Decreto Reglamentario Único del Sector Educación. Bogotá: 2015. p. 330 – 337.

los laboratorios empresariales y los talleres de acompañamiento a creación de empresa son cada vez más comunes en las instituciones de educación superior en Colombia y el mundo.

En concordancia con lo anterior, los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del IPRED han desarrollado varias estrategias en este sentido, desde las implementadas en las tutorías, hasta las que trascienden este espacio y pretenden generar un impacto mayor en la comunidad. Una de dichas estrategias es el Evento Académico y Científico Emprendedores, que se lleva a cabo desde 2004 con el propósito de apoyar la divulgación de los casos de emprendimiento e ideas emprendedoras de los estudiantes que tienen potencial de consolidación en el ámbito regional y nacional.

El evento, que en 2017 realizó su versión número 27 en Bucaramanga, premia las ideas más destacadas de emprendimiento, teniendo en cuenta criterios como la innovación, creatividad, rigurosidad, incorporación de componente académico al proceso y de esfuerzo por dar a conocer una iniciativa emprendedora que ha surgido desde el proceso de formación, entre otros.

Dado el impacto que ha generado este evento y las demás estrategias formativas de promoción del emprendimiento entre los estudiantes de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del IPRED, se ha identificado la necesidad de promover este tipo de actividades de manera más constante, razón por la cual actualmente se plantea como objetivo promover estos proyectos a través de un espacio en el sitio web del programa y ser usado como material del aprendizaje en el desarrollo de las asignaturas.

Dado lo anterior, se ha tomado como opción de grado bajo la modalidad de práctica empresarial con el siguiente tema: Estudio de casos de emprendimiento en el IPRED para los estudiantes activos y egresados de los programas de Tecnología

Empresarial y Gestión Empresarial de la sede Bucaramanga de la UIS, donde se ofertan actualmente estos dos programas. Este trabajo es relevante y pertinente, teniendo en cuenta que permite que los estudiantes y aspirantes a los programas visualicen el nivel de desempeño que pueden alcanzar como egresados.

Para el desarrollo del trabajo se realizó una revisión teórica y contextual que permitió construir los instrumentos de recolección de la información de modo que sea posible identificar 10 casos de emprendimiento entre estudiantes y egresados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial, para posteriormente documentar las experiencias de emprendimiento.

Como resultado de este trabajo, se espera contribuir con la divulgación de experiencias destacables de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial, dando a conocer sus fortalezas en términos de formación para el emprendimiento e impacto en la región y el país. Así mismo, este trabajo permitirá realizar un intercambio de experiencias y aportes en el área de investigación y así fortalecer la cultura del emprendimiento en los programas.

El presente documento se estructura de la siguiente manera: en el capítulo 1, se encuentran las generalidades del proyecto planteado, en términos de marco metodológico, con el fin de precisar el alcance del mismo. En el segundo capítulo se presenta una revisión teórica de los conceptos principales que se utilizan para el desarrollo del proyecto, enfocados en dos grandes temas, el emprendimiento y el emprendedor. En el capítulo 3 se presenta la metodología y criterios de selección de los casos de estudio y los resultados de dicha búsqueda, para continuar con el capítulo 4, donde se presenta la caracterización de los casos de emprendimiento de estudiantes y egresados de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED, desde lo general a lo particular. Finalmente, el capítulo 5 presenta las conclusiones y las recomendaciones del trabajo.

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Descripción del problema de investigación Los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial han asumido un férreo compromiso con la promoción de la cultura emprendedora², decisión que se ve reflejada en la declaración que realiza el programa de Tecnología Empresarial a través del proyecto educativo del programa, cuando afirma que el proceso de formación busca que el tecnólogo adquiera las competencias cognitivas, socio–afectivas y comunicativas necesarias para desempeñarse en las empresas y organizaciones como gestor de actividades y procesos de las áreas funcionales de la empresa: administración, gestión del talento humano, finanzas, mercadeo, producción y emprendimiento; así como plantear proyectos para la creación y mejoramiento de empresas, trabajar en equipo, tomar decisiones fundamentadas entre los mandos medios, gozar de excelentes relaciones interpersonales para comunicar ideas y asumir con ética los roles sociales y organizacionales.

Por su parte, el programa de Gestión Empresarial declara en el proyecto educativo que tiene el propósito de “contribuir a la creación de una cultura empresarial basada en la creatividad, la innovación, la competitividad y el uso creativo de las tecnologías de información y comunicación”³. De esta manera, los esfuerzos de formación, investigación y extensión de los programas se centran en formar ciudadanos

² UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Sitio web del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED. Propósitos de los programas. [Citado el 22 de noviembre de 2016] Disponible en: <http://empresarial.uis.edu.co/eisi/eisi.jsp?IdServicio=S77>

³ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Sitio web del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED. Propósitos de los programas. [Citado el 24 de septiembre de 2016] Disponible en: <http://empresarial.uis.edu.co/eisi/eisi.jsp?IdServicio=S101>

integrales con altos conocimientos en el área empresarial que tengan competencia para la gestión y la creación de empresa.

En la malla curricular de los programas se evidencia la apuesta que realizan los programas para promover competencias emprendedoras en sus estudiantes; desde una formación básica enfocada a la selección y consolidación de iniciativas empresariales que transita por todas las áreas de la organización (producto, contabilidad, derecho, mercadeo, finanzas, costos, calidad, talento humano, entre otros), hasta concluir (en el programa de Gestión Empresarial) con la aplicación de dichos conocimientos en asignaturas prácticas como el Plan de Investigación Empresarial y el Trabajo de Grado⁴. Los programas, organizados con base en ejes integradores, siempre están enfocados al estudio de caso y la aplicación de conceptos a la realidad como herramientas de aprendizaje, tienen un enfoque claro en la formación aplicada.

Con el propósito de visibilizar los resultados del proceso de formación para el emprendimiento en los dos programas citados, se requiere de un registro adecuado de los casos en que sus estudiantes y graduados han tomado la decisión de crear empresa y ésta se ha consolidado. Se ha identificado entonces que no existe un seguimiento de los egresados y estudiantes activos de los programas académicos de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial que permita identificar los egresados que han creado empresa y las empresas creadas. Por otra parte, este tipo de estudios no se ha realizado con los estudiantes activos de los programas, y se tienen importantes indicios que hacer prever que existen casos para documentar y divulgar.

⁴ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Sitio web del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED. Plan de estudios. [Citado el 24 de septiembre de 2016]. Disponible en: <http://empresarial.uis.edu.co/eisi/eisi.jsp?IdServicio=S101>

Es importante mencionar que en el sitio web del programa se pueden identificar algunos casos representativos de ideas emprendedoras, aunque todas ellas son anteriores a 2011.

Se debe tener en cuenta el valioso insumo que suministra el Evento Académico y Científico Emprendedores, del cual surgen nuevos proyectos que se han desarrollado en el marco del plan de estudio de los mismos programas académicos; lo cual es garantía de una generación y consolidación de ideas a través de la formación académica que otorga el IPRED, pero cuya ejecución no ha sido registrada durante los últimos cinco años.

El presente proyecto pretende aportar a la identificación de casos de emprendimiento entre los estudiantes y egresados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial y, además de eso, pretende generar un instrumento de recolección de la información (formulario) aplicable en varios momentos del tiempo, estructurado con base en una revisión teórica que no solo arrojará resultados para los estudiantes y egresados, sino que podrá garantizar la recopilación y registro adecuados de los casos de emprendimiento de manera más estructurada en el mediano plazo y servirá como insumo de apoyo para evitar la escasez de registro para futuros casos.

1.1.2 Delimitación del problema de investigación

Delimitación espacial

La presente investigación se delimita a la Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga, Santander y sus sedes regionales (Socorro, Barbosa, Barrancabermeja y Málaga).

Delimitación conceptual

El proyecto se encuentra enmarcado en el área de Gestión Empresarial e implementará conceptos asociados al emprendimiento, el emprendedor, la innovación empresarial, la competitividad y sostenibilidad en el tiempo.

Delimitación cronológica

Dado que el objetivo del trabajo es identificar casos de emprendimiento como resultado de la formación de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial, se tomará la población estudiantil activa durante el primer semestre académico de (2017). Para el caso de los egresados, no habrá delimitación de tiempo, ya que se espera identificar los casos más representativos en el total de la población.

1.1.3 Pregunta de investigación El presente proyecto se plantea responder la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los 10 casos de emprendimiento más representativos de los estudiantes y egresados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 General Construir 10 casos de emprendimiento de los estudiantes y egresados de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial mediante un riguroso proceso de búsqueda que incluya componentes teóricos y prácticos.

1.2.2 Específicos

- Realizar una revisión conceptual sobre el perfil emprendedor y el concepto de emprendimiento que se constituya como base para la identificación de casos exitosos de emprendimiento en los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.
- Estructurar un instrumento de recolección de información que permita determinar las fortalezas de los casos en estudio, por medio de parámetros como experiencia, competencias, logros entre otros.
- Definir la metodología para la construcción y redacción de los casos de estudios.
- Redactar los 10 casos de emprendimiento de los estudiantes y egresados de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.

1.3 ALCANCE

El presente trabajo de investigación tiene un alcance analítico-descriptivo, con componentes útiles para el estudio y toma de decisiones por parte de las directivas, profesores y estudiantes del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Pertenecer a una Institución de Educación Superior acreditada de alta calidad, como lo es la Universidad Industrial de Santander, demanda al IPRED el aseguramiento de las condiciones de calidad de sus programas y su mejoramiento permanente.

Una de dichas condiciones es la correspondencia entre los objetivos planteados con la naturaleza del programa y con las estrategias que se establecen para su funcionamiento. Pero el cumplimiento de los propósitos de los programas, particularmente en este caso, de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial depende, en gran medida, del seguimiento y registro de las actividades que se desarrollan permanentemente en el marco de sus procesos de formación.

En el planteamiento del problema se recordó que uno de los principales propósitos de los programas estudiados corresponde a la formación de profesionales con cultura emprendedora que cuenten con conocimientos disciplinares y prácticos que sean aplicables a la vida real, en este caso particular, en ideas de negocio que funcionen de manera exitosa y consolidada.

Sin embargo y aunque la comunidad académica de los programas conoce de algunos casos exitosos de emprendimiento, el registro y estudio adecuado de los mismos es escaso para los últimos años, lo cual no solo impide la demostración de los resultados del trabajo realizado por profesores y estudiantes sino que no permite una retroalimentación de la información que permita la consolidación de fortalezas y la superación de las debilidades.

Es así como el presente proyecto pretende aportar a la solución de esta situación, mediante un trabajo de grado que inicia con una revisión del concepto de emprendimiento que servirá como base para construir un instrumento adecuado y pertinente que recopile toda la información necesaria sobre los casos de emprendimiento identificados. Luego de la formulación de dicho instrumento, se procederá a recopilar los datos e identificar aquellos casos exitosos de emprendimiento de estudiantes y egresados de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.

Al demostrar objetivamente los resultados de la formación empresarial, específicamente el apoyo a las ideas de emprendimiento, se logra cumplir varias metas: i) un impulso a los estudiantes que por diversas razones no han iniciado su idea de negocio y reconocen en su programa de educación superior una herramienta crucial para la ejecución de dicha idea; ii) un reconocimiento institucional a aquellos quienes han consolidado una idea de negocio a través de la formación universitaria que les ha ofrecido el IPRED; iii) un seguimiento y registro de los resultados del trabajo de la comunidad académica del IPRED; iv) un insumo valioso para los futuros procesos de autoevaluación con fines de acreditación de alta calidad; v) una estrategia importante de mercadeo para llamar la atención de aspirantes a los programas que buscan formación académica para ejecutar sus ideas de emprendimiento; y, vi) la oportunidad de identificar las actividades de formación de los programas que han generado un mayor impacto para los estudiantes que han consolidado sus ideas de negocio, así como las oportunidades de mejora en áreas que requieren de mayor atención para lograr incrementar los casos exitosos de emprendimiento.

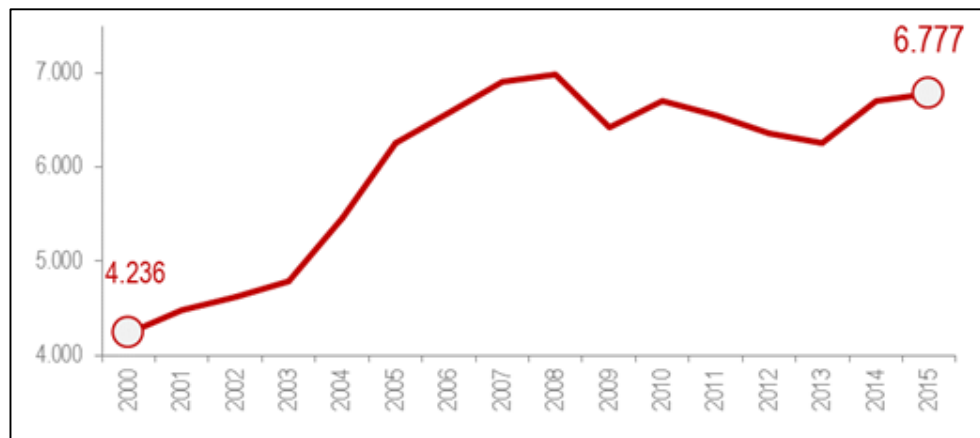
1.5 ANTECEDENTES

1.5.1 Contexto del proyecto Dado que el proyecto se enfocará en los casos de emprendimiento de estudiantes y egresados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial, se ubicará en el contexto socioeconómico colombiano y más específicamente, el contexto santandereano. A continuación se realiza una breve descripción socioeconómica y del sector empresarial en Santander, que servirá como base de análisis para el presente trabajo de grado.

Santander, como uno de los departamentos más importantes del país, corresponde a la cuarta economía más grande del territorio nacional. Los sectores económicos más representativos son: turismo, agricultura (café, palma, frutas), agroindustria

(avicultura, capricultura, apicultura, cunicultura y ganadería), minería, petróleo e industria (metalmecánica y avícola). El sector servicios representa el mayor porcentaje del Producto Interno Bruto de la región, seguido de la industria, la construcción y el comercio⁵.

Gráfica 1. PIB de Industria en Santander (miles de millones de pesos constantes de 2005)

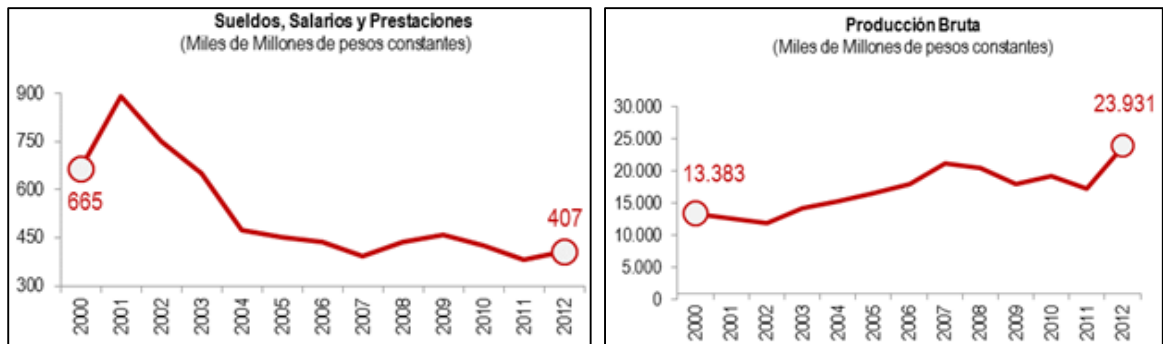


Fuente: CÁMARA DE COMERCIO SANTANDER, Santander en Cifras 2016

Como se demuestra en el gráfico 1, el PIB de industria en el departamento ha presentado un notable crecimiento en los últimos 15 años, lo cual es indicador de estabilidad económica, que puede representar un ambiente propicio para la creación y consolidación de empresa.

⁵ CÁMARA DE COMERCIO SANTANDER. Santander en cifras. Bucaramanga, 2016.

Gráfica 2. Sueldos, salarios y prestaciones y Producción Bruta (miles de millones de pesos constantes de 2005)



Fuente: CÁMARA DE COMERCIO SANTANDER, Santander en Cifras 2016

Por otra parte, los gráficos anteriores permiten evidenciar una disminución en los salarios en el departamento y, en contraste, un aumento significativo en la producción bruta departamental. Lo anterior puede demostrar, si bien un crecimiento significativo de la economía del departamento, una situación preocupante en el mercado laboral.

Por otra parte, al analizar el sector empresarial, se encuentra que, a 2016, existen 80.614 empresas inscritas en la Cámara de Comercio del departamento, la mayoría de ellas en sector comercio, seguido de industria manufacturera, alojamiento y servicios, actividades profesionales, construcción y servicios administrativos. Es de notar que el mayor crecimiento de empresas durante los últimos años se encuentra en el sector de la construcción, de agricultura y de suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado⁶.

En cuanto al mercado laboral de la región, es importante llamar la atención que, a pesar que Santander es uno de los departamentos con menores tasas de desempleo a nivel nacional (6,7% según el DANE⁷), el promedio de salario para

⁶ CÁMARA DE COMERCIO SANTANDER. Santander en cifras. Bucaramanga, 2016.

⁷ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Boletín técnico laboral, 2015.

profesionales de pregrado (\$ 1.871.606) está por debajo del promedio nacional (\$ 2.023.435). Esta situación puede conducir a que los estudiantes generen ideas de emprendimiento, para solventar una situación desfavorecedora en el ámbito laboral.

Con base en el anterior recuento general, es posible encontrar algunas características generales del departamento que serán fundamentales para los propósitos del presente trabajo de grado, dado que la creación de empresa y su consolidación, si bien dependen de la iniciativa y competencias de su gestor, también se corresponden con el contexto que les rodea.

1.5.2 Antecedentes investigativos La revisión de las características que tienen los emprendedores y cómo éstas afectan el éxito de su empresa es un tema de recurrente estudio a nivel mundial. El caso español constituye un ejemplo claro de dicho enfoque. A continuación, se presenta un resumen breve de algunos de sus estudios más destacados.

Isidre March, profesor de Organización de Empresas de la Universidad de Valencia, propone un estudio basado en la consulta a la fuente primaria (encuestas a emprendedores) y ha sido un trabajo pionero y base para estudios similares posteriores. Así, se identifica, en primer lugar, que en el área de financiación, los emprendedores están de acuerdo en recurrir lo menos posible al endeudamiento externo y mantener el principio de austeridad en el gasto. Por otra parte, se encuentra que la generación de ingresos suplementarios vía actividades secundarias y la elaboración previa de un Plan de Empresa riguroso son altamente influenciadores en el éxito empresarial⁸. En el campo de la gestión, el consenso es claro en cuanto a la importancia del trabajo en equipo, la correcta toma de decisiones, la flexibilidad operativa y el manejo del factor tiempo. Se encuentra también que una buena gestión en sí misma difícilmente puede transformar un

⁸ MARCH, Isidre. Las claves del éxito en nuevas compañías innovadoras según los propios emprendedores. Dirección y organización, 1999. pp. 167-176.

negocio poco innovador en un «*start-up*» de éxito. En el mismo sentido, se encuentra que centrar los esfuerzos en el campo de actividad principal, la voluntad de ser pionero y líder en el mercado, el perfil personal y motivaciones del emprendedor, las aspiraciones de los emprendedores, la identidad de la compañía, la estrategia de planificación, la búsqueda de socios y la gestión del crecimiento en este tipo de compañías también ejercen alta influencia en el éxito de las empresas.

Quintana, investigador de la Universidad de Málaga, por otra parte, realiza un estudio de los factores que influyen en las fases del ciclo de vida organizacional. Como conclusión, encuentra que son los factores externos los más influyentes en el éxito de las empresas, aunque también observa que la actitud emprendedora de los empresarios ha sido adecuadamente combinada con una creciente racionalización administrativa, plasmada en varias dimensiones como la planificación, diseño organizativo, y control, entre otras. El autor resalta que las condiciones del gerente (emprendedor) radican en su actitud de aceptación del riesgo, capacidad de liderazgo, innovación y capacitación y actualización constante⁹.

Por otra parte, Martín, Hernangómez y Rodríguez, investigadores de la Universidad de Valladolid proponen que la mayor propensión a crear una empresa se explica entre la población universitaria por variables de carácter demográfico, de formación y de experiencia. Aportan, además, que las mujeres muestran una menor propensión a crear empresas que los hombres, que las experiencias en el extranjero de las personas influyen en la decisión de crear empresa, así como la experiencia laboral previa también explica de forma importante la propensión a crear empresas, en términos de haber tenido malas experiencias laborales en el pasado¹⁰.

⁹ QUINTANA, C. Op.Cit.

¹⁰ MARTÍN, Natalia, HERNANGÓMEZ, Juan; RODRÍGUEZ, Ana. Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. En: Revista Asturiana de Economía. 2005. pp. 131-145.

Existe, además, un estudio realizado por González y Peña, investigadores de la Universidad de Deusto, sobre los factores que parecen incidir en la propensión a innovar de las empresas españolas recientemente constituidas. Un fenómeno reciente, cuya popularidad va en aumento, es el de la internacionalización de las empresas en edades cada vez más tempranas. Los autores encuentran que la propensión a innovar y a crecer aumenta significativamente después de la etapa crítica de infancia de la empresa (3-4 años), además de la capacidad de internacionalización de la empresa. Entre los factores externos que influyen, los autores encontraron que la ubicación de la empresa, en una región que promueva a través de políticas la visión emprendedora, claramente tendrá más incentivos a desarrollar este tipo de actividades¹¹.

En Colombia, por el contrario, las revisiones de casos exitosos de emprendimiento, sus estrategias y determinantes, basados en un respaldo teórico riguroso son escasos. La mayoría de estudios de este tipo se centran en la valoración de política pública sobre innovación y emprendimiento, así como la revisión teórica de las bases de este tipo de acciones. A continuación, se presentan algunas de las publicaciones relevantes para esta investigación que han sido destacadas en los últimos años.

En primer lugar, se encuentra el estudio de, Morales, Pineda y Ávila, investigadores de la Universidad Nueva Granada, quienes buscan mostrar estrategias y casos exitosos de colaboración entre universidades y organizaciones del entorno que han generado innovación a partir de su interacción. Con este fin, los autores realizan una revisión de literatura para identificar innovaciones colaborativas en países de la región. Sus resultados reflejan diversas estrategias y mecanismos para la innovación colaborativa, tales como los *spin off*, *spin out*, *start ups*, además de la implementación de investigaciones aplicadas en colaboración o e incubadoras de

¹¹ GÓNZALEZ-PERNIA, J y PEÑA-LEGAZKUE, I. Determinantes de la Capacidad de Innovación de los Negocios Emprendedores de España. En: Economía industrial. 2007. pp. 129-147.

empresas; aunque se destaca que estas últimas generalmente corresponden con condiciones externas, como las políticas, económicas o culturales de cada región¹².

Por otra parte, Gómez y Mitchell funcionarios de Fedesarrollo, elaboran una serie de documentos con propuestas de política pública en áreas críticas para el desarrollo económico y social del país, particularmente, se destaca el de la innovación empresarial y el emprendimiento dinámico en Colombia. En el estudio, los autores encuentran tres conclusiones generales: i) la ciencia, la tecnología y la innovación CTel, es uno de los factores de mayor relevancia en el desarrollo social y económico de largo plazo de las naciones; ii) el rol político del gobierno permite propiciar espacios de emprendimiento o puede constituir una seria limitante para ello; y, iii) la estrategia de ciencia, tecnología e innovación debe girar alrededor de las empresas y los emprendedores¹³.

Con lo anterior, es posible afirmar que, si bien los estudios sobre determinantes del emprendimiento son numerosos a nivel mundial, lo cual permite conocer las características básicas y los determinantes del emprendimiento, también es claro que en el caso colombiano estos estudios no son tan claros y suficientes. Al respecto, es importante conocer este tipo de casos, caracterizarlos, hacer un seguimiento adecuado, para lograr tomar como base dichos ejemplos y replicar, en la medida de lo posible, para asegurar una economía basada en la innovación, en constante crecimiento.

1.5.3 Proyectos de grado similares al proyecto propuesto Es importante destacar que, además de los trabajos de investigación referenciados en el anterior aparte, un medio de trabajo para identificar casos de emprendimiento en los

¹² MORALES, María; PINEDA, Katherine; ÁVILA, Karolina. Organizaciones innovadoras a partir de la interacción con la Universidad: casos exitosos. En: Revista Estudios Gerenciales. 2012. Vol. 28, pp. 363-374.

¹³ GÓMEZ, Hernando y MITCHELL, Daniel. Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018. En: Cuadernos Fedesarrollo. 2014. pp. 1-94.

estudiantes y egresados universitarios también se constituye en trabajos de grado. A continuación, se presentan algunos ejemplos que son referencia para la presente investigación:

a) Título del trabajo. Estudio de casos como herramienta pedagógica en la asignatura creación de empresas de la escuela de estudios industriales y empresariales de la Universidad Industrial de Santander

Autores: Javier Enrique Díaz Rodríguez y Giuseppe Franceso Filomena de la Rosa.

Institución: Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga.

Fecha: 2011.

Conclusiones generales: en primera instancia, el trabajo busca describir la técnica de estudio de caso como herramienta de enseñanza, es decir, una vez construido el caso, se propone para el análisis de los estudiantes en clase. Ahora bien, para la selección de las empresas que serán los casos de estudio se realizan los siguientes pasos:

- Identificar empresas con disponibilidad de información.
- Realización de una entrevista preliminar a cada uno de los emprendedores.
- Con base en los hallazgos, se realiza una entrevista a profundidad, insumo principal del trabajo.

Para la elección de los casos, se categorizó la información de acuerdo con dos aspectos generales: i) Relevancia y ii) Trascendencia. A continuación, se presenta un ejemplo de los resultados:

EMPRESA	RELEVANCIA	TRASCENDENCIA
BODY HELP	<ul style="list-style-type: none"> - Idea de negocio con gran crecimiento regional - Corto tiempo de vida del proyecto - Facilidad para obtener la información. - Proyecto desarrollado por parte de un estudiante UIS, durante su pregrado 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación hacia los estudiantes - Conocimiento del funcionamiento de una organización en todos sus aspectos - Mostrar un tipo de emprendimiento del que poco se posee información y ejemplos en nuestro país(SPIN OFF).

b) Título del trabajo. Las empresas familiares en Santander. Un estudio de caso de Industrias Lavco y Foto Serrano

Autoras: Paula Teresa Martínez Peñaloza y Jennifer Camila Torres Moreno.

Institución: Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga.

Fecha: 2013.

Conclusiones generales: el proyecto tenía como objetivo identificar las buenas prácticas con las que las empresas familiares como Industrias Lavco y Foto Serrano logran sobrevivir en el mercado, a través de la construcción de sus casos de estudio.

Para elegir las empresas a estudiar, se definieron tres aspectos básicos de cumplimiento, según el alcance de la investigación: larga trayectoria, estructura organizacional familiar y que se encontrara en segunda o tercera generación. La información se obtiene a través de entrevista con personal de las empresas referenciadas. La información específica de las organizaciones se obtiene a través de entrevistas más detalladas y a través de consulta de fuentes secundarias.

c) Título del trabajo. Innovar y estudiar: tres casos de emprendimiento desde el diseño independiente en Santiago de Cali

Autora: Carolina Tejada Velásquez.

Institución: Universidad ICESI, Cali.

Fecha: mayo de 2015.

Conclusiones generales: se observó que en los casos de emprendimiento, la innovación y el valor agregado es lo más importante a la hora de competir en el mercado y asumir riesgos. Por otro lado, un buen manejo y conocimiento de temas contables y legales les permitió tener un crecimiento más estructurado y fuerte. Todas las marcas presentan un alto nivel de orientación hacia la innovación¹⁴.

d) Título del trabajo. El emprendimiento colectivo como salida laboral de los jóvenes: análisis del caso de las empresas de trabajo asociado

Autor: Gustavo Lejarriaga Pérez.

Institución: Universidad Complutense de Madrid.

Fecha: septiembre de 2013.

Conclusiones generales: el trabajo concluye que la formación en emprendimiento es fundamental para las Universidades en la actualidad, dada la crisis económica que afecta las posibilidades de desempleo. Particularmente, sobre las empresas de trabajo asociado, se encuentra que está vinculado a la presencia de un número mínimo de tres socios, siendo la alternativa adecuada para los casos de

¹⁴ TEJADA, Carolina. Innovar y estudiar: tres casos de emprendimiento desde el diseño independiente en Santiago de Cali. Cali, 2015. Trabajo de grado (profesional en mercadeo internacional y publicidad). Universidad ICESI, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

emprendimiento colectivo, y tratándose en la mayoría de los casos de microempresas y pequeñas o medianas empresas¹⁵.

e) Título del trabajo. Comparación de los perfiles de emprendedores de las ciudades de: Ottawa, Canadá y Guayaquil, Ecuador

Autor: Raúl Eduardo García Sánchez.

Institución: Universidad Casa Grande.

Fecha: 2013.

Conclusiones generales: La motivación, liderazgo y creatividad son las competencias claves del perfil del emprendedor en Ottawa como en Guayaquil, pero además los emprendedores cuentan con una autoestima alta, intuición, y sobre todo les gusta el riesgo, la creatividad le ayuda a su capacidad de invento e innovación, pero además son constantes y perseverantes para lograr sus metas¹⁶.

¹⁵ LEJARRIAJA, Gustavo. El emprendimiento colectivo como salida laboral de los jóvenes: análisis del caso de las empresas de trabajo asociado. Madrid, 2013. Trabajo de grado (Administración de empresas). Universidad Complutense de Madrid.

¹⁶ GARCÍA, Raúl. Comparación de los perfiles de emprendedores de las ciudades de: Ottawa, Canadá y Guayaquil, Ecuador. Ottawa, 2013. Trabajo de grado (Ingeniería en Gestión de Recursos Humanos). Universidad Casa Grande.

2. MARCO TEÓRICO: EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR

2.1 EMPRENDIMIENTO: CONCEPTOS PRINCIPALES

El fenómeno de “emprendimiento” se ha estudiado desde múltiples perspectivas a lo largo de su historia, razón por la cual cuenta con numerosas definiciones y, por tanto, es posible afirmar que no existe un concepto único del mismo. La palabra “emprendimiento” se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo¹⁷.

Dentro de sus múltiples significados, se encuentra uno propuesto por Formichella¹⁸, quien define emprendimiento como “el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente, que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación”. Por otra parte, se encuentra que Rodríguez¹⁹ propone un concepto para definir al *emprendedor*, considerando que es una persona que está lista para tomar decisiones o para iniciar cualquier acción para cumplir determinado fin.

Esta conceptualización fue introducida a la literatura económica por primera vez en el siglo XVIII, por el economista francés Richard Cantillon, quien propuso el término para describir a un “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”²⁰. Cantillon se considera como uno de los teóricos más importantes del área de

¹⁷ RODRÍGUEZ, Alfonso. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. En: Revista científica Pensamiento y Gestión. 2009.

¹⁸ FORMICHELLA, María. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. 2004.

¹⁹ RODRÍGUEZ, Alfonso. Op.Cit.

²⁰ DUARTE, Tito; RUIZ, Myriam. Emprendimiento, una opción para el desarrollo. En: Scientia et Technica, Universidad Tecnológica de Pereira, 2009. pp. 326-331.

economía política y quien incorpora el término de *emprendedor* en sus estudios para explicar la naturaleza del comercio.

Posteriormente, Jaques Turgot (1727-1781), afirma que los riesgos que asume el *entrepreneur* son respaldados por su propia porción de capital, y distinguió cinco formas de emplear el capital: la compra de tierras, la inversión en agricultura, la industria, el comercio, y los préstamos a interés, que proporcionan ganancias distintas. Adicionalmente, propone un concepto de emprendedor que puede asociarse a dos tipos de individuos: el guerrero arriesgado que emprendía una lucha o hazaña (reconocido por su personalidad) o el jefe de Estado que planeaba sus estrategias y políticas para obtener con éxito sus metas (reconocido por sus funciones)²¹.

A partir de estas bases, se han determinado varios conceptos sobre emprendimiento, como se presenta a continuación:

- Jean Baptiste Say (1767-1832). El economista francés definió al empresario como un catalizador para el desarrollo de los productos, quien constituía un trabajador con mayores responsabilidades, que debía responder a los problemas e incertidumbres y que optimizaba la utilización de los recursos. Se consideró, entonces, como el fundamento de la creación de valor²².
- J. H. Von Thunen (1783-1850): este economista alemán propuso que el empresario es un sujeto económico que tiene el objetivo de maximizar los beneficios de su organización. También expuso que es clara la relación entre el emprendedor y el beneficio, y que éste último se concibe sobre la base del grado de complicación del riesgo y el ingenio que se usa para sobrellevarlo²³.

²¹ RODRÍGUEZ, Alfonso. Op.Cit.

²² LUPIÁÑEZ, Luis; PRIEDE, Tiziana; LÓPEZ, Cristina. El emprendimiento como motor del crecimiento económico. En: Boletín económico del ICE. 2013. pp. 55-64.

²³ RODRÍGUEZ, Alfonso. Op.cit.

- Weber (1864-1920). Este filósofo y economista identifica dos tipos de empresarios: en el primero de ellos, el tradicionalista, que surge en la época mercantilista, que no puede aumentar su capital de manera sostenible; y el capitalista, que sí logra una mentalidad empresarial y logra un mejoramiento de su sector a través de ésta²⁴.
- Alfred Marshall (1842-1924). Con una alta influencia de Say, afirma que el emprendedor es un trabajador superior, haciendo referencia a las habilidades de liderazgo requeridas, además del factor de la organización industrial²⁵.
- Schumpeter, por su parte, en una de sus obras más importantes, Teoría del desarrollo económico (1934), definió a los emprendedores como aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. El autor propone que la creación de empresas innovadoras es un factor de desarrollo económico significativo. Schumpeter propone, entonces, que el emprendedor es aquella persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones²⁶.

Esta diversidad de tendencias para durante la historia del estudio del término aún se ve reflejada en la actualidad, pues no existe un concepto homogenizado de emprendimiento. Así, es posible afirmar que no existe una definición oficial ni globalmente aceptada del término emprendedor²⁷. Una de las maneras que se han implementado para acercarse a la definición global de emprendimiento es desglosar sus características: una, donde el emprendedor toma riesgos y en la otra, en la cual el emprendedor toma decisiones innovadoras²⁸.

²⁴ RODRÍGUEZ, Alfonso. Op. cit.

²⁵ FORMICHELLA, María. Op.Cit.

²⁶ FORMICHELLA, María. Op.Cit.

²⁷ LUPIÁÑEZ, Luis; PRIEDE, Tiziana; LÓPEZ, Cristina. Op.Cit.

²⁸ RODRÍGUEZ, Alfonso. Op. cit.

Entre los enfoques más recientes, se encuentra el propuesto por Baumol, quien aporta un enfoque conductista a la figura del emprendedor, donde sugiere que la creatividad y el ingenio de los emprendedores determinan la calidad de sus empresas. Por otra parte, Wenneekers y Thurik²⁹, definen el emprendimiento como la capacidad de crear nuevas oportunidades económicas, entre éstas, nuevos productos, formas de organización o métodos de producción.

Rodríguez, 2009, concluye que la definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en sus mismas concepciones históricas, hasta la actualidad, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas³⁰.

Finalmente, es importante mencionar a Veciana, quien propone un estudio integral del emprendedor, basado en cuatro enfoques: el económico, el psicológico, el institucional, y el gerencial. Sus aspectos generales se explican a continuación:

- Enfoque económico: explica la función del emprendedor y la creación de empresas sobre la base de la racionalidad económica.
- Enfoque psicológico: considera que las personas que crean empresas tienen unos rasgos de personalidad distintos a los de los demás.
- Enfoque socio-cultural: parte de que la decisión de convertirse en empresario está condicionada por factores externos o del entorno.
- Enfoque gerencial: considera que la creación de empresas es un proceso racional basado en el conocimiento de las técnicas de gestión empresarial.

²⁹ LUPIÁÑEZ, Luis; PRIEDE, Tiziana; LÓPEZ, Cristina. Op.cit.

³⁰ RODRÍGUEZ, Alfonso. Op.Cit.

Todas las anteriores definiciones corresponden a una gran base académica, investigativa y administrativa que busca comprender el concepto de emprendimiento, las dimensiones de un emprendedor y los determinantes de su éxito. Es importante resaltar que el emprendedor siempre se concibe como un agente protagonista de la empresa, quien, a partir de una idea, construye una organización que resulta rentable. A continuación se describen las distintas perspectivas del emprendimiento.

2.1.1 Perspectivas del emprendimiento La comprensión del emprendimiento como proceso permanente, ha tenido varias líneas de estudio, a continuación, se presentan las cuatro tendencias más significativas al respecto:

1. La Perspectiva comportamental o de comportamiento

Este enfoque impone la atención en la influencia de la persona, sin mucho impacto. Su objetivo principal corresponde a identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso de los demás pero no reconoce la complejidad del fenómeno emprendedor, esto, para algunos analistas, es la razón por la cual esta perspectiva ha recibido numerosas críticas. Por otra parte, es importante señalar que esta perspectiva supone un estudio de las características particulares de cada modelo de emprendedor, por cuanto el análisis complejo del emprendimiento debe cambiar hacia modelos interdisciplinarios o multivariados que tengan en cuenta dichas características. En términos generales, este enfoque propone que el emprendedor tiene las siguientes características: presentan necesidades de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino³¹.

³¹ RODRÍGUEZ, Alfonso. Op. cit.

2. Perspectiva psicológica o cognitiva

Esta perspectiva tiene en cuenta únicamente las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla de sus propios comportamientos y se desarrolla con base en dos corrientes de pensamiento: i) la definición de emprendimiento está ligada a las *características* de la persona emprendedora y no a los factores externos que lo rodean y ii) la definición de emprendimiento teniendo en cuenta únicamente las *acciones* que ejecuta el emprendedor³². Esta propone, entonces, que el individuo que aborda una actividad emprendedora tiene un perfil psicológico que le diferencia de las demás personas, con tendencia al riesgo y la confianza en sí mismo, entre otros. Adicionalmente, esta línea de pensamiento también propone que el perfil psicológico de los emprendedores exitosos es distinto al perfil del emprendedor que no lo es. Esta perspectiva ha sido sujeto de varias críticas debido a su concepción minimalista del emprendimiento, pero ha aportado el estudio de las características que determinan el éxito de las ideas emprendedoras, razón por la cual cuenta con un lugar importante en la investigación³³.

3. La perspectiva económica

Esta línea de pensamiento aporta la comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del individuo, pero esta vez, asumiendo la calificación de la persona como *homo economicus*, que trabaja en pro de maximizar su utilidad y, por ende, su bienestar. Así, los autores más reconocidos (Schumpeter, McClelland y Hagen) proponen un emprendedor como dinamizador del desarrollo económico y corresponde una de las perspectivas más fuertes en el ámbito académico, debido a

³² RODRÍGUEZ, Alfonso. Op. cit.

³³ GARCÍA, Constantino; MARTÍNEZ, Almudena, & FERNÁNDEZ, Roberto. Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. En: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 2010. pp. 31-48.

su aporte teórico. Así, se define que la existencia o la falta de emprendimiento es una de las razones básicas de los desarrollos económicos de una sociedad³⁴.

4. La perspectiva de procesos

En esta línea, se propone como centro de atención al individuo, que establece una relación dialógica entre su desarrollo y la creación de valor económico y propone, además, una definición de procesos de emprendimiento a partir de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas. Esta propuesta ha dado bases para el establecimiento de conceptos ampliamente estudiados en el área empresarial, como la planeación estratégica. La perspectiva se basa en los recursos y capacidades con que se cuenta y se relaciona fuertemente con la lógica económica, razón por la cual la posición que asume la persona es limitada y reactiva frente a las condiciones del mercado³⁵.

Luego de evaluar el estudio del emprendimiento de manera general, es necesario estudiar cuales son las características que definen a un emprendedor, para categorizar y observar en un estudio de caso particular.

2.1.2 Determinantes del éxito en un emprendimiento Según Quintana³⁶, es posible clasificar los factores que condicionan la consecución de una empresa de manera exitosa en dos grandes dimensiones:

- a. Factores externos: como el marco ambiental genérico, las redes de soporte social, como el componente financiero, profesional y moral.

³⁴ GARCÍA, Constantino; MARTÍNEZ, Almudena, & FERNÁNDEZ, Roberto. Op.Cit.

³⁵ RODRÍGUEZ, Alfonso. Op. cit.

³⁶ QUINTANA, C. Op.Cit.

- b. Factores internos: en primer lugar, los componentes personales o variables propias del sujeto emprendedor; y, en segundo lugar, las variables extrínsecas, propias de la gestión empresarial.

De esta manera, se considera que los emprendedores de éxito prosperan cuando el entorno económico e institucional es favorable e impulsa los rendimientos de la innovación. Lo anterior se explica debido a que, cuando el entorno es adecuado, los emprendedores se sienten en capacidad de arriesgarse e invertir en innovación para así lograr un estímulo a la productividad mediante las dinámicas de entrada y salida del mercado de las empresas y la innovación de las ya establecidas. Todo lo anterior promueve el desarrollo económico (Lederman, Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014). Así, si bien el éxito del emprendimiento se basa en igual medida en lo personal del emprendedor, como en el contexto social de su empresa, es necesario comprender ambos ámbitos para desarrollar procesos de investigación rigurosos en el tema.

Perfil personal del emprendedor

Como se ha evidenciado en anteriores apartes de este documento, es claro que las empresas y su éxito dependen, en gran medida, del perfil personal del emprendedor y sus motivaciones. A partir de la información de fuentes primarias, investigadores como March han logrado identificar algunas de estas características, como se presenta a continuación:

Un emprendedor de éxito cuenta con las siguientes características:

- Disposición a nuevas ideas y voluntad de aprender.
- Confianza en sí mismo y valentía para luchar.
- Absoluta certeza sobre la validez de su idea de empresa.
- Posee una visión de negocio en el largo plazo.

- Es consciente de las implicaciones (positivas y negativas) que conlleva ser emprendedor. (capacidad de sobre ponerse a las dificultades, de afrontar reveces, capacidad de examinar mis errores).
- Disfruta de ser un emprendedor. (capacidad para enfrentar situaciones desconocidas).
- Posee vocación de emprendedor. (no rendirse, inquieto, afán de superación, ganas de aprender, no derrumbarse, competitivo, perseverancia, tenacidad de constancia).

Aspectos externos

También es claro que el emprendedor, por sí mismo, no está en capacidad de tener éxito empresarial pleno, por lo cual deben también tenerse en cuenta los aspectos externos que conforman su contexto.

- Financiación. El emprendedor debe disponer de suficientes recursos para iniciar la actividad, así como con una política de asignación sensata de dichos recursos.
- Gestión. La capacidad de gestionar los recursos con los que se cuenta, tanto físicos, financieros como humanos, es fundamental para el desarrollo empresarial. La gestión es un componente empresarial, que debe construirse en cada aspecto de la empresa.
- Un único campo de actividad. Es necesario que la empresa sea capaz de generar un conjunto de "competencias esenciales" y explotarlas a través de una determinada estrategia que la diferencie de sus competidoras y genere recordación en los clientes³⁷.
- Objetivos y estrategia de crecimiento. Es necesario no actuar guiados por un propósito especulativo. Así, la empresa debe contar con aspiraciones más amplias que las puramente monetarias, como sociales, ambientales, entre otras.

³⁷ QUINTANA, C. Op.Cit.

Se considera importante cómo la empresa es capaz de desarrollar y poner en práctica, con la máxima consistencia interna, un conjunto de objetivos y de políticas funcionales que definen una determinada posición competitiva³⁸.

- Relación de la empresa con el entorno. La empresa debe dar una consistencia interna al conjunto de objetivos y políticas externas y debe tener siempre en cuenta su entorno externo para la toma de decisiones³⁹.

2.2 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

Ludwig Von Mises, economista austriaco, identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor⁴⁰:

1. **Carácter evaluador.** El autor propone que el emprendedor es capaz de calcular beneficios y costos numéricos. Adicionalmente, con base en los dichos cálculos, es capaz de realizar elecciones y, al culminar dicho proceso, puede identificar nuevas necesidades y nuevos factores de producción. Con base en estas decisiones y observaciones, el emprendedor también puede identificar las acciones de los demás y cómo afectan su propia empresa y su futuro.
2. **Carácter empresario.** El autor propone al emprendedor como ejecutor de decisiones sobre uso de los factores con el fin de producir bienes y servicios.
3. **Soporte de incertidumbre.** El emprendedor puede, según el autor, actuar en función del futuro, pero no conoce con claridad las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

³⁸ QUINTANA, C. Op.Cit.

³⁹ QUINTANA, C. Op.Cit.

⁴⁰ FORMICHELLA, María. Op.cit.

En términos generales, se han propuesto otro tipo de competencias que debe tener un emprendedor, entre las que se encuentran⁴¹:

- Capacidad de innovar.
- Introducir nuevos productos en el mercado.
- Explorar otros mercados en busca de oportunidades.
- Habilidad de dirigir equipos de trabajo.
- Priorizar las tareas para aumentar la eficiencia productiva.
- Dar uso adecuado a los recursos disponibles.
- No tiene temor a fracasar.

Sin embargo, estas características son particulares y pueden, en la práctica, verse manifestadas en las personas, pero sin una consolidación de un contexto que le permita desarrollar estrategias completas, es posible que el éxito del emprendedor efectivamente no se dé. De este modo, el estudio de creación de empresas como un todo es un tema de gran actualidad, no sólo entre los diversos agentes implicados en el proceso emprendedor, sino también entre los investigadores y académicos⁴².

De esta manera, el contexto cobra gran importancia para definir las características de un emprendedor, ya que pueden promover o bien, opacar sus intenciones de emprender. Según lo expuesto por Moriano, Palací y Morales en 2006, este contexto se desarrolla en tres espacios: familiar, sociolaboral y personal y que estos componentes explican más del 25% de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios⁴³. En el espacio familiar, es posible identificar las siguientes variables: antecedentes familiares en el ámbito empresarial, características demográficas y existencia de hijos; por otra parte, en el espacio

⁴¹ LEDERMAN, Daniel; MESSINA, Julián; PIENKNAGURA, Samuel; RIGOLINI, Jamele. El emprendimiento en América Latina. Washington: Banco Mundial. 2014. pp. 1-181.

⁴² GARCÍA, Constantino; MARTÍNEZ, Almudena, & FERNÁNDEZ, Roberto. Op. Cit.

⁴³ MORIANO, Juan; Palací, Francisco; Morales, José. El perfil sicosocial del emprendedor universitario. En: Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 2006. pp. 75-99.

sociolaboral, se encuentra la experiencia, la educación y las dificultades que rodeen a la persona para crear empresa (condiciones normativas); finalmente, en el caso del espacio personal, se encuentran los rasgos de personalidad, como: necesidad de logro, locus de control interno, capacidad de asumir riesgos, la perseverancia, creatividad e iniciativa.

Para concluir, y con el fin de reconocer algunas características particulares de los emprendedores de la región, se encuentra un estudio sobre emprendedores iberoamericanos, realizado por Sung y Duarte, en 2015, donde se manifiesta que en dicha región, la gran mayoría de los casos de emprendimiento se originan en la clase media, es por esto que las sociedades con una gran porción de sectores medios tienen a su disposición una base potencialmente más amplia para la creación de emprendedores que aquellas más polarizadas⁴⁴. En América Latina, existe una evidente polarización socioeconómica, que la diferencia de otras regiones del mundo, por tanto será más difícil identificar casos exitosos de emprendimiento, a lo anterior se suma el hallazgo de que las mujeres tienen poca participación en la creación de empresas en dicha región continental.

De cualquier manera, los autores proponen algunas características comunes de los emprendedores de la región: asunción de riesgos, autonomía, autoestima, autoconfianza, creatividad, enérgico, flexibilidad, independencia de juicio, iniciativa, motivación/necesidad de logro, perseverancia, responsabilidad, tolerancia a la ambigüedad y visión optimista⁴⁵.

2.2.1 Determinantes del éxito en un emprendedor Se comprende ampliamente que los emprendedores cuentan con características particulares como la propensión al riesgo, la autonomía e independencia, el liderazgo, la creatividad y la innovación

⁴⁴ SUNG, Sebastián; DUARTE, Sergio. El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. En: Revista internacional de investigación en Ciencias Sociales, 2015. pp. 291-314.

⁴⁵ SUNG, Sebastián; DUARTE, Sergio. Op. cit.

o la capacidad de negociación. Ya como indicadores de éxito, según lo propuesto por Saboia y Martín, 2006, se encuentran⁴⁶:

- La propensión al riesgo, ya que la asunción de riesgos es una parte esencial de la actividad empresarial. Además, los emprendedores que dirigen sus propios negocios, se sienten más seguros de emprender en condiciones de incertidumbre, aunque, en muchos casos, sea cauteloso e precavido.
- La necesidad de realización, la autonomía e independencia, el liderazgo o la capacidad de negociar, están positivamente relacionados con el espíritu emprendedor al permitir al individuo adoptar, con responsabilidad, las decisiones deseadas y aplicarlas al propio negocio, con seguridad e independientemente de las opiniones y deseos de los otros.
- La necesidad de logros y autorrealización es una característica relacionada positivamente con el espíritu empresarial que conlleva a la creación de negocios y al éxito.
- El liderazgo influye directamente en la probabilidad de emprender negocios debido a que implica una mayor capacidad de que un individuo pueda convencer a otros a participar en la explotación de una oportunidad que ha identificado como muy interesante.
- La creatividad y la innovación son el instrumento específico de los emprendedores, la manera por la cual ellos explotan el cambio como una oportunidad inexistente anteriormente. Además, los emprendedores son individuos que innovan, identifican y crean nuevas formas de oportunidades de

⁴⁶ SABOIA, Fernando; MARTÍN, Natalia. Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de los emprendedores brasileños. En: Revista Electrónica de Administración, 2006.

negocios, establecen y coordinan nuevas combinaciones de recursos, para extraer los mayores beneficios de sus innovaciones, elevando así sus posibilidades de éxito en el mercado.

3. CASOS DE ESTUDIO

3.1 METODOLOGÍA DE ELECCIÓN DE CASOS

A continuación se presenta la metodología, paso a paso, de selección de casos de estudio de emprendimiento de estudiantes y egresados de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED.

1. Identificar, por referencia, una importante cantidad de casos de emprendimiento de estudiantes y graduados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del IPRED.
2. Establecer contacto con los emprendedores (para promover la participación de estudiantes y graduados, se diseñó una pieza publicitaria, ver Anexo A).
3. Formular una breve entrevista, con el objetivo de conocer, en términos generales, el caso de emprendimiento, su razón social y la diferenciación que tiene de otros proyectos similares, según el siguiente instrumento (cuya sistematización se encuentra en el Anexo B de este documento):



ESTUDIO DE CASOS DE EMPRENDIMIENTO DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE TECNOLOGÍA EMPRESARIAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL DEL IPRED - UIS.

Los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial están interesados en destacar la labor de sus estudiantes y egresados en términos de emprendimiento, si es emprendedor o conoce algún emprendedor, estudiante o egresado de los programas, lo invitamos a diligenciar el siguiente formulario.

1. IDENTIFICACIÓN DEL EMPRENDEDOR.

¿Quién soy?

- Soy emprendedor.
- Quiero referenciar un emprendedor.

Nombre del emprendedor.

Programa académico que está cursando o del cual es egresado.

- Tecnología empresarial.
- Gestión empresarial.

Tipo de vinculación con la UIS.

- Estudiante
- Egresado

Teléfono.

Correo electrónico.

2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO Y DEL EMPRENDEDOR

A continuación se realizarán una serie de preguntas con el fin de obtener información sobre la idea de emprendimiento y su desarrollo como emprendedor.

Describa el emprendimiento o la empresa del emprendedor.

¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?

¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?

3. DATOS DE QUIEN SUMINISTRA LA INFORMACIÓN

Nombre.

Correo.

Celular.

Agradecemos su participación.

4. Se identifican empresas que cumplan con dos criterios como casos de estudio:

Tabla 1. Criterios de selección de los casos de estudio de emprendimiento

Criterio	Justificación
Trascendencia.	Se trata de dar a conocer casos exitosos de emprendimiento, de modo que deberá evaluarse su trascendencia, a través de indicadores como años de funcionamiento, personal laborando y factores diferenciadores en el mercado.
Grado de influencia de los programas de formación en la decisión de emprendimiento.	Dado que el objeto de la investigación es analizar los casos de emprendimiento exitosos como resultado de un proceso de formación (es decir, el impacto que tiene la formación de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial), se centrará el estudio en aquellos proyectos que hayan sido influenciados por estos programas.

De esta manera, tras realizar una revisión general de los casos de emprendimiento referenciados por estudiantes, docentes y egresados del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, se procedió a analizar cada uno de acuerdo con los criterios establecidos en la Tabla 1. Si bien todos los ejemplos referenciados contaban con características valiosas y adecuadas para el análisis del grado de emprendimiento que se forma o se proyecta desde los programas de Gestión Empresarial y Tecnología Empresarial, se dio prioridad a los ejemplos que tuviesen mayor impacto en su sector correspondiente en la economía, mayor relación con la formación académica ofertada en el Instituto y, finalmente, se realizó una selección que permitiera evaluar distintas formas de emprendimiento, a través de distintos enfoques de productos o servicios.

5. Realizar una entrevista más detallada con los emprendedores que cumplan con los dos criterios anteriormente mencionados (el registro detallado de dichas entrevistas se encuentra en el Anexo C de este documento), donde se aborden

los aspectos críticos de la organización, así como los determinantes de éxito de la misma, de acuerdo con el siguiente instrumento:



PROPUESTA DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Estudio de casos de emprendimiento destacables de estudiantes y egresados de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED.

1. IDENTIFICACIÓN

Nombre.

Programa.

En caso de ser estudiante ¿Qué semestre cursa?

En caso de ser egresado ¿En qué año se graduó?

2. COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR Y PROCESO DE EMPENDIMIENTO

Por favor describa su idea de emprendimiento.

¿Cómo nació su idea de emprendimiento?

¿Cuáles fueron los principales inconvenientes que enfrentó en el momento de crear empresa?

¿Cómo ve su idea de emprendimiento en cinco años? ¿En diez años?

¿Cuál es su formación académica?

¿Cuáles son sus principales fortalezas como líder de este proyecto de emprendimiento?

¿Cuáles son sus principales debilidades?

¿Ha tenido otras ideas de emprendimiento, diferentes a la actual? ¿Cuál es el estado de dichas ideas?

3. SECTOR ECONÓMICO

¿A qué sector económico pertenece su idea de emprendimiento?

¿Ese sector económico fue elegido por usted conscientemente o al azar? Por favor describa su experiencia.

4. SOCIOS

¿Usted cuenta con socios para su idea de emprendimiento?

Por favor describa cómo ha sido la relación con sus socios.

¿Considera que trabajar de manera asociada ha traído ventajas o complicaciones a su idea de emprendimiento?

¿Recomendaría que un joven emprendedor cuente con el apoyo de socios para la consolidación de su idea?

5. RELACIONES DE LA FAMILIA

¿En su empresa está vinculado algún miembro de su grupo familiar?

¿Ha contado con el apoyo de su familia para el desarrollo de su idea de emprendimiento? Por favor describa su experiencia.

6. MODELO DE NEGOCIO (SEGÚN MODELO CANVAS, DE ALEXANDER OSTERWALDER.

¿Ha definido usted un segmento de clientes? – ¿cuáles son los grupos de personas sobre los cuales la empresa quiere enfocarse?

¿Cuenta usted con una propuesta de valor? – ¿qué hace diferente a su producto o servicio?

¿Cuenta usted con canales de distribución? - ¿cómo llega la empresa a sus clientes?

¿Cómo define su relación con el cliente?

¿Cuáles son las fuentes de ingresos de la idea de emprendimiento? - ¿cómo genera dinero su empresa?

¿Cuáles son sus recursos clave? - ¿qué recursos son indispensables para el funcionamiento de su empresa?

¿Cuáles son las actividades clave de su empresa? - ¿qué actividades son indispensables para el funcionamiento de su empresa?

¿Cuáles son sus socios clave? - ¿cuáles son sus proveedores y socios necesarios?

¿Cuál es su estructura de costos? - ¿en qué gasta su empresa?

Adicionalmente, se diseñó una encuesta para identificar casos de inter-emprendimiento, con base en el siguiente instrumento:



PROPUESTA DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA CASOS INTRAEMPREDIMIENTO

Estudio de casos de emprendimiento destacables de estudiantes y egresados de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED.

1. IDENTIFICACIÓN

Nombre.

Programa.

En caso de ser estudiante ¿Qué semestre cursa?

En caso de ser egresado ¿En qué año se graduó?

Edad.

Correo electrónico.

2. COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR Y PROCESO DE EMPRENDIMIENTO

Por favor describa la empresa en la que labora actualmente.

¿Cuándo ingresó a la empresa donde labora?

¿Con qué cargo inició en la empresa donde labora? Por favor describa las funciones.

¿Qué cargo ocupa en la actualidad? Por favor describa las funciones.

¿Cuáles han sido los principales inconvenientes que ha enfrentado en la empresa donde labora?

¿Cómo se ve dentro de cinco años? ¿Dentro de diez años?

¿Cuál es su formación académica?

¿Cuáles son sus principales fortalezas como empleado en su empresa?

¿Cuáles son sus principales debilidades?

3. SECTOR ECONÓMICO

¿A qué sector económico pertenece la empresa donde labora actualmente?

¿La empresa donde labora fue elegida por usted de acuerdo con sus expectativas o ingresó por necesidad? Por favor describa su experiencia.

4. TRABAJO EN EQUIPO

¿Con cuántas personas de la empresa trabaja directamente?

Por favor describa cómo ha sido la relación con sus compañeros de trabajo.

¿Cuáles son las principales ventajas del trabajo en equipo?

¿Cuáles son las principales dificultades del trabajo en equipo?

5. RELACIONES DE LA FAMILIA

¿En la empresa donde labora está vinculado algún miembro de su grupo familiar?

6. MODELO DE NEGOCIO (según Modelo Canvas, de Alexander Osterwalder)

¿La empresa donde usted labora ha definido un segmento de clientes? – ¿cuáles son los grupos de personas sobre los cuales la empresa quiere enfocarse?

¿La empresa donde usted labora cuenta con una propuesta de valor? – ¿qué hace diferente al producto o servicio que ofrece la empresa?

¿La empresa donde usted labora cuenta con canales de distribución? - ¿cómo llega la empresa a sus clientes?

¿Cómo define la relación con el cliente la empresa donde usted labora?

¿Cuáles son las fuentes de ingresos de la empresa donde usted labora? - ¿cómo genera dinero la empresa?

¿Cuáles son los recursos clave de la empresa donde usted labora? - ¿qué recursos son indispensables para el funcionamiento de la empresa?

¿Cuáles son las actividades clave de la empresa donde usted labora? - ¿qué actividades son indispensables para el funcionamiento de su empresa?

¿Cuáles son los socios clave de la empresa donde usted labora? - ¿cuáles son los proveedores y socios necesarios?

¿Cuál es la estructura de costos de la empresa donde usted labora? - ¿en qué gasta la empresa?

6. Procesamiento de la información para realizar el análisis correspondiente.

3.2 METODOLOGÍA PARA CONSTRUCCIÓN DE CASOS

Con base en la información recopilada de los casos de estudio de emprendimiento e intra-emprendimiento de estudiantes y egresados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial, se realiza una caracterización detallada con

base en la metodología de “método de caso” teniendo en cuenta su gran valor metodológico, basados en lo expresado por Yin (1994): “se trata del estudio de un fenómeno actual inmerso en el contexto de la vida real que pretende arrojar luz sobre el cómo y el porqué del proceso que precede a un determinado fenómeno”⁴⁷ y por Chetty (1996), quien lo considera “el mejor mecanismo de investigación para dilucidar las razones por las que se tomaron determinadas decisiones, cómo fueron implementadas y con qué resultados”⁴⁸ .

De esta manera, los casos se construyeron de manera analítico-descriptiva, con base en la información otorgada por los empresarios contactados, con el propósito de presentar la información de manera organizada y estructurada, que incluso permitiera realizar comparaciones y obtener conclusiones y recomendaciones para el mejoramiento o potenciamiento de las iniciativas de emprendimiento de los estudiantes de los programas del IPRED.

Los bloques de información son los siguientes: i) antecedentes del emprendimiento, con el fin de conocer las motivaciones, criterios, estrategias y retos que llevaron al empresario a llevar a cabo su idea de emprendimiento; ii) el paso a paso del emprendimiento, estructurado para comprender en detalle a la organización estudiada; iii) evolución de la empresa, para entender los ciclos de crecimiento y consolidación de la idea de emprendimiento; iv) retos, que demuestran las dificultades principales de la organización pero también las ideas y estrategias de los emprendedores ante éstos.

⁴⁷ NÚÑEZ, Julia; FUENTES, Fernando; MUÑOZ, Guzmán; SÁNCHEZ, Sandra. Análisis de elaboración e implementación del método del caso en el ámbito de la educación superior. En: Revista Iberoamericana de Educación Superior. 2015. Vol. 16, pp. 34.

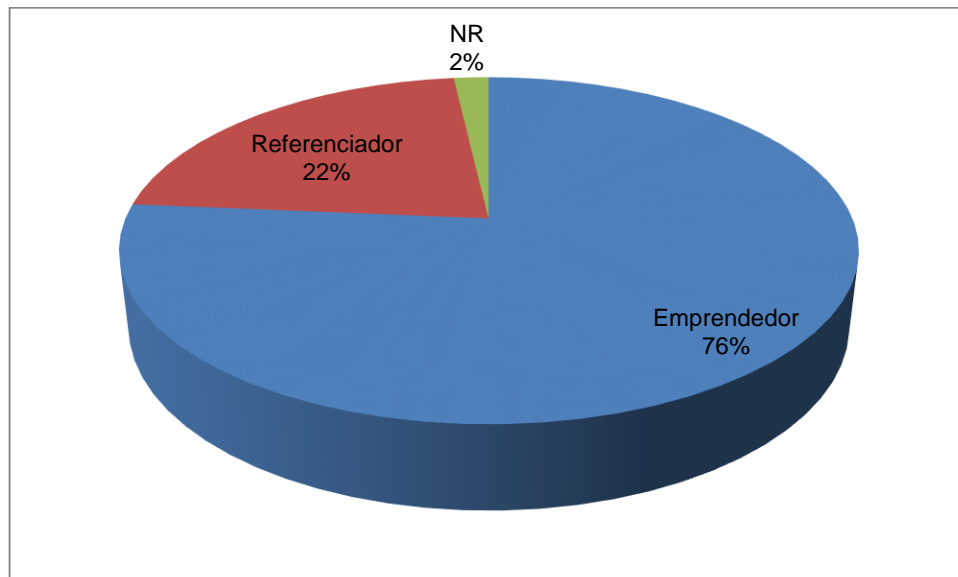
⁴⁸ *Ibid*, pp. 35.

3.3 RESULTADOS

Durante mayo y junio de 2017 se realizaron las encuestas a estudiantes y egresados de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED, (ver registro en el Anexo B de este documento) de las que resultaron identificados 55 casos exitosos de emprendimiento. A continuación, se presenta un análisis descriptivo de dichos casos:

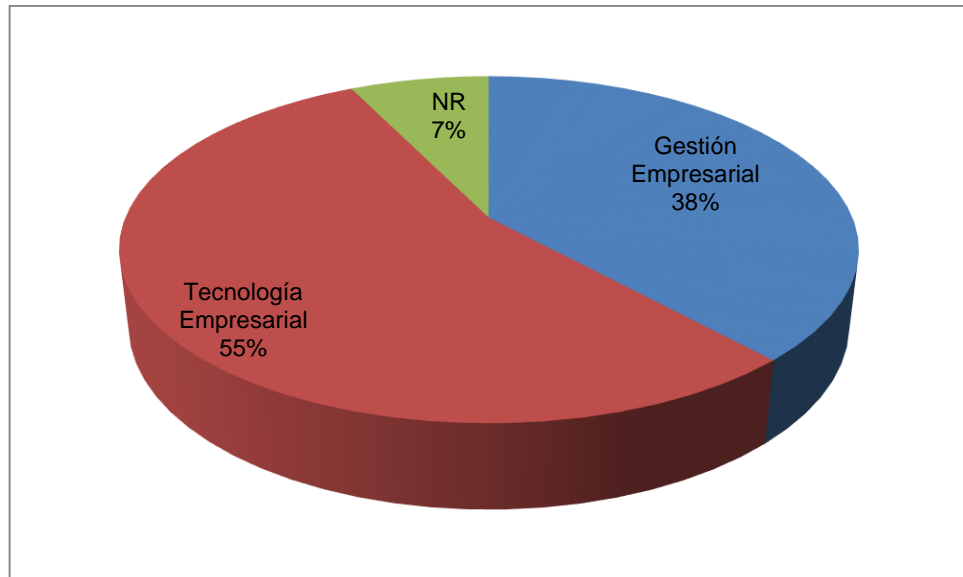
Tal como se identifica en el Gráfico 3, el 76% de las personas encuestadas resultaron ser emprendedores, mientras que el 22% referenció a un emprendedor conocido.

Gráfica 3. Rol del encuestado



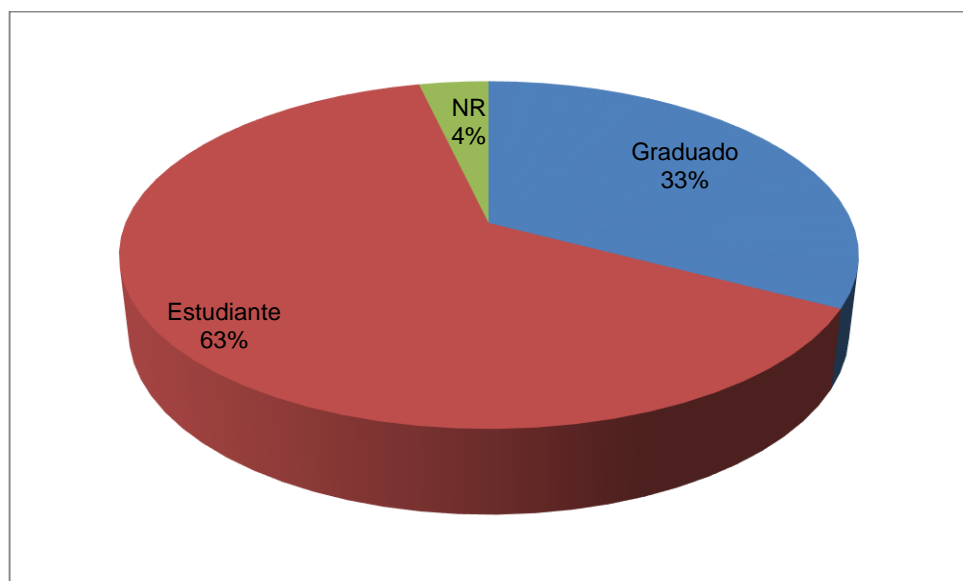
Por otra parte, tal como se evidencia en el Gráfico 4, del total de encuestados, un 55% están cursando o ha terminado sus estudios en el programa de Tecnología Empresarial, mientras que un 38% reportó estar cursando o haber terminado estudios del programa de Gestión Empresarial.

Gráfica 4. Programa del que es estudiante o graduado



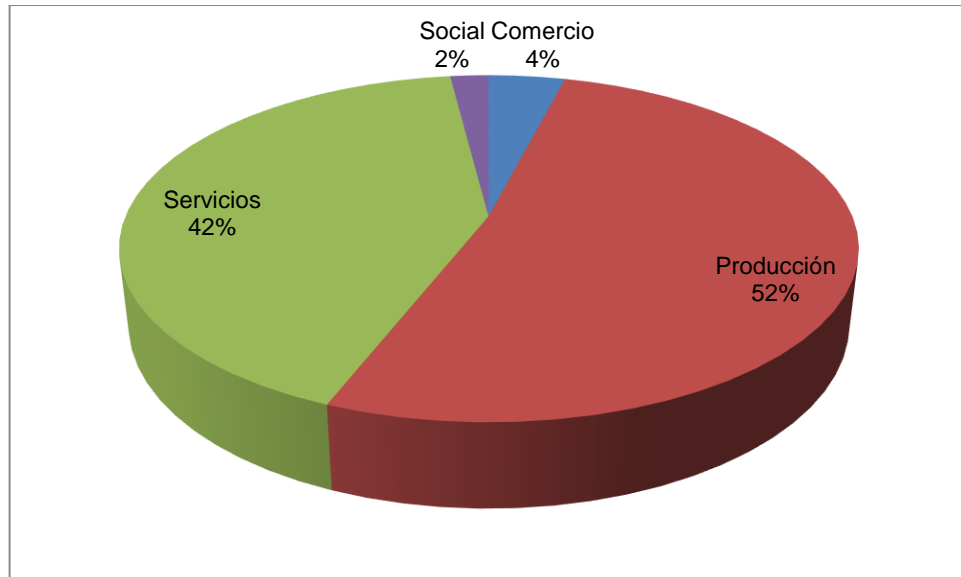
Adicionalmente, tal como se demuestra en el Gráfico 5, el 63% de las personas encuestadas reportó estar actualmente adelantando sus estudios de Tecnología o programa profesional, mientras que el 33% reportó estar graduado de los mismos.

Gráfica 5. Estado actual del encuestado



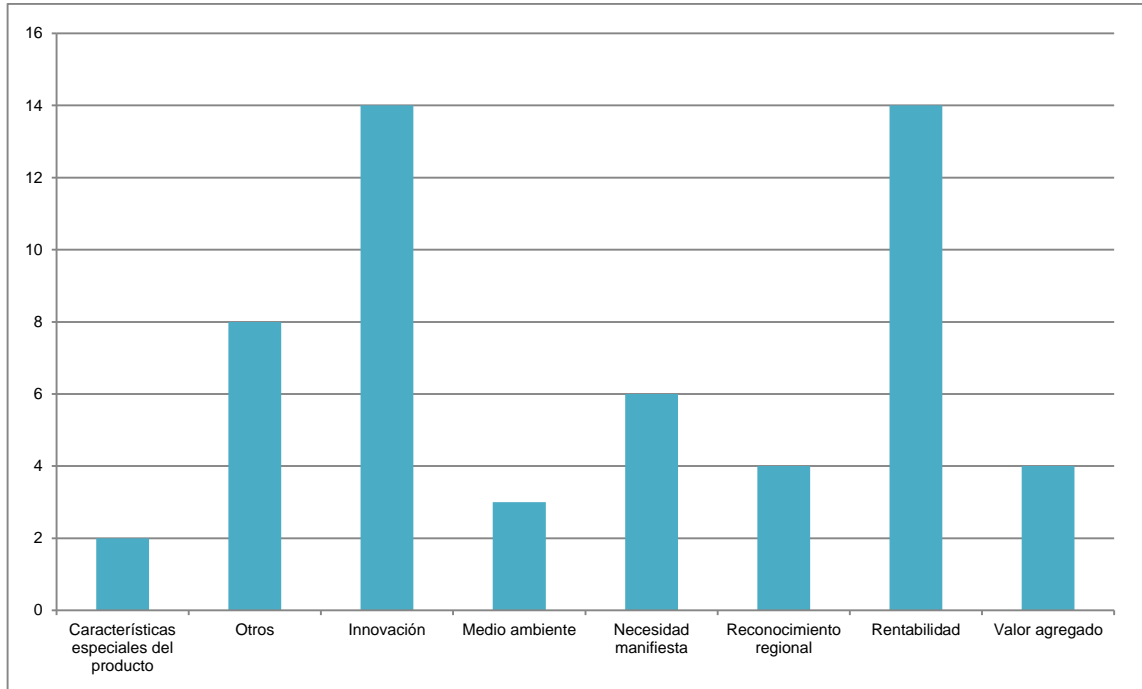
De manera particular, los estudiantes y graduados presentan o referencian ideas de emprendimiento de varios tipos: prestación de servicios, producción, social y comercialización, tal como se presenta en el Gráfico 6, siendo los sectores de producción (52%) y servicios (42%) los más significativos.

Gráfica 6. Tipo de emprendimiento referenciado



Finalmente, el Gráfico 7 demuestra las razones por las que se reportan o recomiendan los distintos tipos de emprendimiento. Las más significativas corresponden a la rentabilidad que han demostrado los casos o a su innovación en el mercado. También se encuentran razones como su impacto en el medio ambiente, que corresponden a una respuesta real a una necesidad manifiesta en la sociedad, que tienen alto reconocimiento regional o el valor agregado del producto o servicio.

Gráfica 7. Razón para recomendación del emprendimiento



Tras el análisis de los resultados del sondeo anterior, se identificó la siguiente lista de casos de emprendimiento, para quienes se realizó un estudio más detallado, presentado en el capítulo 4.

Tabla 2. Casos de estudio de emprendimiento seleccionados

#	Nombre	Tipo de vinculación	Justificación
1	INDUSTRIAS ACUÑA LIMITADA	Egresado Tecnología Empresarial	Egresado del programa Tecnología Empresarial, fundador y gerente de una organización de alto reconocimiento nacional e internacional.
2	SANDRA LILIANA ESTEVEZ	Egresada Tecnología Empresarial	Egresada del programa Tecnología Empresarial, vinculada a la empresa Comertex como analista senior de producto (caso destacado de intra-emprendimiento).

#	Nombre	Tipo de vinculación	Justificación
3	CEPRODE	Egresada Gestión Empresarial	Egresada del programa Gestión Empresarial, con un ejemplo de proyecto de emprendimiento de asesoría y servicios.
4	CIENAUTOS	Egresada Tecnología Empresarial	Egresada del programa Tecnología Empresarial, con un ejemplo de creación y consolidación de una idea de negocio en el área de la educación y la mecánica.
5	EDICIONES A&P SAS	Egresado Gestión Empresarial	Egresado del programa Gestión Empresarial con un ejemplo de emprendimiento a través de la consolidación de una empresa editorial de reconocimiento y presencia nacional.
6	FERNANDA LEÓN	Egresada Gestión Empresarial	Egresada del programa Gestión Empresarial, entrenadora en Neuroventas, con alta proyección nacional.
7	PROAMBIENTAL SAS	Egresada Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.	Egresada de los programas con un ejemplo de emprendimiento que incluye el componente de producción, comercialización y cuidado ambiental.
8	CLARALUNA ACCESORIOS STORE	Egresada Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.	Egresada con un ejemplo de emprendimiento de producción y comercialización de accesorios para mujer, con innovadoras estrategias de servicio posventa.
9	CHELY GÓMEZ, EVENT PLANNER	Egresada Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.	Egresada con un ejemplo de emprendimiento en servicios y asesoría de alta calidad en planeación de eventos.

#	Nombre	Tipo de vinculación	Justificación
10	INVZA	Egresado Tecnología Empresarial.	Egresado con un ejemplo de emprendimiento innovador, de asesoría y apoyo en mejoramiento de estructura física de finca raíz.

4. CARACTERIZACIÓN DE CASOS DE EMPRENDIMIENTO DE ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE TECNOLOGÍA EMPRESARIAL Y GESTIÓN EMPRESARIAL DEL INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA, IPRED

A continuación se presenta una descripción detallada y, posteriormente, una síntesis de los casos de emprendimiento de estudiantes y egresados elegidos como ejemplo en la presente investigación.

4.1 CASO 1. INDUSTRIAS ACUÑA LIMITADA

INDUSTRIAS ACUÑA



ANGEL CUSTODIO ACUÑA

Tecnólogo empresarial, maestro de Bellas Artes, MSc(c) en Gerencia de la Innovación y el Conocimiento, empresario líder en la industria metalmecánica de la región, fundador de Industrias Acuña Ltda. (INAL), Pamitex, Zumo, socio de Tasinsa Guatemala Joint Venture de la tecnología Avatar, creado y patentado por INAL.

Egresado: Tecnología empresarial.

Universidad: Universidad Industrial de Santander.

Año: 1992

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

Ángel Custodio Acuña Yáñez obtuvo el título de bachiller técnico en el Instituto Tecnológico Santandereano Dámaso Zapata en 1976; más tarde, en 1992, se gradúa del programa de Tecnología Empresarial del IPRED y en 2004 llega a ser maestro en Bellas Artes, otro programa del IPRED. Trabajó en Penagos y Hermanos CIA Ltda. como diseñador mecánico y actualmente es el fundador de INAL Industrias Acuña LTDA.

En 1984, el señor Ángel Acuña tomó la decisión de crear su propio taller. En ese entonces lo abrió en una esquina de la ciudad, en un local de 8x8. La apertura del negocio logró hacerla gracias al ahorro familiar de su padre y hermanos. Así arrancó con la empresa que hoy en día se llama INAL Industrias Acuña LTDA. Esta es una empresa que exporta y tiene una base tecnológica. La obtención de múltiples patentes en países como Estados Unidos, México, Malasia e Indonesia; así como también, el premio Innova 2014, entre otros, son el vivo testimonio de su éxito empresarial, que se fundamenta en el buen servicio y la calidad que le ha merecido la aprobación de los criterios de certificación ISO 90010, 14000, 18000.

RANKING DE INNOVACIÓN

En el ranking de innovación empresarial en Colombia realizado por la ANDI y la Revista Dinero, estamos en:

TOP 5 De las empresas con **más patentes** concedidas y solicitadas

Nº 37 El puesto **Nº 37** de las empresas **más innovadoras** del país

inal DESDE 1985
INDUSTRIAS ACUÑA LTDA
Compromiso Con el Servicio

www.inal.com.co

La idea nació con un propósito: para la época corría el año de 1983 y él trabajaba en Tanusa, cuyo pago era de \$90.000 pesos mensuales; era el diseñador principal de la empresa, coordinador de producción de Tanusa. ECOPETROL pedía trabajos a la empresa para las papeleras, para diferentes campos industriales, extractoras de aceite de palma. En esa época, el señor Ángel Acuña podía darse el lujo de tener muchísimo trabajo y, desde luego, a él le gustaba lo que hacía y estaba satisfecho con la empresa.



EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO

Las actividades principales de la empresa tenían que ver con tecnología; todos en la empresa necesitaban de la máquina que el señor Ángel Acuña les proveía. Con el tiempo él decidió retomar los estudios; se matriculó en Gestión Empresarial porque quería tener la profesión reflejo de un encuentro que tuvo con el maestro Orlando Saavedra. Durante ocho años estudió Bellas Artes y una de sus especialidades es la escultura. En su experiencia ha hecho exposiciones en la ciudad de Cúcuta, Barranca y Bogotá; también se ha presentado en Venezuela y en Ecuador.

Sus estudios de Arte y Administración han sido cruciales para los progresos profesionales de su taller. Actualmente está haciendo otro posgrado en la UIS donde puede plasmar todo lo de tecnologías de patentes.

En 1985, Ángel tenía muchos amigos. Era conocido por todos ya que lograba facilitar los problemas a todos los ingenieros de la empresa. Cuando se retiró, él fue llamado constantemente para emplear soluciones a diferentes talleres. Así que de a poco fue construyendo el nombre, la marca que hoy en día es reconocida a nivel nacional e internacional. Ya en ese entonces Ecopetrol financió gran parte de su empresa, y fue el mismo señor Ángel quien patentó modelos tecnológicos que le sirvieran a la empresa, en su éxito como creador y como empresario.

Con la empresa del señor Ángel Acuña ha podido realizar exportaciones a Guatemala, Ecuador, Venezuela, México y se centra en *gestión de proyectos*, en montajes en la esterilización dinámica (tecnología que ellos han desarrollado: plantas industriales en ingeniería de innovación). Es una empresa con certificación altamente innovadora de Colciencias, resolución que lograron el año pasado.

La empresa brinda soluciones al agro, al sector de palma de aceite; si hay algo con Ecopetrol es pertinente para la empresa de Ángel Acuña; también se trabaja con universidades y se está entrando en el sector de química industrial con los nuevos productos con los elementos filtrantes. Algunos de los clientes más importantes son: Ecopetrol, Frupalma, Palamas del Llano, Extractoras, Indupalma. Los productos son: equipos, plantas completas y otras maquinarias para distintos procesos; tecnología patentada que reduce el impacto ambiental a cero, aprovechando los residuos en abono orgánicos y otros productos.

La empresa tiene tres patentes de invención, tiene una pct. Los compañeros de trabajo son la ANDI, la UIS, GYZ de Alemania, Procolombia, Cenipalma, Colciencias, Min. de Industria comercio y turismo, la cámara de comercio, entre otros. La empresa ha recibido muchos premios con base al desarrollo de innovación de tecnologías, como el premio innova 2014, de la cámara de comercio y de Colciencias.

“Sus estudios de Arte y Administración han sido cruciales para los progresos profesionales de su taller. Actualmente está haciendo otro posgrado en la UIS donde puede plasmar todo lo de tecnologías de patentes”.

Además tiene otro contrato con la UIS para asesoramiento tecnológico del procesamiento de materiales residuales. Otras empresas como la Spinoff, que tiene certificación Ecoser.

Explica Ángel: “Lo que hace es que con los residuos de palma se pueda generar el abono orgánico y medios filtrantes”. Además, tiene una normatividad para Europa y EEUU y arribó hasta la PIZ de Japón.

Parte de los retos de la empresa es llevar la tecnología para todo el mundo. Ya se ha licenciado la tecnología con empresas de Portugal, Malasia, Indonesia, África, India, Brasil y Ecuador y ahora está haciendo un licenciamiento con ABM para Colombia. Así mismo está haciendo uno en Guatemala, para Centroamérica; también se está desarrollando tecnologías para el aprovechamiento de la biomasa, para volverla residuos de palma.

Ahora la compañía está vendiendo esta tecnología que favorece al medio ambiente. Lo que antes era una competencia ahora se ha convertido en una alianza, pero a través de artefactos tecnológicos. También se tiene una patente en Colombia para una tecnología en la que se muele fibras, se piroliza las cáscaras para generar, a partir de este material, lino celulósico y así generar carbón vegetal para que el abono tenga excelente *carbón vegetal*: es esencia de la vida, de la biota vegetal. Luego de que se muele y mezcla se le agrega minerales porque es un producto mineralizado, explica Ángel. Este emprendedor explica con ahínco el arduo pero consciente esfuerzo por mejorar el medio ambiente.

En el seguimiento a clientes, el señor Acuña explica que el foco son las extractoras de aceite de palma a nivel nacional y de Centroamérica. En la empresa se manejan

más o menos 18 extractoras. Trabajan con Indupalma, palmeras de puerto wilches, aceites S.A, Ecopetrol etc. Además, tiene clientes en Centroamérica y están con miras a la explotación de productos.

Explica el señor Ángel: “Mi trabajo de aplicación en esta maestría es hacer un cluster con abm metamar, industrias aceros, metalgrin, para generar que cada uno a mí por ejemplo no me gusta hacer transportadores, pero metalteco son muy buenos, lo mismo pasa con otras especialidades, a mí no me gusta hacer estructuras entonces hay gente especialista en eso y tiene sus equipos, entonces la idea es unir capacidades de la metalmecánica en Santander especializadas en lo que necesitamos porque como ustedes vieron una planta extractora tiene parte eléctrica, parte civil y la idea es que ese cluster funcione desde aquí para vender en Centroamérica, vender en Malasia ahora que tenemos un representante en esos países con nuestra tecnología”. Este emprendedor cuenta con una amplia experiencia que le ha permitido consolidarse como un experto en múltiples áreas y, sobre todo, en la exploración de tecnologías amables con el medio ambiente.

En cuanto a los canales de distribución, en la parte de Colombia, se tienen canales directos. O sea, se hacen visitas a clientes, el contacto es directo con el cliente para el producto como repuestos como máquinas. Para asistencia técnica los ingenieros viajan a las extractoras. Cuando ya requieren que el señor Acuña vaya y dé su visión y compromiso. Pero el canal es directo, ahora que se ha licenciado la tecnología para Malasia, India, Indonesia, África y Brasil con la empresa Inbio de Portugal con sede en Hong Kong.

“Ahora la compañía está vendiendo esta tecnología que favorece al medio ambiente. Lo que antes era una competencia ahora se ha convertido en una alianza, pero a través de artefactos tecnológicos”.

El recurso más importante es el recurso humano: los ingenieros, los operarios, los técnicos, el personal de manejo. Esto es fundamental. Luego viene el recurso

tecnológico: toda la capacidad de máquinas de alta y última tecnología. Las máquinas que son componente para hacer más máquinas; luego viene la ingeniería: vital e importante para saber cómo se hacen las cosas; luego viene la innovación, para saber cómo hacer cosas diferentes e innovadoras.

OTRAS IDEAS DE EMPRENDIMIENTO

Además, el señor Acuña ha tenido otras ideas de emprendimiento diferentes a la actual. Por ejemplo, cuando estaba ya con esta empresa montó, con unos amigos, un taller, una recicladora de plástico. Hicieron las máquinas, los molinos las lavadoras y todo eso y uno de los socios era el vendedor.

En ese entonces recogían plástico como chatarrería y hacían la clasificación para las mangueras, para volver a hacer juguetes, plásticos de alta y baja densidad de colores. La actividad resultó ser bien hecha, al punto que Ecopetrol los contrató para destruir un arrume de cosas plásticas. Así que trasladaron los equipos para la refinería y allí hicieron el trabajo que tenían amontonado. Luego, de vuelta en Bucaramanga siguieron, pero el encargado de ventas empezó a faltar, se iba a vender a Bogotá y se desaparecía y cuando regresaba decía que no le habían pagado lo que había vendido.

Después, cuando el señor Acuña empezó a estudiar bellas artes abrió una casa de la cultura en cañaveral, y allí se hacían exposiciones y obras de teatro. La casa de la cultura fue una idea que se tuvo con varios estudiantes de Bellas artes y al cabo de un tiempo la idea declinó y optó por cerrar.

“Ya se ha licenciado la tecnología con empresas de Portugal, Malasia, Indonesia, África, India, Brasil y Ecuador y ahora está haciendo un licenciamiento con ABM para Colombia”.

El señor Acuña es el dueño y sus hijos son sus socios; ellos son dueños del 30% de las dos compañías. También hay una junta directiva y toman visiones, discuten ideas a pesar a pesar de eso, y de que son jóvenes, ellos tienen visiones distintas: el hijo mayor es electromecánico y estudió administración, otra es administradora de empresas, el otro es ingeniero mecánico y la otra es química pura, quien maneja las cuestiones de idiomas —como el inglés— y maneja comercio internacional.



Explica el señor Ángel que trabajar de manera asociada trae ventajas en la medida que las personas exploten las fortalezas del otro en donde alguien tiene debilidades, que se tenga una política de austeridad y de reinversión de utilidades, dice que: “si usted no se acostumbra a vivir con un salario que se coloque y se vive comiendo las utilidades no sale de ningún lado”.

CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA

La propuesta de la empresa del señor Acuña tiene un gran valor porque está fundamentada en la innovación tecnológica, porque esto está patentado. Se encarga de ofrecer esto productos para mejorar el rendimiento, disminuye los problemas y aumenta rendimiento de las inversiones. Todo va con los nuevos desarrollos tecnológicos. Así pues, la fortaleza radica en tener productos patentados que funcionen.

El señor Ángel sugiere que nunca hay que trabajar solo, es necesario armar equipos de trabajo. También invita a que: “Tenga un producto o busque algo que usted sea el fabricante y que ese producto sea el mejor, aprenda qué es la resiliencia, entonces qué es un resorte, un resorte es un ejemplo de resiliencia, aguanta y

vuelve a su estado original, aguanta el golpe y vuelve. Saber que si algo le salió mal es porque le falta, saber que se puede caer y levantar”. Consejos elementales que da a los nuevos empresarios que buscan el éxito.

El señor Ángel invita al aprendizaje del agradecimiento. Es el saber ser agradecido, la persona que tiene y maneja el agradecimiento es alguien que todo se le facilita. Recomienda que la auto-evaluación es fundamental, viene del proceso de planificar, luego el proceso de hacer, luego el proceso de evaluar PHVA. Orden y disciplina no pueden faltar; una estrategia, una táctica y una coherencia en todo lo que se hace, son las claves esenciales para entender el inmenso progreso y la gran evolución de la empresa del señor Ángel, quien logró fusionar la consciencia de la vida y la experiencia de los conocimientos en un proyecto que busca —aparte del éxito— un legado que llegue a todo el mundo.

4.1.1 Síntesis del caso

Contacto: Ángel Custodio Acuña.

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresado programa Tecnología Empresarial.

Descripción de la organización: Industrias Acuña LTDA- INAL es una organización metalmecánica colombiana con más de treinta años de vida institucional, enfocada en la generación de soluciones integrales e innovadoras para la industria en general.

Motivación	<ul style="list-style-type: none"> - Pocas oportunidades como empleado. - Reconocimiento de habilidades personales y laborales que cubrían necesidades del mercado.
Estrategias para iniciar con la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Conformación de una sociedad debido a las necesidades de financiación inicial. - Iniciativa para ofrecer servicios sencillos para iniciar.

<p>Estrategias para sostenibilidad de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje permanente. - Reinención de la organización. - Desarrollo de nuevas tecnologías e innovación. - Canales directo de distribución y contacto con el cliente. - Contar con recurso humano calificado para la resolución de las necesidades de los clientes. - Mantenimiento de relaciones de largo plazo con los clientes, proveedores y entidades bancarias, basadas en la confianza y el respeto. - Consolidación de una sociedad que permitió el financiamiento de la organización.
<p>Estrategias de proyección de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Exportación a otros continentes. - Desarrollo de nuevas tecnologías para aprovechamiento de los recursos naturales. - Alianzas estratégicas con organizaciones de igual o superior tamaño.
<p>Vínculo con la Universidad Industrial de Santander</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sus estudios universitarios se realizaron luego de conformar la empresa, en respuesta a una necesidad de formación para aplicación en la organización. - La decisión de estudiar también se ampara en la aprobación de una norma nacional (creación de programas de pregrado a distancia).
<p>Principales retos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicar personal especializado calificado para trabajar en la compañía. - Asegurar la calidad de los productos para lograr ser proveedores de grandes organizaciones, como Ecopetrol. - Responder al impacto de los cambios normativos nacionales (apertura económica). - Constituir un clúster con organizaciones similares para potenciar las estrategias empresariales.

4.2 CASO 2. SANDRA LILIANA ESTÉVEZ GARCÍA

SANDRA LILIANA ESTEVEZ GARCÍA



SANDRA LILIANA ESTEVEZ GARCÍA

Emprendedora vinculada a la empresa COMERTEX desde el año 1996, comercializadora de productos textiles, con presencia nacional e internacional.

Egresada: Tecnología Empresarial

Universidad Industrial de Santander

Año: 2008

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Comertex S.A.S es una de las empresas líderes en la comercialización de productos textiles en Colombia. En el marco de la estructura y procesos organizacionales, la empresa se ha consolidado en el mercado gracias a unos estándares de vanguardia para el cumplimiento de las demandas internacionales en la alta calidad, control y seguridad. Esto ha conllevado a garantizar, desde sus inicios, un excelente servicio a sus clientes. La premisa básica de Comertex es *crecer con servicio cálido, ágil y confiable*.

Comertex inicia sus operaciones en 1974 como una empresa familiar comercializadora de textiles. Producto de una misión clara del entorno cambiante, ha logrado consolidarse como una de las empresas de mayor solidez en el país.



La inversión en el desarrollo del talento humano, la actualización de los recursos tecnológicos y el mejoramiento continuo de los procesos han impulsado la dinámica de cambio constante de la organización. Comertex es una empresa que una estratégicamente la experiencia con su misión de crecimiento continuo ante la oportunidad de incursionar en un mercado mundial cada día más competitivo.

Comertex S.A.S. tiene presencia en varias zonas del país, a través de representantes de ventas en diferentes zonas y puntos de venta propios, ubicados en Bucaramanga, Medellín, Bogotá, Cúcuta y Pereira. En este momento, se cuenta con nueve tiendas en Colombia e igualmente tiene activa sus operaciones en

Ecuador y en Venezuela. En Venezuela se cuenta con puntos de venta hace varios años.

La compañía tiene una fórmula de valores que enfatiza cuatro pilares: H2C2, que significan H2 *honestidad* y *humildad* y la C2 significa *confianza* y *compromiso*. Esa confianza se representa en su lema “Comertex, gente confiable”; entonces siempre se ha tenido ese respaldo de confianza, pero es porque lo da, lo pone. Lo mismo el compromiso en equipo de trabajo.

EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO

Sandra Liliana Estévez García se vinculó en el año 1996 para trabajar en Comertex. Ella es oriunda del Valle de San José, Santander, y el bachillerato lo realizó en el Colegio Agropecuario de ese municipio. Ingresó a la compañía como vendedora de mostrador y alternó el trabajo con el estudio en la Universidad Industrial de Santander (UIS).

No obstante, inició con el programa de Tecnología Agropecuaria en el IPRED para luego retomar con Tecnología Empresarial. Inició labores en la compañía como vendedora de mostrador. Después pasó a ser cajera de punto de venta y, posteriormente, quedó con el cargo de administradora de punto de venta. Para el año 2007 pasó a ser analista de todo el grupo de las tiendas de Comertex, lo que significó estar a cargo de toda la logística para el funcionamiento correcto de todas las sucursales.

En el año 2015 llegó a la división administrativa de la empresa. Desde ese puesto, se desempeñó como analista de producto de tienda y los resultados de su gestión condujeron a maximizar la productividad y utilidad de cada tienda. Tras este éxito, los inversionistas de la compañía —en el año 2016— nombraron a Sandra Estévez como analista senior de producto, el cual es su cargo actual.

De esta manera, se evidencia que como egresada del IPRED reúne las características laborales de una persona emprendedora. A través de todo este tiempo, ha logrado hacer una carrera, ascender, y consolidar contactos en el sector textil y por supuesto, ha aprendido con detalle el quehacer de la compañía. Ejemplo de su arduo trabajo como analista senior de compras, tiene la responsabilidad de coordinar el abastecimiento de todo todos los productos en todas las tiendas de Comertex, los cuales deben ser productos que se ajusten a las demandas actuales en la venta de los mismos.

FORTALEZAS Y RETOS

Comertex cuenta con una cadena de suministro donde se tiene contacto con todas las áreas de la compañía. En el área de cadena, se cuenta con el apoyo de 10 personas. Así, se tiene relación con el área comercial. Los gerentes y los subgerentes son quienes dan proyecciones de ventas y requerimientos de productos. Cada punto de venta cuenta con 5 vendedores o representantes de ventas; en el área de los puntos de venta se tiene acercamiento con los administradores de cada punto



y la gerencia de las ventas que son 12 personas. Además, el área de contabilidad y tesorería se interrelacionan con las demás áreas para trabajar a favor del funcionamiento de la compañía.

La señora Estévez debe viajar con frecuencia para realizar la revisión de los productos y finiquitar las negociaciones. Participa en la evaluación de proveedores existentes y en la selección de nuevos proveedores. De igual forma, maneja todos los convenios corporativos de la compañía con aerolíneas, hoteles y todo lo que se relaciona con el área administrativa. Esta organización compleja permite que los

funcionarios administrativos de la compañía puedan viajar para ayudar a mantener dichos convenidos activos, es decir, renovarlos periódicamente.

La emprendedora se destaca por enfrentar retos que signifiquen un cambio positivo en la carrera que ha logrado construir, ve el *cambio* como una variante productiva que le permite estar en disposición con sus labores. Por ejemplo, actualmente adelanta estudios para el aprendizaje del idioma inglés, lo que acarrea una gran disciplina para lograr los objetivos personales y de la compañía. Al respecto, la compañía le patrocina a los todos los funcionarios —en los niveles altos, medios y bajos— el estudio de dicho idioma.



La proyección de Sandra Estévez en el término de cinco años es continuar en la misma compañía o en una empresa afín, con un cargo de nivel profesional, lo cual sería una gran oportunidad para reflejar tantos años de experiencia y para mejorar sus ingresos económicos. En diez años, la emprendedora visualiza tener una empresa familiar; el estudio constante siempre ha sido un punto relevante de referencia para su crecimiento.

En consecuencia, es muy probable alcanzar todas estas metas a corto y a largo plazo. Una de sus mayores fortalezas ha sido la *responsabilidad*, ejercer cada una de las tareas con gran importancia, entregar lo mejor en cada una de estas e ir más allá de lo requerido por la compañía, lo que se traduce en un alto sentido de *pertenencia* institucional.

ESTRATEGIAS E INNOVACIÓN

Comertex siempre ha estado muy atento a los requerimientos del entorno. No es fácil cuando una compañía logra prevalecer en el tiempo pese a innumerables demandas comerciales y competencias de talla nacional e internacional. Sin embargo, uno de los indicadores por los cuales la compañía tenido tanto crecimiento es por la innovación en las estrategias para comercializar sus productos en el mercado.

Desde la gerencia en adelante, se tiene por norte tres pilares importantes que marcan la diferencia con respecto de otras compañías afines. Se conocen como las tres P: *personas, procesos y productos*. Por ejemplo, en el pilar de las *personas* la compañía trabaja constantemente por hacer que sean las personas indicadas, es decir,

“La emprendedora se destaca por enfrentar retos que signifiquen un cambio positivo en la carrera que ha logrado construir, ve el cambio como una variante productiva que le permite estar en disposición con sus labores”.

con el perfil adecuado en el funcionamiento integral de la compañía. Se hacen campañas constantes con asesores externos para que el personal que hoy se encuentra laborando sea merecedor de su cargo. Por supuesto, esta estrategia eleva los resultados de producción y rendimiento en todos los procesos y en la calidad de los productos.

La organización se está enfocando en productos o portafolios; la compañía viaja dos veces al año a ferias de China, India y trae todo el muestrario. De regreso a Colombia, hace una preselección del producto y en vista de esa preselección se procede a una selección completa del producto.

Adicionalmente, en cada tienda se tiene una estrategia clara que consiste en brindarle al consumidor una solución integral a sus necesidades. Esto ha conllevado

a que la compañía haya abierto dos tiendas más, con toda la estructura montada y moderna, una en Bogotá y una en Bucaramanga. En cada tienda se ofrecen servicios puntuales para esos pequeños y grandes confeccionistas (consumidores), como por ejemplo el crédito, la formación y la capacitación. Dentro de un mismo punto de venta hay una sala donde se dictan cursos de diferentes índoles, no solamente de telas, sino cómo ese pequeño o informal confeccionista.

“Una de sus mayores fortalezas ha sido la responsabilidad, ejercer cada una de las tareas con gran importancia, entregar lo mejor en cada una de estas e ir más allá de lo requerido por la compañía”.

También se hizo una alianza con una cacharrería y dentro de la misma tienda se tienen los insumos para mayor comodidad del cliente: artículos como cierres, botones, hilos; además se tiene todo un blog de información. La compañía paga unos accesos a ciertos portales de internet donde se cuenta toda la información de moda actual y mundial. Dentro de las tiendas se tienen televisores grandes donde se comunican todos esos aspectos de moda.

FORTALEZAS Y NUEVAS ESTRATEGIAS

La compañía también participa en las ferias internacionales que se hacen en Medellín, como *Colombiatex* y *Colombiamoda*. Estas estrategias se replican en aquellos que no tienen la oportunidad de participar en dichas ferias, por motivos de precio: la entrada es altamente costosa. En palabras de la señora Estévez: “entonces, en nuestras tiendas comunicamos lo vivido en las ferias, se hacen exhibiciones y la gente no sólo va a comprar un metro de tela, sino va y vive una experiencia diferente dentro de la tienda”. Así la compañía trabaja con los procesos especializados con tal que los consumidores se sientan excelentemente asesorados en sus compras.

Un reto importante consiste en contar con unos recursos financieros significativos, ya que gran parte de los productos que comercializa la compañía son importados. Para eso se debe tener un músculo financiero grande, ya que una vez la mercancía llega a Colombia es porque está paga en su totalidad. Además —recalca la emprendedora Estévez— *es importantísimo mantener en orden los procesos contables y de tesorería en la compañía porque Comertex ofrece créditos a los clientes.*

La relación con los clientes se puede definir con dos palabras: *respaldo y confianza*. De igual manera la empresa brinda relaciones a largo plazo dado que los productos son los mejores del mercado en cada una de las categorías. Siempre se busca no hacer una venta, sino hacer *relación a largo plazo*, es decir, que se pueda hacer muchos más negocios y siempre estar pendiente de que los clientes queden bien atendidos. La compañía ya ha tenido la oportunidad de atestiguar el crecimiento de muchos de sus clientes, por lo que hay un sentido constante de gratitud hacia Comertex.

“Uno de los indicadores por los cuales la compañía tenido tanto crecimiento es por la innovación en las estrategias para comercializar sus productos en el mercado”.

Los socios claves son los proveedores. Es la misma estrategia: consiste en construir una relación a largo plazo; entonces, a través de ellos se contactan, por ejemplo, proveedores del exterior, con quienes se inicia y se cultiva una alianza importante. Desde el etiquetado, el empaçado, la cantidad de metros por rollo hasta procesos de producción más rigurosos se está poniendo al servicio de todos los proveedores para que ellos, a su vez, apoyen en las diferentes operaciones nacionales e internacionales, explica Sandra Estévez.

También la financiera y la empresa de logística que es la que brinda todo el apoyo que en éstos momentos funciona en Funza, “nosotros acá no tenemos mercancía,

hay una central de acopio que está toda en Funza y dentro de esa empresa logística está toda la nacionalización de la mercancía y la puesta ya disponible en el centro de distribución” menciona la emprendedora Estévez. Sin duda, se requiere orden desde en todos los aspectos con tal de manejar tal empresa. También mencionan que la Cámara de Comercio, el Sena y Fenalco son socios indispensables.

Así la compra, la comercialización de los productos, el pago de los recursos humanos, técnicos y tecnológicos y todo el pago de los servicios a las empresas que brindan asesoramiento a Comertex —como el caso de la empresa logística— tiene que ver con la estructura de costos. Sandra Estévez, además de todo el apoyo de la empresa, cuenta con su perseverancia y compromiso como fortaleza.

4.2.1 Síntesis del caso

Contacto: Sandra Liliana Estévez García.

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresado programa Tecnología Empresarial.

Descripción de la organización: Comertex S.A.S es una de las empresas líderes en la comercialización de productos textiles en Colombia. En el marco de la estructura y procesos organizacionales, la empresa se ha consolidado en el mercado gracias a unos estándares de vanguardia para el cumplimiento de las demandas internacionales en la alta calidad, control y seguridad. Esto ha conllevado a garantizar, desde sus inicios, un excelente servicio a sus clientes. La premisa básica de Comertex es crecer con servicio cálido, ágil y confiable.

Motivación	- La emprendedora ha hecho carrera dentro de la organización debido a sus valores y expectativas de crecimiento laboral.
-------------------	--

Estrategias de vinculación y mantenimiento dentro de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - La emprendedora inició con la organización como vendedora de mostrador. - Ha realizado carrera, que le ha permitido ascender hasta llegar a ser analista <i>senior</i> de producto, gracias a su desempeño, que ha arrojado resultados destacados para la organización.
Estrategias de proyección dentro de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Enfrentar cambios como retos de la organización. - Proponer soluciones o alternativas a los retos que presenta la organización.
Estrategias para sostenibilidad de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Altos estándares de calidad. - Servicio al cliente. - Inversión en el desarrollo del talento humano, actualización de los recursos tecnológicos y mejoramiento continuo de los procesos. - Representantes de ventas en todo el país (esto garantiza relación directa con el cliente). - Sólida cultura organizacional. - Innovación en las estrategias para comercializar sus productos en el mercado. - Valor agregado en cada punto de venta (asesoría y capacitación). - Participación en ferias y eventos del área en Colombia.
Vínculo con la Universidad Industrial de Santander	<ul style="list-style-type: none"> - Egresada del programa Tecnología Empresarial.
Principales retos	<ul style="list-style-type: none"> - Responder a la competencia nacional e internacional. - Reconocer y anticipar las necesidades de los clientes. - Contar con unos recursos financieros significativos, ya que gran parte de los productos que comercializa la compañía son importados.

4.3 CASO 3. CEPRODE

CEPRODE



TRINA GUALDRÓN PINTO

Ceprode es una empresa ubicada en la ciudad de Bucaramanga, comprometida en ofrecer servicios de consultoría y acompañamiento profesional en la solución a problemas de investigación o necesidades de estudiantes, personas naturales, micro, pequeños y medianos empresarios.

Egresada: Gestión Empresarial

Universidad Industrial de Santander

Año: 2002

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

Trina Gualdrón Pinto es egresada profesional de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander, en donde surge en ella una idea de emprendimiento, debido a que se dio una *visualización e identificación* de problemas al momento de desarrollar cualquier trabajo de grado por las dificultades de redactar y argumentar.

Trina observó que la preparación argumentativa en las aulas era incompleta, porque —por ejemplo— relataba que en la materia de Metodología de la investigación daban definiciones taxativas de los conceptos que se ajustaban a las tareas cotidianas de la clase, pero al momento de la aplicación en proyectos más grandes, como el proyecto de grado, se daba una dificultad para plasmarlo, sumado a esto, la carga académica de los directores de proyectos era superior lo que imposibilitaba la eficiente revisión y corrección de los proyectos de grado.

Fue a partir de esta situación donde Trina Gualdrón expresó que su idea de proyecto de grado tenía que ayudarla a catapultar su idea de negocio, lo que generaría empleo y apoyo a otros profesionales que, como ella, tienen la facilidad de hacer cosas difíciles en realidad.

EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO

El deseo ferviente de ser su propia jefa, de no cumplir un horario a un superior y de tener sus propios ingresos, condujo a Trina directo hacia la Cámara de Comercio, donde plasmó la inquietud acerca de *cómo montar mi propio negocio*, argumentando todas sus aptitudes profesionales.

“Trina Gualdrón expresó que su idea de proyecto de grado tenía que ayudarla a catapultar su idea de negocio, lo que generaría empleo y apoyo a otros profesionales que, como ella, tienen la facilidad de hacer cosas difíciles en realidad”.

Posterior a ello, Trina participó en el proyecto de Mujeres ECO donde calificó y clasificó por pares el desarrollo de su proyecto, así se da el ingreso de Trina en la IV cohorte, donde de alrededor de 200 mujeres quedaron seleccionadas cuarenta; todas con estudios de pregrado y posgrado. Aquellas que logran diferenciar la situación entre *¿qué quiero hacer?*, y *¿cómo lo puedo hacer realidad?*

Fue, a partir de ese momento decisivo, donde se empezó a gestar el plan de negocios, realizando el diseño con ayuda de expertos en el área y, al plazo de seis meses, se hizo entrega del proyecto. Justo ahí exclama Trina con tono de victoria: “quedó listo el negocio”.

Pero la situación no terminaba ahí, surgieron muchas incógnitas, la primera y la más relevante era *¿dónde montar el negocio?* Por fortuna, este tipo de empresa no necesitó mayor inversión en inventarios; así lo expresó Trina: “no era necesario que se diera la transformación de materia prima, ni dinero en materiales; con un computador, un escritorio y una silla era suficiente”. Y sumando los conocimientos y aptitudes de Trina, fue dando inicio al desarrollo del negocio.

Fue en ese momento, que Trina empezó a llamar a sus compañeros y a plantearles la ayuda de *capacitación y monitoreo* sobre el proyecto de grado, brindándoles, así, un acompañamiento profesional y un óptimo desarrollo. De tal suerte que surgió su primer proyecto de investigación realizado a un odontólogo, donde Trina —a pesar de no tener amplios conocimientos sobre odontología— logró catapultarlo y ayudarlo; Trina comenta que es “el deseo por aprender y de proponer sus retos personales, asumiéndolos con muchas ganas y disciplina” la clave para superar cualquier dificultad.

EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA

“El deseo por aprender y de proponer sus retos personales, asumiéndolos con muchas ganas y disciplina”

Después de ese primer proyecto realizado, paulatinamente, comenzaron a llegar más proyectos para su acompañamiento y asesoramiento; y de esta manera, el negocio que ella planificó desde sus ideas, las materializó con sus esfuerzos, las desarrolló con sus habilidades, es el mismo que surgió de una magnífica manera.

Es interesante como la empresa de Trina logró especializarse en las ciencias de la salud, que, como se mencionó, no era el área de estudio de Trina, fue sencillamente la convicción y la disciplina los motores para lograr dicha meta.

Una anécdota gratificante, comenta Trina, es cuando ella se reunió con una profesora que le dio clases —quien estaba haciendo una especialización en una Universidad en el extranjero—, y al ver eso, Trina decidió brindarle su apoyo como profesional para su antigua profesora, con tal de que ella pudiera culminar satisfactoriamente sus estudios en posgrado.

Al final, la antigua profesora de Trina obtuvo su título y le expresó a ella la frase que quizá muchos alumnos quisieran escuchar “El alumno ha superado al maestro”.

Entonces Trina al ver que su profesora, quien era experta en metodología de la investigación, aceptó sus cualidades como profesional, la ayudó a dar un sí definitivo y continuar con su idea de emprendimiento, logrando una consolidación mucho más fuerte y duradera en el mercado.

RETOS DE LA EMPRESA

“Toda empresa tiene sus dificultades al iniciar” —dice Trina— pero gracias a sus ganas de salir adelante y su emprendimiento por desarrollar y culminar exitosamente la empresa, tal inicio no fue un obstáculo complejo de vencer; con su compromiso y su resiliencia logró emprender y esquivar sabiamente esos pequeños baches en el camino.

La idea de emprendimiento de Trina ha tenido un plan de tiempo y pese a su falta de experiencia, ella ha tenido que redireccionar sus metas y objetivos. Su meta era que en el 2015 debía ya estar en una posición de reconocimiento, pero como se mencionó, ella tuvo que replantear sus objetivos en la línea del tiempo; dicha decisión fue trascendental porque uno a uno sus objetivos se fueron cumpliendo.

En proyección hacia el futuro, su meta para el 2030 resulta *ambiciosa* y *no imposible*. Nos comenta Trina que su meta es ser la empresa asesora en proyectos de investigación más importante, no solo de Colombia, sino de América Latina.

FORTALEZAS Y NUEVAS ESTRATEGIAS

Su fortaleza como líder de emprendimiento es, indudablemente, la parte cognitiva, el *conocimiento* que tuvo ella al momento de desarrollar su idea, el *saber* que podía lograrlo y que tenía el visto bueno de una profesional en investigación. Trina expresa que sin dicho *conocimiento*, no habría sido posible el posicionamiento de su empresa y su éxito que, hasta el día de hoy, ha tenido. Una nueva estrategia es la creación de protocolos de múltiples servicios para estar en vanguardia con los campos competentes a su industria.

En un momento Trina estaba asesorando proyectos de investigación de posgrado y doctorados; es tal el nivel de confianza y deseos de mejora que ella posee, que

sintió que los servicios de su empresa han tenido que irse encasillando en una norma a través del camino.

La idea no sugiere que los estudiantes piensen que por su confianza les realice el trabajo, sino, que Ceprode les brinde el acompañamiento a la investigación para fortalecer entregar un mejor proyecto.

Al momento de recibir un conocimiento en el campo profesional, llegaron a Trina muchas personas que querían ser aliados estratégicos en la empresa, desde escritores, conferencistas, estrategias de mercadeo; dichas personas estuvieron en la parte externa y vieron el crecimiento de la empresa, posicionada en un alto nivel de experticia.

En la actualidad Trina siempre ha considerado que sus socios estratégicos son las personas que trabajan con ella y van de la mano con la empresa. Por la *razón de ser* de la organización, es indispensable el trabajo con los socios estratégicos, por ejemplo: el Ingeniero Daniel —nos expresa Trina— es quien apoya en la parte de gerencia comercial; el cliente, comenta la señora Gualdrón, no va a llegar de manera espontánea.

El diseño de estrategias de divulgación de la empresa es indispensable para que se mantenga en la línea de éxito, pero que indudablemente no es un trabajo individual, es por esta razón que ha logrado configurar un equipo de trabajo estratégico que hace más fácil el desarrollo y el movimiento de la empresa en cada paso dado en todos los sectores por los que ella quiere emprender e investigar.

“Su meta es ser la empresa asesora en proyectos de investigación más importante, no solo de Colombia, sino de América Latina”

Sin embargo hay momentos en que puede haber conflictos, comenta Trina, y es cuando un socio cree que las ganancias están por las nubes, pero lo importante, es que a la par del crecimiento de ella como profesional, también está el crecimiento de los socios, es un aula de aprendizaje colectivo del cual —tanto ella como sus socios— han venido sacándole riqueza de experiencia de una manera. Es ahí donde ella les expresa a los socios la situación y el plan de desarrollo de cada proyecto.

CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA

Indudablemente la configuración de socios estratégicos es necesaria, ya que en soledad es imposible realizar todos los planes de acción; en un primer momento a menor escala es posible, pero cuando el proyecto crece de una manera exponencial, las capacidades deben irse expandiendo también; de esta forma Trina logró aprovechar su capacidad de investigación y logró también dar una sociedad estratégica con personas que tiene experiencias y conocimientos mucho mayores, junto con jóvenes recién egresados con grandes aspiraciones, con “ganas de comerse el mundo”, pero que carecen de *experiencia*. Es esta fusión lo que genera ese *clic* al momento de hacer el cambio y el darse un desarrollo multidisciplinario e innovador.

Al momento de recibir un conocimiento en el campo profesional, llegaron a Trina muchas personas que querían ser aliados estratégicos en la empresa, desde escritores, conferencistas, estrategas de mercadeo.

Lo que hace diferente el servicio que ofrece Trina es la entrega de servicios de altos estándares, empezando con el personal que cuenta con la especificación del perfil profesional con aptitudes y capacidades de respuestas a las diferentes necesidades de los clientes; además de los canales de distribución de los servicios, del voz a voz, que es una ayuda de promoción a la empresa. Otro mecanismo de distribución son las visitas que semana a semana ellos programan, mediante procesos de mercadeo y expansión.

El dinero en la empresa de Trina proviene de la asesoría de los proyectos de investigación en pregrado y posgrado. La asesoría en revisión normativa al momento de hacer el proyecto de investigación y todos los procesos de investigación que ha desarrollado la empresa tienen el propósito de expandir su catálogo de servicios que actualmente el mercado ofrece.

Las actividades claves de la empresa de la señora Gualdrón son las de programación de los tiempos en los cuales se va a desarrollar cada proyecto de investigación, esto entendido que así los profesionales que acompañan cada uno, con base en el cronograma, dan un aprovechamiento de tiempo tanto para los estudiantes como para los profesionales que en la empresa trabajan, añadiendo también las TIC.

Finalmente, Trina nos comenta algunos consejos, como lo es el emprendimiento y el valor de la perseverancia, no sin antes contar con la confianza en su propio desarrollo.

4.3.1 Síntesis del caso

Contacto: Trina Gualdrón Pinto.

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresada programa Gestión Empresarial.

Descripción de la organización: Ceprode es una empresa ubicada en la ciudad de Bucaramanga, comprometida en ofrecer servicios de consultoría y acompañamiento profesional en la solución a problemas de investigación o necesidades de estudiantes, personas naturales, micro, pequeños y medianos empresarios.

Motivación	<ul style="list-style-type: none"> - Visualización e identificación de problemas al momento de desarrollar cualquier trabajo de grado por las dificultades de redactar y argumentar. - El deseo ferviente de ser su propia jefa, de no cumplir un horario a un superior y de tener sus propios ingresos.
Estrategias para iniciar con la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Obtención de apoyo de financiación a través del programa Mujeres ECO. - Obtención de primeros clientes a través de amigos cercanos y red de contactos.
Estrategias para sostenibilidad de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecimiento de un servicio de asesoría de alta calidad cognitiva. - Asesoría permanente y consecuente en la realización de proyectos de investigación. - Asegurar que se cuenta con el apoyo del talento humano adecuado.
Estrategias de proyección de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidación de redes de apoyo y socios estratégicos para asegurar el crecimiento de la empresa.
Vínculo con la Universidad Industrial de Santander	<ul style="list-style-type: none"> - Egresada programa Gestión Empresarial.
Principales retos	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la capacidad de talento humano para realizar asesorías de investigación de alta calidad, para llegar a públicos más diversos, a nivel nacional e internacional.

4.4 CASO 4. CEINAUTOS

CEINAUTOS



MARIA DE LOS ANGELES LÓPEZ

María de los Ángeles López es creadora de la empresa CEINAUTOS que, junto con su esposo, son pioneros en la creación de un establecimiento educativo de mecánica con proyección internacional, de reflexión y aprendizaje integral.

Egresada: Tecnología empresarial

Universidad Industrial de Santander

Año: 2008

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

María de los Ángeles López se graduó en el año 2012 del IPRED, y desde ahí tuvo una idea clara de emprendimiento: junto con su esposo, quien es mecánico automotriz con experiencia y capacitado, y ella que es licenciada, decidieron crear un establecimiento educativo de mecánica.

La idea de empresa nació cuando los esposos pusieron sus conocimientos a merced de una idea: invertirle a la educación y a la mecánica, las dos pasiones de los emprendedores detrás de CEINAUTOS. María de los Ángeles López surgió gracias a la relación que sostiene la empresa: un matrimonio de 35 años. Ricardo, el esposo, desde niño fortaleció sus habilidades con su actividad y gusto por los automotores; con capacitaciones, mucho estudio y mucha experiencia logró convertirse en un mecánico automotriz respetado desde siempre.

“El sector económico de CEINAUTOS está vinculado con servicios y relativo a la educación, la parte de educación para el trabajo y el desarrollo humano”.

Académicamente María de los Ángeles López es licenciada en educación. Ha buscado fortalecer el pregrado terminando una maestría, la cual está en etapa para la sustentación de la tesis. Con el proyecto, ella planea hacer el doctorado.

El esposo, que es la parte técnica, la más delicada y la más álgida, está en la capacitación constante. Él ha tenido que estudiar muchísimo más en competencias laborales. Los instructores que tienen también. Él ha ido a capacitarse a Argentina, también con el Sena en cuestiones de normas, en el proceso pedagógico.

EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO

Los principales inconvenientes para crear la empresa fue el hecho de que la situación de documentación pide la alcaldía y la secretaría de educación, no tanto el proyecto pues porque las herramientas y los laboratorios se tenían, explica Ricardo y María.



La dificultad fue enfrentarse a un proceso de papeleo y de influencias que no se tenían; los permisos, las licencias en planeación, la norma. Después, en secretaria de educación el proceso fue más ágil, cuando se tenían los permisos, adaptada la casa, los planos, las herramientas los equipos, todos los laboratorios implementados con sus herramientas.

EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA

En cinco años la institución educativa está proyectada y posicionada en el municipio de Girón, porque allí está la licencia. A veinte años se proyecta ya como una carrera profesional. Pero para esto se requiere el fortalecimiento del centro educativo; por tal motivo, la parte fuerte de esta empresa la experiencia técnica. La formación ha tenido un origen humilde y se ha basado en la progresión del oficio.

Un arte que elevó muchísimo el taller de vida. Ricardo, como un eje fundamental en las capacitaciones, es una figura memorable, un referente de experiencia —él tiene 52 años de los cuales 45 años han estado nutridos con la mecánica automotriz—. Se ha formado con estas experiencias de lo que ha aprendido para aplicarlo en muchas cosas y las fortalezas.

“CEINAUTOS puede validar las competencias de personas, de trabajadores que no tienen su título, los certificados que se generan como institución educativa”.

RETOS DE LA EMPRESA

Las debilidades básicamente tienen que ver con la sistematización: hace falta el fortalecimiento de la parte de sistematización en lo que tiene que ver con software y pueda facilitar más el trabajo. Otro aspecto es la parte de infraestructura, es necesario tener mejores instalaciones, una planta física que vaya acorde con los prospectos que se avecinan para CEINAUTOS.

Los términos financieros de la infraestructura es resulta necesario, de ahí se deriva la complicación por la falta de intervención en tanto planta física, por los costos que acarrea tal transformación del

CENTRO DE ENTRENAMIENTO e Investigación Automotriz | **MATRÍCULAS ABIERTAS**

Capacítense en Mecánica Automotriz, Motocicletas y Diesel con grandes oportunidades laborales.

Informese llamando al:
6890992 - 6705212 - 315 384 3780
Carrera 10 No. 21-55 - B. Girardot - Bucaramanga
Calle 38 No. 23-98 - Poblado - Girón

Formamos los mejores en mecánica automotriz del país, esta es su oportunidad de convertirte en uno de ellos.

Centro de Alistamiento Automotriz

espacio; claramente la parte de una institución de educación es muy complicado. Esto hace pensar conocer cuán difícil es esto. Hace cuatro años, esta pareja empezó a hacer posible sus sueños, y son conscientes de que las mejores planificaciones y estrategias para cumplir las metas toman cierto tiempo de preparación. Y gracias a la perseverancia, lo hicieron porque fue un gran incentivo el que María de los Ángeles ganara el proyecto en la UIS.

El sector económico está vinculado con servicios y relativo a la educación, la parte de educación para el trabajo y el desarrollo humano. Es decir, preparar personas, recurso humano para las empresas competente en su hacer, en su oficio, en su desempeño. Y así se empieza la modificación constante de CEINAUTOS, desde el

exterior, como la infraestructura, así como las capacitaciones y las mejoras del personal, de los docentes y de los administrativos: todo esto para que el cliente, el estudiante y cualquiera pueda recibir siempre la mejor experiencia.

FORTALEZAS Y NUEVAS ESTRATEGIAS

María de los Ángeles López no recomienda el apoyo de socios. Ella explica que se necesita que la persona crea en sí misma y sea consciente de lo que tiene y pueda proyectarse. Ricardo, por el contrario, sí lo recomienda. Sin embargo, CEINAUTOS opta por mantenerse unido entre sus miembros internos, y no se niega a crear alianzas con otras instituciones con tal de mejorar sus propios servicios y la experiencia del estudiante que atraviesa la riqueza del aprendizaje. Por ejemplo, CEINAUTOS tiene un convenio con Renault de Argentina, donde algunos de sus egresados han ido allá a realizar las pasantías y prácticas CEINAUTOS cuenta con un plus excelente: la fortaleza de los laboratorios, la maquinaria, los equipos que posee. La institución tiene autos y motos con los que los estudiantes pueden practicar con tecnología de punta. Ellos pueden maniobrar y hacer sus pasantías y sus prácticas tranquilamente gracias a estos recursos.

“CEINAUTOS cuenta con un plus excelente: la fortaleza de los laboratorios, la maquinaria, los equipos que posee. La institución tiene autos y motos con los que los estudiantes pueden practicar con tecnología de punta”.

CEINAUTOS maneja una estrategia de mercadeo ya implementada, el voz a voz ha funcionado también y se utilizan todos los medios: tv, radio, volantes, internet; ya se ha implementado la página de la institución, Facebook y mercadeo. Hay una estrategia de publicidad que va a las instituciones educativas, CEINAUTOS mantiene las puertas abiertas por parte del aval de la secretaría de educación, y tienen mucha confianza y credibilidad para que los rectores abran sus puertas y así

se pueda ofertar la propuesta educativa a los chicos que van terminando su noveno, décimo y once.

Por otro aspecto, la relación de CEINAUTOS con los clientes es muy buena. Es muy importante el respeto a ellos y el respeto —explica María— se basa en no dejarlos hacer lo que quieran, porque la relación es muy cercana ellos. Y tal concepto CEINAUTOS lo tiene muy dilucidado.

En cuanto a la empresa: los recursos más esenciales, sin dudas, el humano indispensable, todo el personal contratado de una empresa normal, todo lo que es herramientas, equipos y su constante ejercicio de ir renovando, revisando, actualizando, comprando, el mantenimiento de lo que es planta física. Esos son los recursos, humanos y tecnológico.

CEINAUTOS brinda la capacitación, la formación de tres técnicos, incluyen los instructores y los procesos de formación con tal de ser competentes y es diferente a la educación formal. En CEINAUTOS se tiene presente que la instrucción es por competencias laborales. El pensum, todo está registrado en este porque está registrado en la secretaría de educación. Está establecido lo que se puede cobrar y lo que no, lo que se puede hacer y lo que se debe hacer.

“CEINAUTOS tiene gastos, básicamente, por mantenimiento en equipos y recurso humano. En esta institución se paga muy bien a los profesores. CEINAUTOS se caracteriza por eso, una educación íntegra”.

CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA

La actividad principal es la formación en competencias laborales de los tres programas registrados en secretaría de educación, también se contempla la pronunciación de seminarios, charlas, conferencias, capacitaciones para empresa.

CEINAUTOS puede validar las competencias de personas, de trabajadores que no tienen su título, los certificados que se generan como institución educativa.

“CEINAUTOS maneja una estrategia de mercadeo ya implementada, el voz a voz ha funcionado también y se utilizan todos los medios”.

Otra estrategia es estar a la expectativa de eventos científicos. Por ejemplo: en la UIS —cuenta Ricardo—, los que organizan los colegios, la UTS. En CEINAUTOS se está muy pendiente de publicitar, mostrarse, inclusive a veces se ha llegado a colegios y mostrar la promoción de la empresa, porque esas estrategias resultan llamativas para nuevos estudiantes interesados en la mecánica.

CEINAUTOS tiene gastos, básicamente, por mantenimiento en equipos y recurso humano. En esta institución se paga muy bien a los profesores. CEINAUTOS se caracteriza por eso, una *educación íntegra*. Acá se piensa mucho en la formación de los estudiantes y no solamente en conocimientos aislados sino en una formación integral, que vaya de la mano de nuestra *visión y misión*.

Para María de los Ángeles lo primero que le ayudó fue haber hecho la tecnología en la UIS. Ella piensa que es su fuerte, *la docencia*. A partir de ahí amó más la docencia, valoró más el llamarse maestra. Los conocimientos que adquirió para la empresa como ahorita lo están haciendo es donde puede conjugar su pasión con su trabajo.

Ella es docente de aula, es empleada oficial, pero a la par es empleada en la parte administrativa. Sus estudios también le generaron crecimiento y lo que está haciendo. Ella no sabía nada de costos, de presupuesto. Todo eso fue aprendido en el INCED, de todas maneras todo lo que aprendió potenció en su conocimiento y herramientas para implementarlos en la empresa. Esta pareja de emprendedores

tiene clara una situación: su éxito como institución educativa es inminente, solo queda la espera y la insistencia, la perseverancia y la excelencia.

4.4.1 Síntesis del caso

Contacto: María de los Ángeles López.

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresada programa Gestión Empresarial.

Descripción de la organización: CEINAUTOS es un establecimiento educativo de mecánica con proyección internacional, de reflexión y aprendizaje integral.

<p>Motivación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de una empresa, junto con su esposo, para mejorar las condiciones económicas a partir de las capacidades de cada uno. - Formación en la UIS, se reconoce su habilidad e inclinación hacia la docencia.
<p>Estrategias para iniciar con la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Superar las exigencias normativas locales y nacionales. - Lograr la constitución de la empresa a través de organización y perseverancia, sin necesidad de recurrir a influencias externas.
<p>Estrategias para sostenibilidad de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Educación basada en la práctica. - Formación y actualización permanente de los gerentes y personal de la empresa. - Consolidación de convenios con instituciones nacionales e internacionales para realización de prácticas académicas. - Adquisición y ofrecimiento permanente de maquinaria y equipos para realización de prácticas educativas. - Establecimiento de varias estrategias de mercadeo: voz a voz, medios de comunicación, redes sociales.
<p>Estrategias de proyección de la organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento del centro educativo para lograr que el centro educativo ofrezca programas de pregrado profesional.

	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de nuevas necesidades de formación e implementación de programas como respuesta.
Vínculo con la Universidad Industrial de Santander	<ul style="list-style-type: none"> - Egresada del programa Tecnología Empresarial.
Principales retos	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la sistematización de los procesos de la organización. - Inversión en mejoramiento de la infraestructura de la organización. - Lograr apoyo en la financiación para mejorar la infraestructura física y tecnológica.

4.5 CASO 5. EDICIONES A&P SAS

EDICIONES A&P



ARBAY FLÓREZ PEÑA

Ediciones A&P S.A.S es una empresa editorial comercializadora especializada en editar, producir y comercializar textos escolares para el área de educación artística. Nació en el año 2009 y cuenta con la presencia en los principales territorios del país, pero su sede está ubicada en Cúcuta.

Egresado: Gestión empresarial

Universidad Industrial de Santander

Año: 2008

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

La idea surgió a partir de una dificultad que Arbey Flórez tuvo en un trabajo en una empresa editorial de Medellín que tenía presencia nacional, así como en México y Venezuela. El dueño de la fábrica tenía otras empresas, y por una estrategia de ahorro, empezó a despedir progresivamente a sus empleados.

A partir de ahí —y teniendo en cuenta que varios compañeros que estaban en la empresa tenían amplia experiencia— surgió entre ellos la idea de intentar crear su propio negocio, porque sabían que con los conocimientos unidos podían hacer una empresa exitosa.

Buscaron un aliado estratégico en la ciudad de Cúcuta, que era un impresor, uno de los más grandes de Norte de Santander. Hicieron unas alianzas con autores que ya tenían textos en el mercado; compraron los derechos y con esa serie nació la empresa, con una serie del grado primero hasta el grado noveno, una serie para el área de educación artística.

RETOS DE LA EMPRESA

Cuenta Arbey que el mayor inconveniente siempre suele ser el recurso económico y particularmente en el caso de EDICIONES A&P. Por ejemplo, la inversión de cada uno de los socios era de \$ 100.000.000, para poder crear empresa, porque con 400.000.000 se puede construir empresa sin financiar la producción, ya que el gasto puede acercarse a los 1.000.000.000. De este modo —cuenta el

Arbey Flórez ha pasado por las mejores instituciones educativas, como el Sena, la universidad Industrial de Santander, la universidad de la Sabana y la universidad Externado de Colombia. Se califica como una “una persona con enfoque y persistencia”.

emprendedor— se pudo financiar básicamente el personal del área comercial y el apoyo a eventos en los colegios.

Cierta dificultad se vivió cuando —en sus inicios— Arbey intentaba ofrecer sus productos editoriales; relataba Arbey que los clientes lo interrogaban así: “yo a ustedes ya los conozco pero, ¿quién me garantiza que ustedes tienen la capacidad de tener el producto disponible en el momento que los padres de familia se acerquen a las papelerías a comprar los textos?, ¿quién nos garantiza que efectivamente ustedes tengan la capacidad de producción y que los textos sean de calidad?” Porque cuando se acercaban dichos clientes ya conocidos no se tenía ningún producto para presentar, ni siquiera un prototipo inicial. A partir de tales experiencias, este emprendedor desarrolló alternativas prácticas.

Otro recuerdo que tiene Arbey es que, en una ocasión, un encargado de imprenta no mantuvo el contrato con la empresa, provocando una falla de producción en cercanía con la fecha auge de compra de libros (diciembre, enero y febrero). Los padres de familia se empezaron a acercar a las tiendas en búsqueda de los libros de lista escolar; al final, la empresa logró salir adelante y tener disponible el material educativo.

Una anécdota más: la empresa se produjo cierta cantidad de textos, 50.000 libros y se vendieron 10.000, es decir se quedó de un año para otro, cerca de 40.000 textos libres. Eso significó de gran impacto representativo en pérdidas de capital, pero de riqueza de experiencia en el mercado editorial.

FORTALEZAS Y NUEVAS ESTRATEGIAS

Efectivamente se tiene una planeación de escenarios: para el 2023 se pretende que la empresa esté internacionalizada, accediendo a mercados, al menos de países

vecinos como México y Ecuador, que son los que más brindan perspectivas interesantes, así como Chile, donde se puede llegar.



Frente al producto se sabe que hay que innovar, porque este es un mercado donde la tecnología está haciendo que los textos de papel queden obsoletos, es muy parecido a lo que le ocurre a los periódicos, muy similar. Arbey menciona que los padres de familia en los colegios les piden o

les venden un pin para que accedan a una plataforma y desde allí desarrollen todos los contenidos de manera interactiva. Al respecto, EDICIONES A&P está en el área de educación artística y se tiene presente que el área de educación artística requiere de trabajo manual, es decir, de desarrollar destrezas manuales, motricidad fina a través de utilizar lápices, colores, escuadras, diferentes instrumentos para esa área, pero aun así, la tecnología empieza a desplazar a quienes no estén innovando.

Se espera que para el 2023, básicamente de los productos un alto contenido sea interactivo —al menos 50% y el otro 50% sí sea texto de papel—, También se quiere que haya una articulación entre el texto convencional, el texto analógico y el texto de contenidos interactivos. De hecho, menciona Arbey, esas son las *tendencias mundiales* y está la necesidad de mantenerse a la vanguardia.

EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO

La formación Académica de Arbey ha cumplido con varias etapas; luego de salir del colegio estudió en el Sena, técnico profesional en comercio internacional y eso le permitió ingresar en la UIS para terminar Gestión Empresarial. Luego de graduado

hizo una especialización en gerencia de mercadeo en la Universidad de la Sabana en Bogotá y posteriormente hizo una maestría en Pensamiento Estratégico y Prospectiva en la Universidad Externado de Colombia, carrera que fue terminada hace dos años.

Aclarando que son cuatro socios, solo son dos personas las que toman las decisiones en la empresa. En el caso de Arbey, señala que es una persona que tiene *enfoque* y *persistencia*. Y explica que tiene que ser así, porque cuando inició la empresa en el 2009, analizaban cifras de la cámara de comercio de



Bogotá, donde se encuentra unas cifras de todas las empresas que se crean en el país, al término de cinco años, el 50% habían desaparecido, al término de siete años cerca del 80% habían desaparecido y al término de diez años, solamente subsisten entre un 5% y 7% de empresas. ¿Eso qué significa? Que se intuye que habrá que enfrentarse a dificultades necesariamente.

Otro aspecto: le parece que ellos han hecho bien y es una característica interesante, que han conformado equipos de personal valioso. En la empresa se ha recurrido a personas con experiencia. Los fundadores de la empresa ya habían sido los jefes de ellos. Esta no es una empresa convencional: en la actualidad se cuenta con cerca de veinte personas que hacen la gestión comercial, pero esto se hace de una manera diferente. Ellos no tienen que ir todos los días a una oficina, no tienen que

Menciona Arbey que las tendencias mundiales están en los nuevos textos interactivos y que su empresa tiene la necesidad de mantenerse a la vanguardia.

estar rindiendo pues cuentas de unos horarios, ni de entrada ni de salida; hay mucha autonomía y todo el trabajo administrativo se cumple.

Ellos lo hacen desde las casas incluido el personal de autoría, ilustración, diagramación, revisores desde su casa trabajan. También se hacen constantes reuniones por Skype y otros medios que se utilizan, pero existe la *libertad*, se trabaja por objetivos mas no por un sistema donde haya un control para las personas detallado.

Respecto en la selección del sector económico: no fue al azar. El hecho de la experiencia fue elemental para la creación de la empresa. A Arbey le encantan los libros, pues él refiere que *han sido sus maestros*. Además está bien porque siente que uno puede dar un aporte significativo a la sociedad. Especialmente en este caso: a los chicos, bien sea niños de primaria o de bachillerato. En los libros, por ejemplo, de artística, hay secciones de emprendimiento, donde se busca desarrollar una vocación, trabajar sobre metas, sobre sueños, sobre objetivos de corto y mediano plazo.

La empresa es familiar y Arbey es el único socio externo. Los demás socios consiguieron el recurso financiero y, en el caso de Arbey, él no tenía el recurso. Ellos le propusieron que vendiera su casa, pero no estaba dispuesto a hacerlo. Lo que hizo fue hacer valer su experiencia. Ya había trabajado en este mercado en tres países: en México, Colombia y Venezuela. En el caso de Colombia ya había trabajado en casi en todo el país. Arbey tenía un amplio conocimiento del mercado y ahí fue donde puso sus conocimientos, su *experiencia* y *actitudes relacionales* como parte de su cuota de inversión. Cuando él habla de actitudes relacionales se trata de contactos de colegios, de presidentes de asociaciones de colegios. También se trata de tener un valor y lo que logró en su momento fue que le permitieran iniciar y su aporte pudo pagarlo con los años.

EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA

EDICIONES A&P parte o compite por dos aspectos: la *especialización y alta segmentación*. Cuando habla de alta segmentación se quiere hacer alusión a un nicho específico con el que se compite y, ¿cuál es ese nicho? Competir única y exclusivamente en un área. Se hace referencia a un texto escolar, pero casi todas las empresas ofertan productos para aparte de dibujo. Ofertan para español, matemáticas, dibujo, sociales, inglés, ética, religión. EDICIONES A&P ha decidido

“Las actividades de la empresa se definen en edición, producción y comercialización. La esencia en el negocio está en todo el trabajo de desarrollo de producto”.

ofertar productos única y exclusivamente para el área de educación artística. Eso nos ha traído ventajas porque se les permite ser especializados, aunque solamente existen en el campo escolarizado de los once grados. Es decir del grado primero al grado once, pero la empresa ha desarrollado cincuenta productos para esta área. Es decir, un docente podría, de acuerdo a las características de los colegios, seleccionar diferentes productos, diferentes series.

Todos los años se produce una nueva serie especializada; el personal que trabaja con la empresa está completamente capacitado. Los padres de familia casi nunca se preocupan por saber cómo van sus hijos en el área de artística, siempre y cuando vayan bien en español, matemáticas e inglés, explica Arbey. Muchos padres designan a sus hijos las carreras de estudio profesional, pero casi nunca se decantan por áreas del diseño, publicidad, arquitectura, le ven un poco más de relevancia, pero son muy pocos.

Entonces todas estas circunstancias dan la oportunidad de hacer aportes para el área como tal y cuando encuentran docentes de relleno. Explica Arbey: “que así se les llaman los docentes que no son del área, pero le asignan la carga que en el

sector oficial es muchísimos. O sea uno diría en el país hay cerca de 10.000.000 de alumnos en el sector oficial y de esos, yo diría que unos 8.000.000, ven el área por un docente no especializado. Estos dos precedentes representan una oportunidad para el personal, que tiene en promedio doce años de trabajar específicamente en esta área. Así se les puede asesorar desde la planeación curricular y desde la misma metodología de implementación del área, entonces esa es gran parte de nuestra propuesta de valor”. El emprendedor tiene una aguda visión sobre su producto y su efecto en la educación.

CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA

En cuanto a relaciones comerciales la empresa busca contactos cercanos, respetuosos y que sean *permanentes* porque —argumenta Arbey— en este mercado se tiende a descuidar al cliente, desde abril hasta diciembre no se vende absolutamente nada. La empresa tiene que hacer una gestión diferente de ir y ofrecerle un texto, lo que lo hace un servicio posventa. Casi que todo está enfocado por un lado a investigar el mercado para saber si hay cambio de docentes, saber si hay cambios de la población estudiantil, saber si hay cambios de políticas a través de las directivas y ayudando a organizar eventos relacionados con el área de educación artística. Como estrategia hay que ir y proponer que se realice un concurso de dibujo en el colegio. Hay directivas que no les gustan que concursen, entonces se recurre a hacer una exposición, que no sea concurso sino una *exposición*. Y se dan reconocimientos a los alumnos.

**“EDICIONES
A&P parte o
compite por dos
aspectos: la
especialización
y alta
segmentación”.**

Hay una línea de compradores: si el primer profesor no empieza a utilizar el libro entonces no lo compra; ese es un segundo cliente. Hay un tercer cliente que es el que compra el producto en sí, que es el padre de familia que no es el que decide al

fin y al cabo. Hay un cuarto cliente que es el que utiliza el producto, el *consumidor final* que es el alumno, donde se busca acercarse a ellos de diferentes formas.

La principal fuente de dinero es por la venta de los textos, todo lo demás es valor agregado, cuando se hacen concursos y los complementos interactivos. Por otra parte, la empresa cuenta con recursos como el personal intelectual. La empresa busca en diferentes partes del país a los autores. Se hacen unos acuerdos con ellos y se diseñan los contenidos: unos ejes temáticos basándose en lo que el ministerio solicita. Adicionalmente está el aporte que da la empresa. Ese recurso intelectual también se compone por el asesor pedagógico o los asesores pedagógicos, los ilustradores, los diagramadores, los revisores.



Dentro del personal también está el personal del área comercial; esos son los dos elementos más fundamentales del personal que comprenden la parte de producción. En el momento de la imprenta se contactan otras empresas, hay muchas empresas especializadas que imprimen con excelente calidad. También existen

otros recursos intangibles que son relacionales: las largas relaciones que hay con los clientes. Así como la reinversión de la utilidad recurrido al sector bancario.

Las actividades de la empresa se definen en edición, producción y comercialización. La esencia en el negocio está en todo el trabajo de desarrollo de producto, en contar con los autores adecuados que nos comparten la idea que se desea, que los textos sean agradables, para eso se necesita que sea muy buenas ilustraciones, excelentes diagramaciones y excelente personal de la parte de asesoramiento pedagógico. El señor Arbey deja claro su interés por su empresa, su fructífero

recorrido por el mercado editorial y su compromiso por hacer mejor la educación por medio de sus productos.

4.5.1 Síntesis del caso

Contacto: Arbey Flórez Peña.

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresado programa Gestión Empresarial.

Descripción de la organización: Ediciones A&P S.A.S es una empresa editorial comercializadora especializada en editar, producir y comercializar textos escolares para el área de educación artística. Nació en el año 2009 y cuenta con la presencia en los principales territorios del país, pero su sede está ubicada en Cúcuta.

Motivación	<ul style="list-style-type: none"> - Despido de una empresa de ediciones. - Falta de oportunidades como empleado.
Estrategias para iniciar con la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Adquisición de un aliado estratégico para realizar impresiones (área más costosa de la cadena de valor). - Realización de acuerdos con autores reconocidos para adquirir derechos de autor.
Estrategias para sostenibilidad de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con talento humano valioso y acorde con las necesidades de la organización y de sus clientes. - Autonomía en el trabajo del talento humano de la organización, que les permite manejo de tiempo, toma de decisiones e incidencia en la generación de su propia remuneración. - Producción de series especializadas nuevas anualmente. - Contar con contactos cercanos, respetuosos y permanentes. - Ofrecimiento de servicio posventa.

Estrategias de proyección de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Internacionalización a través de convenios y estrategias de exportación. - Innovación de textos con nuevas tecnologías (contenido interactivo de los textos).
Vínculo con la Universidad Industrial de Santander	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado del programa Gestión Empresarial.
Principales retos	<ul style="list-style-type: none"> - Superar el competitivo ambiente del sector. - La organización representa un alto costo de producción, luego la consecución de recursos para sostener dicha área representa uno de sus principales retos.

4.6 CASO 6. FERNANDA LEÓN

FERNANDA LEÓN



MARÍA FERNANDA BALAGUERA LEÓN

Egresada del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia – IPRED del programa de Gestión Empresarial. Estudió Neuroventas en BiiA Lab Business & Innovation Institute of América e hizo un Diplomado de Fundamentos de Coaching en Politécnico de Colombia.

Egresada: Gestión Empresarial

Universidad Industrial de Santander

Año 2014

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

Su idea de emprendimiento surgió de la búsqueda de encontrar una oportunidad que agregara valor a la vida de las personas. Dice María Fernanda que “siente que la educación lo es todo; la universidad forma en habilidades técnicas pero también hay una parte muy importante que son las habilidades intangibles”, refiriéndose a las habilidades enfocadas a los temas de liderazgo, enfocadas a los temas de ventas que son fundamentales también para llegar a tener éxito en la vida tanto en una carrera, un empleo o un negocio.



Inicialmente el proceso fue de entrenamiento y asociación. El sello como entrenadora en Neuroventas fue una gran ayuda y eso la llevó a invertir en capacitación de estudio por su cuenta. Ella dice que “ser autodidacta ha sido clave para el proceso del negocio” puesto que el suyo es de servicio y lo más complicado es que la gente empiece a conocerlo pero primero construyendo la marca dando a conocer lo que hace y que realmente se es bueno en eso para ver los resultados y pueda potenciar.

El eslogan de María Fernanda es “conéctate con tu desarrollo”, lo que tiene que ver con encontrar lo mejor que tiene la gente para poder sentirse exitosa en diferentes áreas de la vida.

Egresada de la Universidad Industrial de Santander con orgullo expresa que es su alma mater porque fue vital en su formación cumpliendo el sueño de siempre: estudiar allí; así que dice querer la institución con todo su corazón. Adicional realizó un diplomado en fundamento de coaching, un diplomado en alta gerencia y es entrenadora de neuroventa certificada por Jordin Clark quien hoy en día es marca en lo relacionado con las neurociencias. María Fernanda se formó en coaching

liderazgo y es conferencista internacional del equipo de John Maxwell en Latinoamérica.

EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO

Para María Fernanda la capacitación, el conocimiento y la seguridad en sí misma son fortalezas en su campo acción. La seguridad sobre todo es algo importante porque llega a aportar valor a la gente, algo positivo para la vida de los demás. Sin embargo, hubo una dificultad en ese momento que era no hablar en otro idioma y que hoy en día es un tema indispensable en el ámbito profesional; más aún en su campo de entrenamiento y conferencias que se necesitaba para mayores oportunidades.

“La universidad forma en habilidades y técnicas pero también hay una parte muy importante que son las habilidades intangibles”

Esta es una idea de emprendimiento que nace porque identifica a María Fernanda; es lo que le gusta, le apasiona y porque ella misma es su materia prima y su capital de trabajo. Su orientación es de brindar asesorías y entrenamiento en los temas de desarrollo personal. Esta emprendedora expone que hay muchas personas talentosas pero que necesita en algún momento que les ayuden a encontrar esos talentos, esas habilidades para garantizar el éxito.

“Conéctate con tu desarrollo”

EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA

Con su experiencia en ventas hace 14 años, la señora Balaguera lidera equipos y actualmente también trabaja con una multinacional europea. Su finalidad; ayudar en la formación de empresarios, ayudarle a la gente a formar su negocio con éxito, a

fortalecer las cosas que hacen bien y encontrar esas oportunidades para que puedan mejorar y potenciar obteniendo una mejor calidad de vida y cumpliendo sus sueños. Su trabajo es 100% de formación y adicional cuenta con el sello de una marca reconocida mundialmente con John Maxwell que le hace sentir con ventajas en el mercado.

Las empresas llegan a través de eventos de marketing digital en las redes sociales buscando esas asesorías. Igualmente se ofrecen algunos talleres gratuitos como: Master Mind “**Mente Maestra**” con sesiones gratuitas para que conozcan lo que ofrece la empresa; además descubren detalles de mejora de acuerdo a la necesidad del cliente, por lo tanto se vuelve en un trabajo personalizado.



Para ésta emprendedora la relación con los clientes es su carta de presentación. Si a ellos les va bien y les gusta lo que aporta, sin duda alguna la van a recomendar convirtiéndose en una relación de gana a gana porque a los clientes entrega su imagen y ellos quedan satisfechos, creando una cercanía porque se trata de potenciar desde el interior, de hacerlos sentir felices, de ser un desarrollador no sólo en el ámbito profesional sino personal en vista de que lo que se quiere alcanzar y de ésta manera se siente bien desde su interior.

La empresa brinda sesiones de coaching bien sea personales o empresariales a través de entrenamientos en ventas o de liderazgo; así como también en comunicación, manejo de agenda o la necesidad que tengan los clientes bien sea un grupo, un equipo, empresa comercial u operativa y/o de recurso humano. La empresa también ofrece seminarios motivacionales.

CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA

La idea de negocio tiene por nombre Fernanda León. Es una firma de coaching sobre entrenamiento de ventas a equipos comerciales y conferencias internacionales. Así mismo, tiene una firma asociada con el equipo de John Maxwell en Latinoamérica.



La señora Balaguera cuenta con el apoyo de su esposo en la parte de marketing digital y todo lo relacionado con la producción de mercadeo a través de las redes sociales. No tiene socios directos en su emprendimiento pero considera que puede ser exitoso el rodearse con las personas adecuadas, conocer su hoja de vida, su trayectoria, sus habilidades, tener la claridad de lo que le aportaría al proyecto. Pero es fundamental también que el líder del proyecto tenga la capacidad y las características de poder liderar teniendo acuerdos claros y criterio para la elección de una persona de confianza.

La imagen lo es todo para el negocio de María Fernanda. Llevar una marca que vaya posicionándose, mantenerse actualizada en los programas con elementos nuevos, el crecer en habilidades lúdicas para que la gente se nutra con herramientas importantes; todo esto, es su mayor inversión volcada hacia la educación. Junto con las fuentes educativas trabaja y enseña habilidades blandas a los clientes.

Por el momento, en lo que más se centra la empresa es en las compañías comerciales que quieran crecer en el mercado porque se forma desde la parte operativa y gerencial. Otro nicho de mercado es todo lo vinculado al emprendimiento que es más efectivo. En éste último se realizan talleres especializados enfocados a emprendedores, empleados y empresas que quieren buscar crecimiento en sus aliados como lo es el capital humano; es decir, que cuando una persona se siente apoyada, potenciada, da lo mejor de sí y más en la actualidad que el perfil de jefe no es el mismo de antes, es así como desde la dinamización se crea el éxito de la persona.

Su objetivo va encaminado hacia Latinoamérica donde su meta es entrenar equipos de cualquier lugar del mundo y con la firma de John Maxwell - personaje que va adelante con el tema de liderazgo – le permite a la empresa desarrollo y expansión. Su sueño en unos años es que pueda dar asesorías a las compañías también en el idioma inglés.

4.6.1 Síntesis del caso

Contacto: María Fernanda Balaguera León.

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresada programa Gestión Empresarial.

Descripción de la organización: asesoría en Neuroventas.

Motivación	- Explotar sus capacidades, conocimiento y seguridad en sí misma.
Estrategias para iniciar con la empresa	- Se basa en sus capacidades, conocimientos y necesidades de formación de otros (quienes deben explotar sus propias habilidades para mejorar su calidad de vida).

Estrategias para sostenibilidad de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Relación con el cliente. - Asegurar una buena imagen para ser recomendada a nuevos clientes. - Oferta de una asesoría de alta calidad, con contenidos actualizados y pertinentes. - Sociedad con la firma John Maxwell en Latinoamérica. - Estrategia consolidada de marketing digital. - Enfoque en la imagen.
Estrategias de proyección de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenar equipos de cualquier lugar del mundo, con el apoyo de la firma de John Maxwell.
Vínculo con la Universidad Industrial de Santander	<ul style="list-style-type: none"> - Egresada del programa Gestión Empresarial.
Principales retos	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de un segundo idioma.

4.7 CASO 7. PROAMBIENTAL SAS

PROAMBIENTAL



LARISSA BARÓN COBOS

Proambiental es un proyecto dedicado a la producción y comercialización de llanta triturada para la industria asfaltera en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

Egresada: Tecnóloga Empresarial y Gestión Empresarial
Universidad Industrial de Santander
Año 2012

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

Larissa Barón Cobos inició sus estudios en el año 2007 en el programa de Tecnología Empresarial y después el deseo de complementarla con el ciclo Profesional de Gestión Empresarial culminando en el año 2012.

La idea nació desde la misma empresa donde laboraba Larissa hace 10 años. Allí se recogen residuos del sector industrial y el sector hospitalario y percibió una falencia en dicho sector porque ninguna empresa quería recoger los residuos de las llantas. Al detallar tal problema no sólo en Bucaramanga sino en Barranca y Cúcuta también, Larissa vio la necesidad de implementar dos aspectos: una tecnología limpia o que la misma empresa recogiera los residuos y no se hacía realmente por lo cual se dio ésta idea de emprendimiento.

Inicialmente son varios obstáculos que se presentan para llevar a cabo un emprendimiento – Larissa comenta– “¿Quién iba a apalancar un proyecto tan ambicioso? Porque si usted tiene una buena idea pero no hay nadie que lo respalde no lo puede lograr” porque la maquinaria y la infraestructura que se necesitaba era muy costosa. Pero ver nacer una idea de una necesidad y llevarla a la realización era una de sus fortalezas como líder. Su director de proyecto, el Ingeniero Mauricio Carvajal Acelas la asesoró muy bien para dar el primer paso.

Además en la Vicerrectoría de Investigación y Extensión se presentó el proyecto quedando entre los 10 más interesantes en los años 2008 y 2010. Posteriormente a partir de la Vicerrectoría de Investigación y Extensión, recibió apoyo en protección de marca y en aspectos claves para incubar la idea.

EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO

De la investigación del proyecto se centra el sector industrial al cual se oferta el servicio y donde se refleja esa necesidad de la recolección de los residuos para volverlos a utilizar.

“Ver nacer una idea de una necesidad y llevarla a la realización era una de sus fortalezas como líder”.

Respecto a su relación con los socios Larissa manifiesta que “ha sido muy difícil porque tienen intereses particulares; apalancarla subtotalmente la parte económica y el capital hace que debilite el emprendimiento en algún momento”. Sin embargo, ésta situación fue clave para demostrar su compromiso como emprendedora porque a pesar de los conflictos con los capitalistas, no se dio por vencida. Larissa resalta que trabajar con ellos ha traído más ventajas que desventajas. Además siente que llevar a cabo su proyecto a la realidad es un aporte al medio ambiente y que obtiene un beneficio intelectual proporcionando un apoyo a un problema; entonces es satisfactorio para los demás y para sí misma.

EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA

Actualmente la empresa se está implementando en Bogotá - Tocancipá. Allí Ingenieros socios son los encargados manteniendo absoluta reserva para protección de la idea. Larissa comenta “Dicen que lo que no se dice mejor se desarrolla, sino, llegarían muchas competencias hacer lo mismo”. Es por tal motivo que todavía no existe mucha publicidad de Proambiental.



el panorama”.

El funcionamiento de la empresa se lleva a cabo de la siguiente manera: primero recolección del material, luego transporte y posteriormente proceso industrial de triturado de la llanta. Después se empaca y sale al mercado para ser utilizado en las empresas de asfalto. En conclusión todo lo engrana el reciclaje de la llanta que lleva a triturarla con otros aditivos llevando éste producto a los asfaltos de las carreteras de Colombia.

Sus proveedores son las empresas que fabrican llantas, las que distribuyen en las servitecas y los cambiaderos de llantas. También las industrias del sector manufacturero como de obras civiles y cualquier otro en donde se tenga un residuo para disponer las llantas. Igualmente en el sector de petróleos, por ejemplo las minas de carbón, del Cerrejón donde se generan grandes cantidades de llantas. Hay varios panoramas en el proyecto, desde la recolección hasta la compra de llantas. Manifiesta Larissa lo siguiente “Ahorita con la resolución usted debe entregárselas al que las distribuye, en éste caso las servitecas y pagar por la disposición; pero como la disposición es como una cadena de abastecimiento de materia prima, ahí cambiaría

RETOS DE LA EMPRESA

Brindar asesoría es otra idea que Larissa está implementando de acuerdo a su conocimiento y experiencia. En el momento asesora empresas del sector de residuos en la parte de estructura comercial, así como de creación de empresas. En el momento esto lo aplica en una empresa de Valledupar que se llama Resicol. En ella brinda asesoría en la parte administrativa y en la parte del Cerrejón; en manejo no sólo administrativo sino comercial.



La visión a partir del 2012 hasta la fecha esta en la normatividad que apoya la recolección de las llantas; entonces es una necesidad y el factor mercado.

FORTALEZAS Y NUEVAS ESTRATEGIAS



El proyecto se integró con un grupo interdisciplinario de profesionales, cada uno fuerte en su área: ingeniero industrial, ingeniero químico y profesional en gestión empresarial siendo un complemento de fuerzas para llevarlo a cabo.

En otros países ésta idea también la desarrollan; por ejemplo en Europa ,se utiliza éste material triturado de la llanta que son los pelex debido a los cambios climáticos y por la adherencia que tiene.

La relación con los clientes es excelente de acuerdo a su experiencia laboral donde ha trabajado observando las necesidades logrando asesorar y recomendar con éste tipo de residuo que son las llantas.

CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA

Por Invias el proceso ya está aprobado. Las carreteras de Colombia deben tener un porcentaje de material de reciclaje de llanta triturado para que sea menos contaminante. Es una empresa que aporta y va a tener menos impuestos porque está haciendo un aporte ambiental en una ciudad con éste grave problema que es Bogotá y por tal motivo la plata ubicada en Tocancipá.

Como emprendedora con orgullo expresa que el programa del Ipred es excelente porque motiva a realizar ideas y proyectos; así mismo aportar en una empresa para llegar al éxito porque se conoce de todas las áreas. Comenta Larissa “los profesionales de Gestión Empresarial conocemos de procesos, hacemos proyectos y desarrollamos con estrategias porque todo lo visto en el pensum académico aporta en la vida laboral; entonces estoy muy agradecida con la Universidad Industrial de Santander”. Como egresada se siente orgullosa de éste avance en su proyecto; tanto, que lo muestra a sus hijos para que continúen más adelante con su idea de emprendedora.

4.7.1 Síntesis del caso

Contacto: Larissa Barón Cobos.

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresada programa Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.

Descripción de la organización: Proambiental es un proyecto dedicado a la producción y comercialización de llanta triturada para la industria asfaltera en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

Motivación	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento del sector y oportunidades del mismo (la emprendedora trabajaba en una organización del sector).
Estrategias para iniciar con la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - El proyecto de emprendimiento surgió dentro del programa cursado en el IPRED, bajo la asesoría de sus docentes. - Recibió apoyo de la Vicerrectoría de Investigación y Extensión para proteger la marca e incubación de la idea.
Estrategias para sostenibilidad de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer servicios especializados a los clientes, quienes tienen intereses muy particulares. - No se realiza publicidad excesiva, para conservar la idea de emprendimiento bajo cierta cautela, para evitar competencia innecesaria. - Respuesta a los requerimientos normativos del sector.
Estrategias de proyección de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer un componente de asesoría y servicios en gestión empresarial del área específica.
Vínculo con la Universidad Industrial de Santander	<ul style="list-style-type: none"> - Egresada programa Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.
Principales retos	<ul style="list-style-type: none"> - Respaldo financiero que apalanque los proyectos organizacionales. - Atender los requerimientos normativos ambientales nacionales e internacionales.

4.8 CASO 8. CLARA LUNA ACCESORIOS STORE

CLARA LUNA ACCESORIOS STORE



ARELIS MATEUS LÓPEZ

Arelis Mateus López estudió formalmente en la Universidad Industrial de Santander Trabajo Social y Tecnología Empresarial. Afirma que ha sido una emprendedora nata, que siempre había querido emprender y siempre le ha gustado el tema de los negocios, el juego del dinero y de ganar.

Egresada: Tecnología Empresarial
Universidad Industrial de Santander
Año: 2010

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

Arelis Mateus López es egresada de los programas Trabajo Social y Tecnología Empresarial. Ella se describe más como una vendedora debido a su experiencia laboral y en lo cual se ha especializado. Hay otras áreas del conocimiento que también le gustan como la psicología, por tal motivo estudió Trabajo Social porque de alguna manera tenía relación y considera que le sirvió mucho para el desempeño actual en su vida.

La señora Mateus manifiesta que lee un libro al mes de emprendimiento donde subraya y analiza lo expuesto; igualmente está en permanente autoformación con audiolibros y videos de you tube porque siente que la inducen a aprender. Aplica el neuromarketing y la psicología al cliente para vender más con menor esfuerzo.

Existen cuatro acuerdos fundamentales para emprendedores que son claves en la vida de esta empresaria: “Sé impecable con tus palabras, No te tomes nada personal, No hagas suposiciones, Haz siempre lo máximo que puedas”. Dice que el cuarto lo aplicó cuando fue empleada porque realizó sus labores de la mejor manera posible. Abiertamente expresa que es del tipo de personas que tiene fe ciega en las cosas, determinación y perseverancia. “Sólo quien es capaz de aguantar, de resistir esa presión, es capaz de ver los beneficios” comenta.

Esta gran emprendedora hace énfasis en los libros “Hábitos de ricos” y “Menos miedos, más riquezas” del autor Juan Diego Gómez donde nos muestran que los diamantes fueron carbón algún día y para llegar a ser diamantes tienen que pasar por altos nieves de presión y temperatura; por lo tanto, centra su aprendizaje en que hay que resistir esas fuertes temperaturas y esa fuerte presión para convertirnos en lo que anhelamos ser.

EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO

Arelis Mateus López se desempeñaba como empleada en Vanguardia Liberal aparentemente en las condiciones que todo el mundo desea estar: contrato directo a término indefinido con la empresa y buen sueldo. Sin embargo, eso no era lo que ella quería para su vida porque sentía que sólo aportaba al crecimiento (aparentemente); es decir, crecía como persona sin emprender y a pesar de ello siempre estuvo agradecida porque de alguna manera aprovechó esa experiencia alimentando el espíritu de los negocios.

“Sólo quien es capaz de aguantar, de resistir esa presión, es capaz de ver los beneficios”.

Su socia Aurelia es profesora del magisterio. La relación que mantienen es de respeto y a pesar de que ella no ha estado tanto al frente del proyecto, es una responsabilidad enorme para Arelis quien lo hace con todo el entusiasmo y compromiso posible. Juntas empiezan a ver el auge de las redes sociales, el comercio electrónico y es ahí cuando inicia la idea de los collares. A Aurelia – su socia - en alguna ocasión le gustó hacer camándulas y las vendía, tenía el arte para fabricarlas; en cambio, Arelis con el tiempo fue aprendiendo éste arte y gracias al conocimiento de personal y que adquirió en ventas tomaron la decisión de comenzar éste proyecto.

Inicialmente elaboraron 12 collares. Afortunadamente ambas tienen el sentido del buen gusto y son muy críticas; esto hizo que todos se vendieran con éxito. Además, comprendían que no estaban haciendo un negocio para ganar plata porque las dos estaban trabajando y fue así que se convencieron que estaban creando una empresa.

La señora Mateus dice que ha tenido cualquier cantidad de desaciertos, por eso aconseja a los emprendedores que deben enfocarse. Sin embargo, afirma que le apuntó muy bien al posicionamiento de la marca Clara Luna llevando a inscribirse a la Cámara de Comercio el 16 de diciembre de 2015 y en marzo de 2017 Clara Luna obtiene un gran adelanto manejando los accesorios oficiales de la señorita Santander para el reinado; adicional participaron en varias pasarelas como en “Hecho en Bucaramanga”.



Otro de los aspectos positivos que aplican es que sistematizan los teléfonos de las clientes porque dice que “el valor de una empresa es el número de clientes que tenga pero sistematizados y entre más segmentados mejor”. En el caso de Clara Luna está segmentado en mujeres, apuntando a los niveles socioeconómicos 4, 5 y 6 alcanzando a tocar el 3 y les venden de acuerdo a las emociones de sus clientes según sea el momento, situación o necesidad. Además, Arelis sugiere que siempre se debe tener buena actitud y que hay que manejar lo sensorial tomándolo de ejemplo la siguiente frase de Alex Becker: “vender las ventajas y beneficios porque las características no venden”. Así mismo, recomienda los libros “Véndele a la mente y no a la gente” y “Estamos ciegos” del autor Klaric Jurgen.

EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA

Clara Luna Store le apuesta a resaltar la belleza de cada mujer. Su marca propone diferentes accesorios donde diseños, tamaños, colores y brillo irrumpen para dar creación a piezas singulares.

“Vender las ventajas y beneficios porque las características no venden”

Cada accesorio es hecho a mano donde se escoge cuidadosamente el material que da origen a creaciones llenas de exclusividad y buen gusto.

La tienda está ubicada en el Centro Comercial IV Etapa en donde se está posicionada e implementaron una metodología interesante: Cuando llegan los clientes se anotan en una lista, en el WhatsApp y buscan ir a venderles en su casa pues Arelis comenta que la gente se desinhibe, compra más, combina el accesorio con las prendas y las mujeres siempre tienen activa la economía.



Actualmente Clara Luna maneja una producción basada en una línea tipo joyería y ha gustado demasiado, obviamente sin dejar de manejar la pedrería que es su especialidad.

RETOS DE LA EMPRESA

El principal éxito del proyecto fue el enfoque y el reto apuntarle a ser marca. Después de pasar la línea, de superar y perseverar es satisfactorio – dice Arelis – más, cuando la empresa da empleo y a la vez mejora la calidad de vida de la gente. Todo emprendedor quiere hacer de todo en la empresa, pero es importante delegar.

Hoy en día Clara Luna tiene un taller en el barrio Santander en la ciudad de Bucaramanga con una coordinadora y en el local del Centro Comercial IV Etapa en el barrio Cabecera hay una administradora. La señora Mateus dice que “cuando empieza a delegar es cuando la empresa empieza a crecer, antes no”. El esfuerzo

de trasnochar y hacer las cosas con disciplina en el momento adecuado tiene la recompensa; más adelante se ven los frutos y es realmente gratificante.



Un lema de vida en Arelis Mateus es que “sólo se tiene resultados excepcionales haciendo esfuerzos excepcionales”. Ella quiere decir que las personas emprendedoras son muy diferentes al resto del mundo porque no sólo se están actualizando sino alimentando. Dos de sus referentes son Mario Hernández y Arturo Calle quienes han llevado a cabo sus empresas con ímpetu puesto que todas las personas pueden hacerlo pero no todas están dispuestas a hacerlo y a pagar el precio.

El proyecto como tal afortunadamente no tuvo inconvenientes. Esta emprendedora manifiesta que “el único inconveniente está en la mente de uno”. No hay impedimento, las personas son las que ponen los límites, gente con falta de convicción que resaltan problemas en el gobierno o los impuestos; dice que eso hay que convertirlo en oportunidades para el negocio.

FORTALEZAS Y NUEVAS ESTRATEGIAS

Su principal fortaleza es el entusiasmo. Para Arelis es importante que los objetivos individuales de cada miembro de la empresa se cumplan e igualmente el trato de respeto hacia los demás es primordial. Asegura que el éxito se logra cuando se tiene madurez financiera, osea cuando se crece con libertad financiera de lo cual aprendió de su referente Arturo Calle porque es más difícil crecer con deudas. Apuntarle a ser integral y felicitar la actitud de las personas es algo esencial.

“Sólo se tiene resultados excepcionales haciendo esfuerzos excepcionales”

Apalancarse en lo que somos más expertos que otros es una estrategia que bien manejada conlleva al éxito de una empresa. Arelis menciona que en el libro “Retírate joven y rico” de Robert Kiyosaki dice eso. No es sólo ir al banco a prestar dinero sino apalancarse como líder para dirigir y trabajar en equipo porque todos son mejores en algo y es así como se reflejan las fortalezas ayudando a enfocar la empresa.

Una de las estrategias de Clara Luna es contratar una persona si tiene las competencias y no por ayudar contratar un familiar. Dice Arelis que es un error que comenten muchos de los emprendedores resaltando lo que el autor Español Juan Diego Gómez expresa en sus videos, pues se debe tener claro con quién tiene la empresa.

Los compradores se sienten satisfechos cuando se hacen sentir importantes y recordados. Por tal motivo la empresa diseñó un anillo que utilizan para llamar en las fechas especiales a los clientes para que se acerquen a reclamarlo. Y es que es una manera de traerlos a la tienda con el fin de que conozcan más accesorios y posiblemente se obtengan más ventas.

CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA

Clara Luna Store se enfoca en mujeres específicamente en edad productiva entre los 25 y 55 años más o menos que tienen orientación del buen vestir, el sentido del buen gusto y de sentirse bien.

En el área de ventas la propuesta de valor se basa en una técnica que ha sido positiva y ha traído buenos resultados. El domicilio lo lleva un vendedor y no cualquier motorizado; allí se maneja una ventaja al mostrar otros productos que posiblemente el cliente compra. Además cuando un cliente solicita un collar y no le gusta algo, Clara Luna lo cambia al gusto de éste y de esa forma lo fidelizan. Para la empresa no existe el “no” porque para todo hay una solución y le apuestan venderle a las emociones porque el cliente se va feliz.



La empresa llega a los clientes a través de Instagram, de las redes sociales, es más económico y muy efectivo. También a través de contacto directo visitándolo en su casa; en convenios empresariales, eventos y ferias.

Los ingresos se obtienen por las ventas en el local, en los domicilios de los clientes, por internet y por telemercadeo.

Para obtener ganancia y competitividad la pedrería viene de Cali comprándola al por mayor y los orfebres que nos proveen son de la ciudad de Cali y Medellín.

Son indispensables para Clara Luna las herramientas de la tecnología para la información y la comunicación porque considera que puede desaparecer si no se aplica. La visión de Arelis para Clara Luna está basada en dos aspectos elementales: en la parte física desarrollada a manera de franquicias y en la parte virtual extendida a nivel internacional.

De acuerdo a su experiencia como empresaria la moraleja es que “cuando emprende va a perder, pero cuando no emprende pierde más”. La recompensa es

algo maravilloso porque no sólo es para sí mismo sino para la familia y sus generaciones futuras, aportándole a la vida y brindando trabajo en la sociedad.

4.8.1 Síntesis del caso

Contacto: Arelis Mateus López.

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresada programa Tecnología Empresarial.

Descripción de la organización: empresa de diseño, producción y comercialización de accesorios.

Motivación	- Mejorar sus condiciones laborales y de remuneración.
Estrategias para iniciar con la empresa	- Diseño de accesorios de buen gusto, alta calidad y exclusivos.
Estrategias para sostenibilidad de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Formación y actualización permanente de la propietaria, a través de educación formal y no formal. - Se cuenta con una base de datos actualizada de los clientes para asegurar un seguimiento y organización de los mismos. - Tener en cuenta aspectos específicos de la belleza de las mujeres para ser resaltados con los accesorios. - Ofrecimiento de ventas a domicilio. - Especializarse en el pequeño segmento de mercado en el que se es más experto, diferente de los demás. - Obsequios para los clientes. - Uso de redes sociales para contacto a los clientes.

	<ul style="list-style-type: none"> - Compra al por mayor de la materia prima.
Estrategias de proyección de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos de alta calidad a nivel nacional e internacional.
Vínculo con la Universidad Industrial de Santander	<ul style="list-style-type: none"> - Egresada programa Tecnología Empresarial.
Principales retos	<ul style="list-style-type: none"> - Enfocar los esfuerzos en una meta para lograr el éxito de la idea de emprendimiento. - Delegar las responsabilidades de la organización a personas externas, debido al crecimiento de la misma.

4.9. CASO 9. CHELY GÓMEZ – EVENT PLANNER

CHELY GÓMEZ EVENT PLANNER



ARACELY GÓMEZ GÓMEZ

Diseñadora Industrial Chely Gómez Event Planner imponen en cada uno de sus eventos tendencia y pasión, buscan la distinción haciendo de ello un momento para recordar toda la vida.

Egresada: Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial

Universidad Industrial de Santander

Año 1995

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

La idea de emprendimiento nace a raíz de la necesidad de Aracely al quedar desempleada. Ella laboraba con el gobierno, tenía 35 años de edad en ese entonces y de un momento a otro prescindieron de sus servicios. Desafortunadamente si no tenía una carrera técnica no podía laborar en una empresa privada; por tal motivo trabajaba en los Laboratorios de la Universidad Industrial de Santander y pertenecía a la Secretaría de Agricultura. De ahí surgió realizar otra carrera que le permitiera entrar en la parte administrativa.

En el proceso del programa de Tecnología Empresarial se interesó por montar su propia empresa para abrir nuevos horizontes. Inicialmente no es fácil - dice la señora Gómez - "hay que tener perseverancia y realmente uno estudia para tener las bases fundamentales de cómo cimentar su propia empresa".

“Hay que tener perseverancia y realmente uno estudia para tener las bases fundamentales de cómo cimentar su propia empresa“

Aracely recuerda a la profesora María Eugenia Barón tutora de la asignatura Control de Calidad en el programa Gestión Empresarial donde aprendió cómo montar un negocio. Pero al graduarse siente que a su edad ya no es requerida para trabajar en una empresa porque afirma que en Colombia prima la gente que recién sale de las universidades con edad de 22 años aproximadamente y adicional para iniciar un negocio en la ciudad de Bucaramanga es bastante difícil ya que no hay competitividad. Sin embargo, invirtió y a pesar de que no estaba dando frutos no pasó por su mente retirarse sino dar la pelea; como toda una emprendedora perseveró hasta alcanzar su objetivo. Las empresas no se posicionan en el primer año, ni a los 5 años; ella dice "que los frutos realmente se ven cuando se empieza a subsistir y puede ser a partir de los 10 años".

Como estudiantes el aprendizaje de las bases administrativas y teóricas en el ámbito de crear empresa son fundamentales pero Aracely recalca que la Universidad también podría encaminar al estudiante buscando apoyo de otras empresas para llevar a la realidad su proyecto. Al crear confianza y conocer lo bueno y lo malo, los emprendedores no desfallecen en el primer intento.

EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO



Haber esperado con paciencia y ante todo perseverancia fue como se logró éste emprendimiento. Amar lo que hace es lo que la anima Aracely a seguir con su empresa y no sólo por una remuneración sino por el grado de calidad y producto que ofrece. Tener a su familia y trabajadores como amigos ha sido un factor importante para conseguir los resultados que ha logrado. La señora Gómez siente que como comerciante no hace las cosas tan bien pero resalta que es muy buena en la parte de ejecución; recalca que se deben medir los costos mínimos para tasar lo mínimo y así se obtenga ahorro más que gastos.



La empresa ofrece sus servicios a todos los sectores que tenga capacidad económica. Aracely dice que no puede cerrar las puertas a quienes estén interesados en sus productos que son de excelente calidad.

No tiene socios porque le teme a las sociedades, de pronto por su carácter y no quisiera chocar con la personalidad de otros; es por tal motivo que desde su punto de vista trabajar de manera asociada le parece complicado. No obstante, Aracely expresa que dependiendo de la idea de emprendimiento o empresa que se monte se puede necesitar socios en la parte monetaria, un apoyo de capital para llevar a cabo y ejecutarlo. Enfatiza que para lograrlo hay que hacer un buen mercadeo, conocer su producto, ofrecerlo con calidad y dar el paso firme.

CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA

La alta calidad que ofrece Chely Gómez Event Planner hace la diferencia ante otros. Desde que atienden por primera vez al cliente hasta que ejecutan y finalizan el proyecto ofrecen personal altamente calificado y no devalúan comprando productos de baja calidad sino de la mejor calidad. También poco a poco han comprado utilería con la cual ofrecen una línea de alquileres que son de su propiedad generando otra ganancia.



Su canal de distribución es a través de las redes sociales y el voz a voz. Aracely afirma que las referencias de sus clientes satisfechos son fundamentales y decisivas. Así mismo, la relación con sus clientes se vuelve familiar, entonces, es un alto grado de efectividad para que soliciten nuevamente la realización de un evento y de tal agrado, traer otros clientes a la empresa.

Dentro de sus actividades clave están: la decoración y asesoría en los eventos. Es así, como al brindar opciones de temáticas y gustos hacen que sus clientes se interesen y los contraten para su acontecimiento.



Vemos que ésta emprendedora nos alerta de que es indispensable ser competitivos, que hay que romper mentalidades negativas y sobrevivir ante cualquier situación. Con actitud y mente abierta se logra lo inesperado; vivir en una constante de crear, crear y crear pero cosas buenas y nuevas con las herramientas adquiridas en los dos programas, tanto en la Tecnología donde se conocen las pautas y se obtiene el conocimiento y en la Profesional donde se instruye en la ejecución.

4.9.1 Síntesis del caso

Contacto: Aracely Gómez Gómez

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresada programa Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.

Descripción de la organización: organización dedicada a la planeación de eventos.

Motivación	- Necesidad de trabajo tras el despido de la emprendedora.
Estrategias para iniciar con la empresa	- Uso de los conocimientos teóricos y prácticos ofrecidos en el curso del programa Tecnología Empresarial.
Estrategias para sostenibilidad de la organización	- Cálculo acertado y preciso de los costos básicos del servicio, para obtener ganancias adecuadas. - Cuentan con personal altamente calificado en cada oficio. - Excelente relación con el cliente. - Ampliación de sus servicios a alquiler de evento.
Estrategias de proyección de la organización	- Ofrecer servicios de asesoría a nivel nacional e internacional.
Vínculo con la Universidad Industrial de Santander	- Egresada programa Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial.
Principales retos	- Iniciar el negocio en un ambiente poco competitivo.

4.10. CASO 10. INVZA

INVZA



ELKIN ALBEIRO ZABALA MUÑOZ

INVZA Inversiones y Negocios Inmobiliarios. Se encarga de la venta y administración de inmuebles, reparación y adecuación de todos los espacios del hogar y asesorías financieras.

Egresado: Tecnología Empresarial

Estudiante Activo: Gestión Empresarial

Universidad Industrial de Santander

ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

Elkin Zabala cuenta con estudios en el Sena como Técnico en Comercio Exterior en donde recibió una base de aprendizaje para iniciar estudios también en el IPRED en el programa de Tecnología Empresarial conociendo así más sobre la parte administrativa.

El emprendimiento nace desde el segundo semestre de la Tecnología viendo una necesidad de cambio inmobiliario para aquellas personas que pagan arriendo en cuotas muy altas y se les hace dispendioso adquirir su propia vivienda.

En ese tiempo, el Sena logró convenios con España para viajar y de esa manera obtuvo contactos convirtiéndose en representante de éstas personas para cuando regresaran a Colombia ya tuvieran casa propia.

“Quitarse el miedo de su mente fue lo que lo impulsó a pasar de ser empleado a ser empresario”.

Inicialmente hizo una venta de una casa en Cañaveral a un militar de Medellín que laboraba con la OTAN de España quien lo referenció con una cuadrilla militar; fue así como empezó a emprender y hoy en día representa también a personas en países como Ecuador y Panamá. Elkin manifiesta “ellos me mandan los poderes consulares, yo los represento, les entregó las llaves y todo lo hago a nombre de ellos sin que se muevan de su lugar; constantemente los mantengo informados y según la necesidad del cliente la visualizo, busco el lugar, lo grabo y les hago un esquema” De éste modo, el cliente confirma y envía el poder consular que es por escritura pública y se hace la compra.

El señor Zabala dice que todo inició como un sueño, todo se dio en buenos términos y siguió el curso. Para manejar los negocios dice Elkin “uno debe ser rígido en la trazabilidad y que no haya nada indebido”. Es por tal motivo que haber realizado

negocios con algunos inversionistas de ésta manera, ha servido para que sean unos referentes en el ámbito social y familiar.

EL PASO A PASO DEL EMPRENDIMIENTO

Querer convertirse en una persona independiente hizo que Elkin se cuestionara y preguntara “¿Cómo puedo vincularme?”. Dice con firmeza que el quitarse el miedo de su mente fue lo que lo impulsó a pasar de ser empleado a ser empresario. Adicional, enfrentaba quebrantos de salud pero se aferró a la lectura y a terapia psicológica para seguir adelante pues lo peor que podía pasar era que le fuera mal, pero cada vez que le proponían un negocio legal y viable respiraba, se arriesgaba y confiaba en el cliente.

Por su mente ha pasado también ayudar a los microempresarios y vendedores ambulantes brindando asesoría para fortalecer sus negocios donde su ganancia sea sólo el 1%. Elkin manifiesta que ellos conocen de su negocio pero no su administración porque manejan proveedores, clientes, ventas que contribuyen a la visualización del dinero.

En su proyecto vinculó a dos socios con un factor importante de respeto para no pasar el límite y caer en la disolución de la sociedad. En un comienzo la inversionista mayoritaria fue su hermana pero por cuestiones de mando no siguieron el proceso. Actualmente trabaja con un primo que está Barranquilla.

“Por su mente ha pasado también ayudar a los microempresarios y vendedores ambulantes brindando asesoría para fortalecer sus negocios”.

Su empresa se enfoca en personas de estratos 2 y 3 ya que considera que es más fácil que trabajar con estrato 1 porque ha tenido inconvenientes en los pagos; y el estrato 4 se ha presentado demora en las ventas.

EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA

Invza presta un servicio personalizado y seguro. El cliente no realiza ningún proceso dado que la empresa entrega todo: documentos, utilidad, ganancia, propiedades según el negocio. Maneja básicamente inversiones de construcción y remodelación de manera rápida y eficaz.

Por medio de las redes sociales se da a conocer como también por periódicos como Vanguardia Liberal. Con sus clientes muestra transparencia para que la relación sea confiable y efectiva. Dependiendo del caso, Elkin a veces compra una póliza por si se presenta algún riesgo.

Para llevar a cabo las diferentes gestiones manejan recursos tecnológicos como computadores, celulares de alta gama y drive en línea por facilidad de compartir los documentos. Su intención es manejar tecnología de punta y por el momento trabaja con una empresa inmobiliaria única. Además, siempre estar en constante aprendizaje con arquitectos, ingenieros que son los encargados de las áreas del negocio. De éste modo su mayor anhelo es que todas las personas tengan una vivienda digna; es su proyecto de vida, cambiar el déficit de Santander.

Lo esencial de su negocio es la honestidad. Trabaja con un pool de abogados y siempre monitorean los procesos; si alguno de ellos presenta una queja de inmediato cancela el contrato y devuelve los dineros porque la buena imagen es ante todo lo primordial para el señor Zabala.

Sus aliados en la parte jurídica y en la parte de construcción son claves para llevar a cabo sus actividades. Sus proveedores actualmente son los bancos como: Caja Social, Bancolombia y Fondo Nacional del Ahorro.

“Su mayor anhelo es que todas las personas tengan una vivienda digna; es su proyecto de vida, cambiar el déficit de Santander”

Todo ha sido para él complejo y a la vez gratificante. Al principio sólo era ilusiones y sueños pero con esfuerzo poco a poco las ha ido cumpliendo con ética como lo ha aprendido en su formación. En un futuro ve su idea plasmada como una marca en la región en la parte administrativa de bienes muebles: lotes, casas, edificios y parqueaderos.

Comenta Elkin que en una ocasión un Alemán le dijo que el ser humano debe tener cinco cosas para ser competitivos: “la primera es tener tecnología, la segunda saber inglés, la tercera saber manejar, la cuarta saber nadar y la quinta saber bailar”. Pero el señor Zabala le preguntó por qué bailar? - y éste respondió - “porque esto ayuda a potenciar la parte social que es vital en los negocios”.

Por último, éste joven emprendedor actualmente sigue preparándose en el programa de Profesional en Gestión Empresarial pues su deseo es seguir avanzando en la intermediación de sus negocios.

4.10.1 Síntesis del caso

Contacto: Elkin Zabala

Tipo de vinculación con la Universidad Industrial de Santander: egresado programa Tecnología Empresarial.

Descripción de la organización: asesoría y representación en Colombia de personas radicadas en el exterior que quieren adquirir bienes raíces en el país.

Motivación	<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad propia de un cambio de inmueble, nota un requerimiento en el mercado.
Estrategias para iniciar con la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer servicios basados en la confianza de los clientes. - Referenciación de clientes voz a voz.
Estrategias para sostenibilidad de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Cuidado en la legalidad de los negocios, pues se manejan altas sumas de dinero. - Organización y actualización de la información del proceso para el cliente, que no tiene la posibilidad de estar presente durante la negociación. - Ofrecimiento de servicios adicionales, como arreglo físico de las construcciones. - Asociación con personal idóneo en ciertas áreas de la organización (por ejemplo, área financiera).
Estrategias de proyección de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la comunicación y publicidad para ofrecer servicios a una mayor cantidad de personas. - Asociación con empresas similares para potenciar la prestación de servicios.
Vínculo con la Universidad Industrial de Santander	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado programa Tecnología Empresarial.
Principales retos	<ul style="list-style-type: none"> - Superar el miedo a consolidar empresa en Colombia. - Lograr apalancamiento financiero.

5. CONCLUSIONES

- Los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia de la Universidad Industrial de Santander generan un impacto en la generación, estructuración y fortalecimiento de las ideas de emprendimiento e intraemprendimiento de sus estudiantes y egresados.
- El mencionado impacto que generan los programas se puede observar en dos momentos diferentes: i) previo a la idea de emprendimiento, en donde el estudiante o egresado, a partir de las ideas y conocimientos adquiridos en el programa, construye una idea de emprendimiento que estructura incluso como parte de su trabajo de grado para obtener su título profesional; y, ii) posterior a la idea de emprendimiento, en donde el estudiante ingresa a cursar los programas con el fin de fortalecer una idea de negocio previamente establecida, mediante el estudio estructurado de los componentes del área empresarial.
- La calidad del desempeño de los emprendedores se debe, en gran medida, a los conocimientos adquiridos en los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial, que les ha permitido aportar a la creación y consolidación de las organizaciones desde los conocimientos teóricos y la actualización de saberes.
- Si bien uno de los inconvenientes más recurrentes para la consolidación de empresa por parte de los emprendedores corresponde a la consecución de recursos financieros, en todos los casos de estudiantes y egresados de los programas Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial se identifica una clara iniciativa para superar esta carencia y el logro de financiación desde distintas fuentes (préstamos, asociaciones, participación en convocatorias).

- En todos los casos se reconoce que el recurso más importante y valioso de la organización es el talento humano, pues de ellos depende cada una de las áreas de la empresa. De esta manera, es muy importante reconocer, también, que la formación y capacitación de personal, a través de programas de pregrado como la Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial, generan gran valor para la organización.
- Es de destacar que todos los casos de emprendimiento tienen amplias proyecciones de crecimiento en el corto, mediano y largo plazo, a través de estrategias de innovación en productos, maquinaria y proceso. Esto representa que los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial no solo forma en los contenidos teóricos básicos de manejo de una organización, sino que forma emprendedores que aportan a la resolución de problemas y aporte a las necesidades de los clientes, característica fundamental en el mercado actual, cambiante y demandante.
- Los ejemplos de emprendimiento elegidos para análisis corresponden a numerosos sectores de la economía, desde la producción hasta la comercialización y ofrecimiento de asesorías y servicios. Lo anterior demuestra que las ideas de creación y consolidación de emprendimiento de los estudiantes del IPRED no corresponden a un único tipo, sino que fundamentan sus ideas en la formación teórica para desarrollar múltiples negocios que responden a distintas necesidades y requerimientos de la sociedad.
- En general las características, actitudes y cualidades que se encontraron semejantes en los 10 emprendedores son: confianza en sí mismos, capacidad de innovación, liderazgo, perseverancia y visión de negocio en el largo plazo.

6. RECOMENDACIONES

- Crear una estrategia de sistematización de las experiencias de los emprendedores que son estudiantes o graduados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial, para lograr facilitar su identificación, seguimiento y trazabilidad, no solo para contar con esta información de gran utilidad para el programa, sino para servir como incentivo para los estudiantes que tienen ideas de emprendimiento por ejecutar.
- Consolidar una red de contactos de emprendimiento de estudiantes y egresados de los programas Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial para potenciar sus ideas de emprendimiento a través de intercambio de ideas, inconvenientes, retos y expectativas de este tipo de iniciativas. Se considera de gran valor que personas con perfiles similares, con formación académica equivalente e ideas de emprendimiento por implementar o consolidar puedan tener espacios de interacción para mejorar sus empresas.
- Incluir dentro de los contenidos curriculares o extracurriculares de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial un componente importante sobre asesoría en financiación tanto para inicio de una idea de emprendimiento como para consolidación, impulso o mejoramiento de la organización. Así, uno de los inconvenientes principales presentados por los empresarios podría superarse a través del estudio teórico, práctico y normativo de los recursos financieros de las organizaciones.
- Promover la divulgación y reconocimiento de los ejemplos de emprendimiento de los estudiantes y egresados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial del IPRED, no solo a través de los eventos de

emprendimiento que se realizan semestralmente, sino con estrategias que se enfoquen en los casos particulares de resaltar para que los demás miembros de la comunidad académica puedan ver como inspiración e impulso dichos casos.

BIBLIOGRAFÍA

CÁMARA DE COMERCIO SANTANDER. Santander en cifras. Bucaramanga, 2016.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Boletín técnico laboral, 2015.

DUARTE, Tito; RUIZ, Myriam. Emprendimiento, una opción para el desarrollo. En: Scientia et Technica, Universidad Tecnológica de Pereira, 2009. pp. 326-331.

FORMICHELLA, María. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. 2004.

GARCÍA, Raúl. Comparación de los perfiles de emprendedores de las ciudades de: Ottawa, Canadá y Guayaquil, Ecuador. Ottawa, 2013. Trabajo de grado (Ingeniería en Gestión de Recursos Humanos). Universidad Casa Grande.

GARCÍA, Constantino; MARTÍNEZ, Almudena, & FERNÁNDEZ, Roberto. Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. En: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 2010. pp. 31-48.

GÓMEZ, Hernando y MITCHELL, Daniel. Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018. En: Cuadernos Fedesarrollo. 2014. pp. 1-94.

GÓNZALEZ-PERNIA, J y PEÑA-LEGAZKUE, I. Determinantes de la Capacidad de Innovación de los Negocios Emprendedores de España. En: Economía industrial. 2007. pp. 129-147.

HERNÁNDEZ, Edelsys. Metodología de la investigación. En: Revista de la Escuela Nacional de Salud Pública, Infomed. 2006.

LEDERMAN, Daniel; MESSINA, Julián; PIENKNAGURA, Samuel; RIGOLINI, Jamele. El emprendimiento en América Latina. Washington: Banco Mundial. 2014. pp. 1-181.

LEJARRIAJA, Gustavo. El emprendimiento colectivo como salida laboral de los jóvenes: análisis del caso de las empresas de trabajo asociado. Madrid, 2013.

LUPIÁÑEZ, Luis; PRIEDE, Tiziana; LÓPEZ, Cristina. El emprendimiento como motor del crecimiento económico. En: Boletín económico del ICE. 2013. pp. 55-64.
MARCH, Isidre. Las claves del éxito en nuevas compañías innovadoras según los propios emprendedores. Dirección y organización, 1999. pp. 167-176.

MARTÍN, Natalia, HERNANGÓMEZ, Juan; RODRÍGUEZ, Ana. Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinanes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. En: Revista Asturiana de Economía. 2005. pp. 131-145.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Decreto 1075 de 2015, por medio del cual se expide el Decreto Reglamentario Único del Sector Educación. Bogotá: 2015. p. 330 – 337.

MORALES, María & PECH, José. Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. En: Revista Contaduría y Administración. 2000. No. 197. pp. 47-63.

MORALES, María; PINEDA, Katherine; ÁVILA, Karolina. Organizaciones innovadoras a partir de la interacción con la Universidad: casos exitosos. En: Revista Estudios Gerenciales. 2012. Vol. 28, pp. 363-374.

MORIANO, Juan; Palací, Francisco; Morales, José. El perfil sicosocial del emprendedor universitario. En: Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 2006. pp. 75-99.

NÚÑEZ, Julia; FUENTES, Fernando; MUÑOZ, Guzmán; SÁNCHEZ, Sandra. Análisis de elaboración e implementación del método del caso en el ámbito de la educación superior. En: Revista Iberoamericana de Educación Superior. 2015. Vol. 16, pp. 33-45.

QUINTANA, C. Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras. En: Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. 2001. Vol. 7, pp. 139-158.

RODRÍGUEZ, Alfonso. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. En: Revista científica Pensamiento y Gestión. 2009.

SABOIA, Fernando; MARTÍN, Natalia. Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de los emprendedores brasileños. En: Revista Electrónica de Administración, 2006.

SALAS, Alejandra. Fundamentos de administración. 2004.

SUNG, Sebastián; DUARTE, Sergio. El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. En: Revista internacional de investigación en Ciencias Sociales, 2015. pp. 291-314.

TEJADA, Carolina. Innovar y estudiar: tres casos de emprendimiento desde el diseño independiente en Santiago de Cali. Cali, 2015. Trabajo de grado (profesional en mercadeo internacional y publicidad). Universidad ICESI, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Sitio web del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED. Propósitos de los programas. [Citado el 22 de noviembre de 2016] Disponible en: <http://empresarial.uis.edu.co/eisi/eisi.jsp?IdServicio=S77>

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Sitio web del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED. Propósitos de los programas. [Citado el 24 de septiembre de 2016] Disponible en: <http://empresarial.uis.edu.co/eisi/eisi.jsp?IdServicio=S101>

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Sitio web del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, IPRED. Plan de estudios. [Citado el 24 de septiembre de 2016]. Disponible en: <http://empresarial.uis.edu.co/eisi/eisi.jsp?IdServicio=S101>

ANEXOS

Anexo A. Póster de participación



Participa

Postúlate o postula a un conocido para ser parte de los casos de estudio de emprendedores que sean estudiantes o egresados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial de la UIS.

<https://goo.gl/forms/I4fq9msdMh5Z4KzD3>



Anexo B. Sistematización encuestas momento 1. identificación de casos de estudio

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Quiero referenciar un emprendedor	Sergio Fernando Perea Bautista	Tecnología empresarial.	Egresado.	3166294467	Gerencia@drchocolate.com.co		Es un emprendimiento de tipo social que surgió a partir de la formación que realizó el emprendedor como médico y se consolidó gracias a su formación como tecnólogo empresarial.	Sergio fernando perea tiene las características de un emprendedor, es creativo, persistente, innovador, tiene confianza en sí mismo y especialmente tiene vocación de servicio. Es motivador conocer a un emprendedor que ha volcado todo su potencial para ayudar a los más desfavorecidos, que no está interesado en generar riqueza personal sino que su interés es poder beneficiar a los semejantes a partir de sus conocimientos y cualidades.
Soy el emprendedor.	Mayra Alejandra Montes Rueda	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3045544905	Mayraalejandrareda@gmail.com	Cera a base de miel y azúcar totalmente natural	Natural y menos dolor	Porque hay muchas ceras de una variabilidad de ingredientes y no son a totalidad naturales, los cuales afectan las pieles

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Soy el emprendedor.	Fanny Nájera Cuadros	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3132221296	Fasuna93@hotmail.com	Tratamiento capilar y facial a base de sábila áloe vera con propiedades para el mejoramiento facial y capilar, teniendo en cuenta que la sábila es un producto el cual esta obtenido una gran acogida a nivel de todo.	Tiene cualidades como revertir daños ocasionados por el uso de secadores, tratamientos químicos, y a nivel facial revertir las arrugas pronunciadas, que se solucionarían con las propiedades que tiene la sábila.	Por mis ganas de hacer de que el producto tenga una buena acogida
Soy el emprendedor.	Blanca Isabel Ortiz Camacho	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3173670604	Blaisort@gmail.com	Acompañamiento logístico para el adulto mayor.	Porque es una necesidad real que existe en barrancabermeja, donde gracias a las dos zonas francas que se están desarrollando en Bucaramanga la mayor parte de las citas con especialistas las envían a Bucaramanga y ellos requieren acompañamiento y muchas veces sus familiares no pueden acompañarlos.	Considero que es necesario destacar el empeño, la investigación y osadía de haber puesto esta idea emprendedora en la iniciativa que saco la alcaldía de Barrancabermeja el año anterior con emprender con Barrancabermeja y quedar entre los cinco finalistas.

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Soy el emprendedor.	Jenifer Catherine Castellanos Cuchia	Tecnología empresarial.	Estudiante.	6949801	Jenifercc410@gmail.com	Jardin casita de la uis	Primero que todo para esta idea del jardín infantil me parece muy importante para que las estudiantes y trabajadores de la uis tenga un lugar seguro como no en nuestra empresa que poco a poco será empresa real ya que la estamos creando y lo mejor que nuestra idea tiene lo que no tiene un jardín infantil innovador cuento un poco va a tener internado bilingüismo desde 0 a 24 meses edad en adelante	Me considero como emprendedor quiero superar mis miedo para emprender , primero que todo quiero ayudar a la juventud a no vea a los niños como un problema para estudiar ,para eso estamos nosotros para prestar tu servicios

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describa el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Soy el emprendedor.		Gestión empresarial.	Egresado.	3175585717	Santo16@hotmail.com	Finca agro turística, con hospedaje en entorno natural y senderismo ecológico.	<p>Guadalupe se proyecta como epicentro turístico de gran importancia en el departamento de santander, siendo guadalupe una población sin capacidad tanto hotelera como de restaurantes para atender la cantidad de turistas extranjeros y nacionales que llegan cada semana al municipio; contar con una finca agro turística que supla las necesidades básicas de los turistas a la vez ofrezca alojamiento y recorridos ecológico a los diferentes sitios naturales con los que cuenta el municipio, ayudaría a suplir muchas falencias con las que cuenta guadalupe en cuanto a turismo se refiere</p>	<p>Las nuevas ideas de negocio basadas en estudios previos para establecer la demanda insatisfecha de los consumidores y entrar en el mercado haciendo nueva empresa ayuda a impulsar la economía regional y nacional, además que la generación de nuevos empleos conlleva a que los emprendedores sea parte importante del desarrollo de las regiones</p>

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Soy el emprendedor.	Ivan Darío Díaz Delgadillo	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3124598187	Diaz95delgadillo@gmail.com	Mora de castilla orgánica tecnificada empacada en acetato transparente	Por su rentabilidad, formalidad en el mercado e innovación	Por su ardua investigación en este campo
Soy el emprendedor.	Diana Patricia Rueda	Tecnología empresarial.	Egresado.	3052510358	DianapaticoruEDA2009@hotmail.com	Tu casa, sabor aroma y tradición, es una idea de negocio que busca aprovechar al máximo el turismo y permite la diversión entre propios y turistas	Tiene valor agregado y diferenciador de muchas empresas y negocios	Es creativo, conoce el tema y la región
Soy el emprendedor.	Geinny Johanna Quintero Bautista	Tecnología empresarial.	Egresado.	3138320562	Joqui_2006@yahoo.es	Los cristales	Porque en la región no existe esa oferta en la región	Porque logra ofrecer un espacio diferente para la diversión toda la familia disfrutando de la naturaleza
Quiero referenciar a un emprendedor	Shannel Rodríguez	Gestión empresarial.	Estudiante.	300 634 1143	Shannel_2006@hotmail.com	Confección de ropa y crochet.	Porque es una forma de vivir de manera sostenible y de crear empresa.	Porque su actividad académica, siempre está enfocada a su parte práctica y de empresa.
Soy el emprendedor.	Nati Juliana Vargas Aguilar	Tecnología empresarial.	Estudiante.	32022244797	Na_ti11@hotmail.com	Comercialización y empaque de miel de caña para el consumo familiar	Por qué en el mercado no hay una empresa que se dedique a ello y porque es un endulzante natural y que no necesita de ningún químico para su conservación. También se destacara y aprovechará la	Por qué este pretende brindar al mercado un producto natural y económico para el mercado y porque quiere resaltar y destacar el aprovechamiento adecuado de la caña de azúcar de la región

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
							materia prima como lo es la caña de azúcar.	
Soy el emprendedor.	Liliana Kleinner Quijano	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3184021502	Kleinner07@hotmail.com	Factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de bolsos artesanales en retal de cuero, en Bucaramanga. 2015 - junio emprendedores	Trabajo dirigido y realizado a madres cabezas de familia de bajos recursos.	Proyecto que ayuda con el medio ambiente.
Soy el emprendedor.	Luis David Castrillón Gamboa	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3106071448	David-rey150@hotmail.com	Red de mercadeo	Por qué después de estudios es viable	Porque la idea y el emprendedor se complementan
Soy el emprendedor.	Laura Rodríguez	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3184219837	Laurar.c.1.9.2.6@gmail.com	Lau accesorios, marca de diseño de joyas y accesorios, que inspiran protección	Joyas con diseños exclusivos, he inspiradores, brindamos accesorios llenos de seguridad, y buenas energías, cada pieza de lau accesorios está llena de detalles y sentido.	El éxito no significa una compensación económica, sino más bien de auto realización y satisfacción, esto es lo que se obtiene cuando se destaca el emprendimiento o la labor prestada o lograda mediante el mismo.

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Soy el emprendedor.	Juliana Valenzuela	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3112102501	Julianalluvia05@gmail.com	Comercialización de miel de caña empacada, como edulcorante natural para consumo familiar.	Porque es un edulcorante natural que en la actualidad no se consigue fácilmente en las grandes ciudades y presenta buena acogida por los consumidores debido a las diversas propiedades que posee	Porque se está ofreciendo un producto colombiano totalmente natural para endulzar alimentos de manera saludable
Soy el emprendedor.		Tecnología empresarial.	Estudiante.	3138802234	Rhgt-79@hotmail.com	Cultivo de guayaba tecnificada tipo regional.	por la viabilidad del proyecto y las posibilidades de ser sostenible.	Por la persistencia en la elaboración del proyecto
Soy el emprendedor.	Cristhian Alexander Morales Bareño	Gestión empresarial.	Estudiante.	3158761638	Cristhianmorales_cvy@hotmail.com	Mi idea de negocio de emprendimiento es una fábrica de embutidos, en la que se utilicen carne de pez, de conejo, de curí, entre otros; esta idea surge ya que en el mercado solo encontramos embutidos a base de carne de res, cerdo y gallina.	Muchas personas como turistas y amantes de la gastronomía colombiana, quienes serían nuestros principales clientes, les gustarían poder encontrar en almacenes de cadena, tiendas y salsamentarias, un producto de fácil preparación y con un sabor diferente a los ya	Porque esta además de ser una idea de emprendimiento es una idea innovadora que generaría desarrollo en la región y nuevos empleos para los habitantes de esta.

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describa el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
							existentes en el mercado.	
Soy el emprendedor.	Arbey Flórez Peña	Gestión empresarial.	Egresado.	3122887050	Arflorez09@gmail.com	Ediciones a&p s.a.s. Fue creada hace 8 años. Se dedica a editar, producir y comercializar textos escolares para el área de educación artística.	Aunque nació en santander, actualmente tiene participación en colegios de las principales ciudades del país.	Particularmente no me interesa que se me destaque como emprendedor, sino que pueda servir de referente para otros alumnos que desean ser emprendedores.
Soy el emprendedor.	Geinny Johanna Quintero Bautista	Tecnología empresarial.	Egresado.	3138320562	Joqui_2006@yahoo.es	Piscina los cristales	Porque es un proyecto que envuelve el campo, la familia y el deporte extremo en la piscina los cristales vas a encontrar diversidad en plantas para proteger el medio ambiente, la piscina, restaurante, y una pista para realizar moto cross y bici cross.	Por promover el turismo en una región donde no la hay
Soy el emprendedor.	Willigton Sanjuan Muñoz	Gestión empresarial.	Egresado.		Piliscasan@hotmail.com	Terminal de transporte ocaña s.a.	Porque es un servicio que es un beneficio para todos los ocañeros en general	Por ser un emprendedor con ideas innovadoras para el desarrollo de una comunidad.

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describa el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Soy el emprendedor.	Trina Gualdrón Pinto	Gestión empresarial.	Egresado.	3163310246	Gerencia@ceprode.co	Nuestra empresa de consultoría apoya a los estudiantes, profesionales y empresarios, en la búsqueda de sus objetivos, proyectándose como seres: idóneos, comprometidos, líderes de cambio, innovadores y creativos. Ceprode apalanca dichos procesos, diseñando un trabajo estructurado, guiado y elaborado de manera original, entregando resultados con garantía y calidad.	Porque es vendible y sostenible en el mercado, con 5 años en el mercado.	Para reafirmar nuestra propuesta de valor.
Soy el emprendedor.		Gestión empresarial.	Egresado.	3165821128	Upsprotel@gmail.com	Ups protecciones y telecomunicaciones ; empresa que brinda soluciones integrales en	La inversión en tecnología de empresas y personas debe contar con protección y soporte	Pasión a su trabajo e idea de negocio

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describa el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
						infraestructura tecnológica	que preserve su vida útil.	
Soy el emprendedor.	Mabel del Carmen Carvajal	Gestión empresarial.	Egresado.	3132454756	Mcarvajalvaeza@gmail.com	Creación de una empresa productora de helado con sabor a cerveza	Porque es un sabor nuevo en el mercado de los helados	Por su innovación
Soy el emprendedor.	José Manuel Molina Mendoza	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3162748936	Josemanuelmolinam@gmail.com	Milimetrica sas	Es un servicio, que se desarrolla en un modelo de negocios innovador en la relación con el cliente y las mismas características del servicio.	Persistencia
Quiero referenciar a un emprendedor	Arelis Mateus	Tecnología empresarial.	Egresado.	315 3516978	Arelismetheus@gmail.com	Clara luna store accesorios para mujeres	Es una iniciativa que surgió en el proceso de formación de la emprendedora y se ha consolidado en la región, iniciando un camino hacia su presencia nacional; clara luna store participó en la elaboración de los accesorios para la señorita santander 2016.	Arelis mateus ha demostrado persistencia y compromiso con su idea, es una trabajadora social que se interesó por el mundo empresarial y por esta razón estudió tecnología empresarial.

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describa el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Quiero referenciar a un emprendedor	Ángel Custodio Acuña Llanes	Tecnología empresarial.	Egresado.	315 3162172	Angel@inal.com.co	Industrias acuña ltda	Industrias acuña ltda., desarrolló una planta extractora de aceite de palma que no deja residuos y una tecnología que ahorra agua y energía, desarrollo que le hizo merecedor del premio colombiano a la innovación (innova), el cual es entregado por el ministerio de comercio, industria y turismo, que busca estimular la investigación aplicada, la creatividad, el diseño y la innovación como herramientas para que las pequeñas y medianas empresas (mipymes) puedan competir globalmente.	Ángel custodio acuña llanes, recibió el reconocimiento a la innovación y sostenibilidad 2014, otorgado por la cámara de comercio de bucaramanga, el año 2014, el tecnólogo empresarial ángel custodio acuña llanes, recibió el premio gacela, otorgado por el banco de bogotá a las empresas de rendimiento superior en colombia, las cuales son las que mejor preparadas se encuentran para enfrentar un escenario de alta competencia, el año 2014, el tecnólogo empresarial ángel custodio acuña llanes, fue catalogado entre los 100 gerentes más exitosos del 2014 en la categoría pymes, según la revista gerente.
Quiero referenciar a un emprendedor	Yemerson Hernández Martínez	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3218886599	Martínezmendezisabel@gmail.com	Café	Desarrollo de actividades	Porque lo anima a seguir adelante
Quiero referenciar a un emprendedor	Elkin Zabala	Gestión empresarial.	Estudiante.		Vaza26@gmail.com	Construcción	Porque empezó empíricamente	Por el deseo de profesionalizarse

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Soy el emprendedor.	Sandra liliana estévez garcia	Gestión empresarial.	Estudiante.	3138864155	Sandes01@hotmail.com	<p>Considero que gracias a los conocimientos adquiridos en el desarrollo de la carrera, y la oportunidad que brinda la universidad para que personas que no pueden estudiar una carrera presencial, puedan superarse son las beses para el éxito. En mi caso he hecho carrera con la empresa que laboro donde inicie como vendedora de mostrador, luego cajera, administradora de punto de venta, analista de ventas y actualmente desarrollo el cargo de analista senior de compras. Los conocimientos adquiridos han sido el soporte para</p>	<p>Porque es un ejemplo a seguir, ya que cuando se propone una meta y se trabaja para ella se puede alcanzar. En la compañía donde laboro llevo varios años, pero cada día se debe mostrar resultados como si acabaras de iniciar un nuevo proyecto.</p>	<p>Para que se le importancia que lo que ha hecho está bien, y pueda ser ejemplo para futuros estudiantes.</p>

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describa el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
						lograr crecer a pesar de las adversidades. Cuando cursaba el 3 semestre de la tecnología fui diagnosticada con cáncer de mama, situación que no fue inconveniente para continuar con mis estudios y proyectos de superación.		
Quiero referenciar a un emprendedor	Ángel Acuña	Tecnología empresarial.	Egresado.	Ángel acuña	Angel@inal.com.co	Empresa de la industrial metalmecánica	El egresado ha sido destacado por los procesos de innovación en su organización	Por su trayectoria
Soy el emprendedor.	Jose Leonardo Castañeda Cortes	Gestión empresarial.	Egresado.	3165644967	Josegeempresa@gmail.com	Fabricación y comercialización de crispetas de sabores	Tiene un enfoque técnico y comercial	Por sus perseverancia para lograr lo que quiere
	No conozco a ningún emprendedor							
Soy el emprendedor.	Larissa Barón Cobos	Gestión empresarial.	Egresado.	3007601764	Larissab650@gmail.com	Tesis sobre reciclaje de llantas	Por la implementación a nivel nacional que se llevara	Por las bases de innovación e investigación del mismo

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Quiero referenciar a un emprendedor	Andrea Ayala Vera	Tecnología empresarial.	Estudiante.	318-7290938	Andreita.28@hotmail.com			
Soy el emprendedor.	Liliana Kleinner Quijano	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3184021502	Kleinner07@hotmail.com	Factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de bolsos artesanales en retal de cuero, en bucaramanga	Social y le apuesta al medio ambiente	Se obtuvo el reconocimiento por realizar las mejores sustentaciones de los proyectos presentados bajo la asignatura mercadeo, ventas y publicidad, del programa tecnología empresarial 2015.
Soy el emprendedor.	Mauricio Ditta Remolina	Tecnología empresarial.	Estudiante.	3162269482	Dittamauricio@gmail.com	Granel	Porque es un negocio que ha perdido el sentido de hace muchos años, pero esta idea viene con muchas cosas modernas para los clientes.	Es un incentivo en su proceso de crear empresa.
Soy el emprendedor.	Rubiela Pedraza Fajardo		Estudiante.	3203593915	Texitelas@hotmail.com	Betún artesanal a base de cáscara de plátano	Se trabaja con un subproducto o desecho	Son los de las brillantes ideas
Soy el emprendedor.	Rubiela Pedraza Fajardo		Estudiante.	3203593915	Texitelas@hotmail.com	Bocadillo de plátano	Se materializan las ideas y se dan a conocer	Por su entrega en obtener un excelente producto

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describa el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Soy el emprendedor.	María Fernanda Balaguera León	Gestión empresarial.		3102398998	Fernanda0104balaguera@hotmail.com	Servicio y asesoría en neurocoaching, entrenamientos a equipos comerciales, conferencias motivacionales.	Por qué se trata de promover el desarrollo personal y profesional desde el interior.	
Soy el emprendedor.	Salustiano Cristancho Dueñas		Egresado.	3103261851	Salustiano22@yahoo.es	Productor y comercialización de cítricos, citrisander.	Se ha destacado en importante fundación aurelio llano posada, como un gran emprendedor líder, ha recibido recursos por entidades.	Ha liderado un buen emprendimiento, con reconocimiento.
Soy el emprendedor.	Claudia patricia ramírez rivera y luz adriana fuentes jaimes	Gestión empresarial.	Estudiante.	3178637017 - 3187772193	Lafj2581@hotmail.com	Factibilidad para la producción y venta de pan a base de avena, café y maíz.	Porque posee tres líneas de productos diferenciadoras en el sector panadero y tendrá un punto caliente para disfrutar el pan con un buen tinto.	Porque se ha realizado un estudio de factibilidad en la tecnología y tiene conocimiento profundo de las fórmulas de preparación y del sector panadero.
Referenciador	Virgilio Antolinez	Gestión empresarial	Graduado	311 2847510	virgilioantolinez@gmail.com	Auditorías empresariales		
Referenciador	Marisol Pinilla	Gestión empresarial	Estudiante	316 5772514		Helados de una fruta exótica (traída del amazonas)	Producto exquisito, nadie lo ha hecho y es saludable.	Por compartir una idea nueva.

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Emprendedor	Innent María Herrera Orduz	Gestión empresarial	Estudiante	300 2901082	inkentmaria@yahoo.es	Record file sas es una empresa de gestión documental donde ofrece programas para correspondencia - archivo - software para discotecas y restaurantes mediante medios digitales, entre otros.	Estos programas ayudan al mejoramiento de los procesos de las empresas y ayuda al servicio al cliente.	
Emprendedor	Diana Trisancho Carlier	Tecnología empresarial	Estudiante	316 2116365	dianatristancho@gmail.com			
Referenciador	Sandra patricia siza	Gestión empresarial	Graduado	317 6609859		Mujer ejemplar, autónoma, luchadora, capaz de cumplir todos los objetivos trazados.		Orientación al logro.
Emprendedor	Edgar Ricardo Gemade Pinzón	Tecnología empresarial	Estudiante	300 2296583	ricardo.gemade@gmail.com	Es una agencia publicitaria, que se complementa con el manejo de fotografía y video para el cubrimiento de eventos y producción audiovisual con fines comerciales.	Porque se complementa el tema de publicidad con la fotografía y video para el desarrollo de campañas y cubrimiento de eventos.	Porque logro unir el conocimiento y la experiencia de un grupo de personas que trabajaban individualmente para crear una nueva propuesta para el público, una sola empresa.
Referenciador	Andrea Suli	Tecnología empresarial	Estudiante	316 3504383				

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
Emprendedor	Erika Zulay Abaunza	Tecnología empresarial	Estudiante	316 8504427	erikazulay@hotmail.com	Helados artesanales con un lugar petfriendly.	Porque piensa en la salud de las personas y además en el corazón también porque permite que las personas puedan llevar sus mascotas al lugar.	
Emprendedor		Tecnología empresarial	Estudiante	322 3344764	nanita_1909@hotmail.com	Desengrasante multiusos para el aseo del hogar.	Porque es un producto que le brindará diferentes beneficios para el aseo de su hogar en un solo producto.	
Emprendedor	Ahiezer Sánchez Martínez	Gestión empresarial	Estudiante	316 5213815	ahiezersanchez@hotmail.com	Modecol estilo y diseño mobiliario ya existente (mobiliario de oficina y exportación jacuzzis)	Producto innovador en el mercado a módicos precios.	
Emprendedor		Tecnología empresarial	Estudiante	317 7836104	clasantos81@gmail.com	Idea de emprendimiento de jabón desengrasante multiusos hará la limpieza del hogar.	Por sus valores agregados y la alta demanda.	
Emprendedor		Tecnología empresarial	Estudiante	318 8401159		Empresa prestadora de servicio en srin personalizado para	Porque es personalizado y se complace al cliente en cuanto al diseño que	

¿Quién soy?	Nombre del emprendedor.	Programa académico que está cursando o del cual es egresado.	Tipo de vinculación con la UIS.	Teléfono.	Correo Electrónico	Describe el emprendimiento o la empresa del emprendedor.	¿Por qué considera que la idea de emprendimiento es destacable?	¿Por qué considera que se debería destacar al emprendedor?
						todo tipo de ocasión.	se desee (camiseta, gorra).	
Emprendedor	Alexandra isabel peñaloza bermúdez	Gestión empresarial	Estudiante	6194757	alipebe@hotmail.com	Ofrecemos accesorios y ropa para mascotas tejidas dando la oportunidad de personalizar las prendas.	Porque actualmente el bienestar de las mascotas es muy importante para las personas	Por la acogida en el mercado de los productos para las mascotas, también se evidencia pocos competidores.
Emprendedor		Gestión empresarial	Estudiante	316 8141847	nesleon@hotmail.com	Técnica sublimación o <i>screen</i> personalizado.	Es una técnica para personalizar nuestros sueños y lucirlas en camisetas, gorras, como son fotos y muchas otras cosas.	