

**EVALUACIÓN DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL IPRED DE LA
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER**

DIANA ROCIO HERNÁNDEZ QUINTERO

PAULA PATRICIA MUÑOZ VARGAS

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICOMECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA**

2015

**EVALUACIÓN DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL IPRED DE LA
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER**

DIANA ROCIO HERNÁNDEZ QUINTERO

PAULA PATRICIA MUÑOZ VARGAS

**Pasantía de investigación para optar al título de
Ingeniero Industrial**

Directora

AURA CECILIA PEDRAZA AVELLA

PH.D. Ciencias Económicas

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍAS FÍSICOMECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
BUCARAMANGA**

2015

Dedico este logro a mi padre Raúl, por todo su esfuerzo, amor y paciencia durante mi carrera.

A mi madre, por su amor y consejos.

A mis hermanas, por su amistad y apoyo incondicional.

A Freddy por su amor, enseñanza, fortaleza y paciencia.

A mi amiga y compañera Paula, por su carisma, dedicación, perseverancia y por compartir conmigo alegrías y tristezas durante esta etapa.

Y a todas las personas, que contribuyeron a la persona y profesional que soy.

Diana Hernández Quintero

A mi madre Victoria, quien me motivó desde niña a alcanzar la excelencia y a cumplir todos mis sueños, sin importar cuan grandes fueran. Ella fue y será siempre mi gran amor.

A mi padre Freddy, quien me apoyó incondicionalmente en cada etapa de mi carrera y fue mi sostén en los momentos más difíciles.

A mi tía Patricia, quien desempeñó el papel de segunda madre, aconsejándome y brindándome lo mejor de sí en cada etapa de este camino.

A mi familia en Cartagena y a mi abuelito Antonio, por motivarme a ser una persona mejor cada día y ofrecerme todo su amor incondicionalmente.

A mi Dani por ser tan especial y amoroso, y por brindarme la fuerza necesaria para seguir adelante.

A mis amigos Ariel y Steven, por estar conmigo en todo momento y por creer en mí incluso cuando yo no lo hacía.

A mi amiga y mi compañera Diana, por acompañarme en este camino y compartir alegrías y tristezas en el desarrollo del proyecto.

Paula Patricia Muñoz Vargas

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	18
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	23
3. OBJETIVOS.....	26
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	26
3.1.1 Objetivos específicos.....	26
4. REVISIÓN DE LA LITERATURA	28
4.1. EMPRENDIMIENTO.....	29
4.2. TIPOS DE EMPRENDIMIENTO.....	33
4.2.1 Ecosistema de emprendimiento.	36
4.2.2. Cadena de emprendimiento.	38
4.3 EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA.....	39
4.4 FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO	43

4.5	UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA.....	45
4.5.1	Actitudes que desarrollan capacidades para emprender.	50
4.5.2.	Prácticas alrededor del emprendimiento en la universidad.	52
4.5.3	Mecanismos de apoyo al emprendimiento universitario.	54
4.5.4	Centros de formación, asesoramiento e incubación de ideas de negocio.	56
5.	DESCRIPCIÓN DE LOS MECANISMOS DE APOYOS AL EMPRENDIMIENTO DEL IPRED	59
5.1	INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA – IPRED-.....	60
5.1.1	Misión del IPRED.	61
5.1.2	Visión del IPRED.	61
5.1.3	Programas académicos del IPRED	62
5.1.4	Programa de Tecnología Empresarial.	63
5.1.5	Programa Agroindustrial.....	688
5.1.6	Evento Académico y Científico Emprendedores.....	71
5.2	UIS EMPRENDE	91

6. BENCHMARKING DE CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO.....	93
6.1 MODELO DE PROCESO DE BENCHMARKING.....	94
6.1.1. Determinar a qué se le va a hacer el Benchmarking..	94
6.1.2 Formar un equipo de Benchmarking.	94
6.1.3 Identificar a los socios del Benchmarking.).....	95
6.1.4 Recopilar y analizar la información del Benchmarking.	99
6.1.5 Actuar.....	101
7. RESULTADOS DEL IPRED EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE EGRESADOS	109
7.1 PREPARACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.....	109
7.1.1 Diseño de la encuesta dirigida a egresados.	110
7.2 RECOLECCIÓN DE DATOS.....	112
7.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	114
7.3.1 Sección: Egresados que crearon empresa.	114
7.3.2 Sección: Egresados que no crearon empresa.	115
7.3.3. Principales hallazgos de la aplicación de la encuesta a egresados del IPRED.	116

7.3.4 Casos de estudio de los egresados que crearon empresa.....	.117
7.4 ARTÍCULO DE CARÁCTER PUBLICABLE.....	120
8. PROPUESTAS DE MEJORA PARA LOS MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DEL IPRED	121
9. CONCLUSIONES	127
10. RECOMENDACIONES.....	129
BIBLIOGRAFIA136
ANEXOS.....	136

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Definiciones de emprendimiento	32
Tabla 2 Tipos de emprendimiento según las características del proyecto o la empresa	34
Tabla 3 Tipos de emprendimiento según los beneficios obtenidos	35
Tabla 4 Tipos de emprendimiento según su objetivo de desarrollo	35
Tabla 5 Tipos de emprendimiento según el nivel tecnológico	36
Tabla 6. Modelos teóricos del concepto de Universidad Emprendedora	49
Tabla 7 Actitudes que desarrollan capacidades para emprender.	50
Tabla 8. Mecanismos de apoyo al emprendimiento.....	54
Tabla 9 Programas académicos del IPRED.....	62
Tabla 10 Datos de la versión 23 del evento Emprendedores.....	77
Tabla 11 Evento Emprendedores en las Sedes.....	81
Tabla 12 Formato Concurso Emprendedores	82
Tabla 13 Fuentes para recopilar la información del Benchmarking	96
Tabla 14 Universidades seleccionadas para el Benchmarking	99
Tabla 15 Formato para recopilar la información del benchmarking	100
Tabla 16 Buenas prácticas en la organización de concursos de emprendimiento universitarios (Estados Unidos y Europa)	102
Tabla 17 Buenas prácticas en la organización de concursos de emprendimiento universitarios (Latinoamérica)	104
Tabla 18 Buenas prácticas en la organización de concursos de emprendimiento universitarios (Colombia)	106
Tabla 19 Egresados participantes de las historias empresariales	117
Tabla 20 Modulo propuesto del Evento Emprendedores	122
Tabla 21 Propuestas de mejora a los mecanismos de apoyo al emprendimiento.....	126

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Proceso de emprendimiento	33
Figura 2. Proceso emprendedor según la etapa en cadena de emprendimiento...	38
Figura 3. Tubería empresarial Colombia 2013.....	42
Figura 4. TEA acumulada 2006- 2013	43
Figura 5 Prácticas alrededor del emprendimiento en la Universidad	53
Figura 6 Áreas de formación de Tecnología Empresarial	65
Figura 7 Plan de estudios estructurado por ejes integradores	655
Figura 8 Programa Agroindustrial	700
Figura 9 Línea de Tiempo del Evento Emprendedores.....	78
Figura 10 Comité del Evento Emprendedores	79
Figura 11 Proceso de Spendolini	95

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. Formato guía para entrevistas semi-estructuradas.....	131
ANEXO B. Evidencia fotográfica de las entrevistas realizadas a los agentes clave del IPRED.....	141
ANEXO C. Evidencia fotográfica de asistencia del equipo investigador al Evento Emprendedores.....	143
ANEXO D. Estructura curricular del programa de Tecnología Empresarial.....	145
ANEXO E. Estructura curricular del programa de Tecnología Agroindustrial.....	146
ANEXO F. Instrumento de recolección de información de concursos nacionales..	147
ANEXO G. Benchmarking mecanismos de apoyo al emprendimiento universitario.....	153
ANEXO H. Buenas prácticas de mecanismos de apoyo al emprendimiento universitario	314
ANEXO I. Encuesta aplicada a los egresados.....	346
ANEXO J. Consentimiento informado.....	364
ANEXO K. Análisis de resultados de la encuesta aplicada a los egresados.....	367
ANEXO L. Evidencia fotográfica de entrevistas con emprendedores.....	431
ANEXO M. Casos de estudio de emprendedores.....	436
ANEXO N. Ponencia: Emprendimiento universitario en el sector agrícola: Caso Piñagro.....	453
ANEXO O. Artículo de carácter publicable.....	468

RESUMEN

TÍTULO

EVALUACIÓN DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL IPRED DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER*

AUTORES

DIANA ROCIO HERNÁNDEZ QUINTERO**
PAULA PATRICIA MUÑOZ VARGAS**

PALABRA CLAVES

Emprendimiento, emprendimiento universitario, mecanismos de apoyo, creación de empresas, concursos.

DESCRIPCIÓN

Este trabajo de grado tuvo como objetivo evaluar la creación de empresas generadas a partir de los mecanismos de apoyo al emprendimiento del INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA –IPRED- de la Universidad Industrial de Santander, basado en los resultados empresariales de una muestra de egresados del programa de Tecnología Empresarial. El estudio se realizó de forma descriptiva desarrollando revisión de literatura, encuestas, entrevistas semiestructuradas y revisión de información institucional.

Se presenta la descripción y caracterización de Tecnología Empresarial, Programa Agroindustrial y del Evento académico y científico Emprendedores, información relacionada con perfil socioeconómico de los egresados que crearon y no crearon empresa, las empresas creadas y los mecanismos de apoyo al emprendimiento recibidos de la universidad. Igualmente, se muestra la identificación de buenas prácticas a nivel nacional e internacional relacionadas con mecanismos de apoyo al emprendimiento de instituciones de educación superior y las propuestas de mejora realizadas a los mecanismos de apoyo a la creación de empresas ofrecidos por el IPRED.

La investigación brinda información que le permite al IPRED conocer la influencia de los mecanismos de apoyo al emprendimiento ofrecidos. Los resultados sugieren que a pesar de los apoyos al emprendimiento ofrecidos por la universidad, pocos son los estudiantes que han creado empresa; por tal razón, se concluye que la universidad debe focalizar sus esfuerzos en el establecimiento de una política de emprendimiento efectiva y lo suficientemente robusta que incentive la cultura emprendedora.

* Trabajo de Grado

** Facultad de Ingenierías Físico-Mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Directora Aura Cecilia Pedraza Avella

ABSTRACT

TITLE

EVALUATION OF THE CREATION OF VENTURES IN THE IPRED OF THE UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER*

AUTHORS

DIANA ROCIO HERNANDEZ QUINTERO**
PAULA PATRICIA MUÑOZ VARGAS**

KEYWORDS

Entrepreneurship, university entrepreneurship, support's mechanisms, business creation, plan business competitions.

DESCRIPTION

This degree work was to evaluate start-ups generated from the mechanisms to support entrepreneurship INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA – IPRED- of the Universidad Industrial de Santander, based on the business performance of a sample of Graduates of the Business Technology program. The study was conducted descriptively developing literature review, surveys, structured interviews and review of institutional information.

The description and characterization of Tecnología Empresarial, Programa Agroindustrial and Evento Académico y Científico Emprendedores, information related to socioeconomic profile of graduates who created and not created company, the companies created and mechanisms to support entrepreneurship university received presents. Similarly, the identification of good practice at national and international level related to mechanisms to support entrepreneurship in higher education institutions and the improvement proposals made to support mechanisms for start-ups offered by the IPRED shown.

The research provides information that allows the IPRED know the influence of mechanisms to support entrepreneurship offered. The results suggest that despite the support to entrepreneurship offered by the university, few students have created enterprise; for this reason, it is concluded that the university should focus their efforts in establishing an effective policy entrepreneurship and robust enough to encourage an entrepreneurial culture.

* Trabajo de Grado

** Facultad de Ingenierías Físico-Mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Directora Aura Cecilia Pedraza Avella

INTRODUCCIÓN

Actualmente el papel de las universidades no se limita sólo a las actividades de enseñanza e investigación. La sociedad exige una mayor implicación de las universidades en el desarrollo económico y social del territorio. Este proceso ha originado la aparición y consolidación de un nuevo tipo de universidad: la universidad emprendedora. La consolidación de la “tercera misión” como mecanismo de reorientación de las universidades y el interés de los diferentes niveles de gobierno en cada territorio en la participación activa de las universidades en el desarrollo económico y social, promueve la concreción de un nuevo entorno favorable a la implantación y desarrollo del emprendedurismo y la colaboración universidad-empresa. En este nuevo entorno debe dar cabida a nuevos agentes entre los ya existentes que, de forma conjunta, van a desempeñar papeles distintos con el fin de propiciar la implicación de las universidades en esa tercera misión³.

La Universidad Industrial de Santander dentro de su Plan de Desarrollo, plantea crear y estimular una cultura institucional que promulgue el emprendimiento y la creación de empresa. La investigación expuesta en el presente proyecto de grado, busca evaluar los resultados en creación de empresas en el Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED) a partir de los resultados empresariales de los egresados de Tecnología Empresarial teniendo en cuenta que el evento académico y científico Emprendedores es el mecanismo donde confluyen todos los apoyos al emprendimiento del instituto; lo anterior, con el objetivo de contribuir a la construcción de una verdadera política institucional orientada al emprendimiento por parte de sus estudiantes.

³ JIMENEZ, Fernando. El Fomento del Emprendedurismo Universitario a Través de un Modelo Integrador. En: Repositorio Institucional del CSIC. Código 185. 2010.

Posterior a la introducción, en el presente proyecto de grado se presentan 9 capítulos, numerado del 1 al 9, a partir de los cuales se estructura la investigación: El capítulo 1 corresponde a las generalidades del proyecto, encontrando el planteamiento del problema, los objetivos del proyecto y la justificación del proyecto; El capítulo 2 presenta la revisión de literatura, la cual parte de los conceptos generales del emprendimiento y concluye particularmente en los mecanismos de apoyo al emprendimiento universitario; El capítulo 3 muestra la descripción de los mecanismos de apoyo al emprendimiento ofrecidos por el IPRED, principalmente del Evento Emprendedores y la metodología para la elaboración del artículo; El capítulo 4 evidencia la metodología utilizada para la realización del benchmarking de mecanismos de apoyo al emprendimiento universitario y las mejores prácticas obtenidas; En el capítulo 5 se despliega la metodología para obtener los resultados de los egresados en creación de empresas y principales resultados obtenidos; El capítulo 6 presenta las propuestas de mejora sugeridas por el equipo de investigación a los mecanismos de apoyo al emprendimiento ofrecidos por el IPRED, específicamente al Evento Emprendedores; Finalmente los capítulos 7 y 8 presentan las conclusiones y recomendaciones respectivamente. Adicionalmente y para finalizar, se presentan anexos que contienen el benchmarking de mecanismos de apoyo al emprendimiento universitario y los resultados en creación de empresas de los egresados de tecnología empresarial.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las problemáticas sociales y económicas del país como el aumento de la tasa de desempleo a 9,5% en abril⁴, así como las políticas públicas que buscan dinamizar la economía, han volcado los esfuerzos de la universidad al fomento y promulgación del espíritu emprendedor en los estudiantes, buscando generar crecimiento económico sostenido. En consecuencia, se ha ido construyendo una cultura emprendedora universitaria, a través de la inclusión de cátedras de emprendimiento, programas de emprendimiento y otros mecanismos de apoyo que promuevan la creación de empresas innovadoras desde el ámbito académico.

La educación empresarial influye en el comportamiento emprendedor (Kolvereid y Moen, 1997) y la tendencia empresarial (Henderson y Robertson, 1999; Lüthje y Franke, 2002; Sexton y Bowman, 1983)⁵. Desde este punto de vista, es deber de la universidad, ofrecer los espacios e instrumentos, que favorezcan el desarrollo del espíritu emprendedor, incentivando a los estudiantes a optar por la creación de empresas innovadoras, como un plan de vida –a largo plazo- responsable, visionario y que impacte a la sociedad.

Es así que la Universidad Industrial de Santander, define su política de emprendimiento para enmarcar y unir los tipos e iniciativas de apoyo al emprendimiento de la universidad, buscando permear todos los programas del claustro académico.

⁴Mercado laboral Abril de 2015 [en línea]. DANE. [Citado el 26 de mayo de 2015] Disponible en: <<http://www.dane.gov.co/index.php/esp/component/content/article/144-noticias/noticias/6148-mercado-laboral-abril-2015>>

⁵ O'CONNOR, Allan. Op. cit., p. 546-563.

Un ejemplo claro de las iniciativas de apoyo al emprendimiento de la universidad, es la creación del programa de Tecnología Empresarial en el año 1983, el cual está estructurado curricularmente en función de formar personas emprendedoras. Uno de los propósitos del programa es buscar que el estudiante adquiera competencias cognitivas, socio-afectivas y comunicativas que lo ayuden a desempeñarse como gestor de emprendimiento y creador de empresas, piezas esenciales para el fomento del desarrollo empresarial. En este sentido, Tecnología Empresarial con su misión y estructura curricular se propone promover la creación de empresas a partir de las iniciativas emprendedoras de los estudiantes con la consolidación de un *plan emprendedor* que comprende un plan de negocio que condensa lo que se ha trabajado desde el primer semestre hasta sexto semestre, producto con el cuál finaliza la formación tecnológica⁶.

Adicionalmente, para fortalecer la promoción del emprendimiento, Tecnología Empresarial crea en 2004 el evento académico y científico *Emprendedores* con el propósito de presentar los *planes emprendedores* que el estudiantado desarrolla durante el programa académico, convirtiéndolo no solo en el protagonista de los mecanismos de apoyo al emprendimiento, sino además, en el articulador de los mismos. Actualmente, en el evento participan todas las carreras del IPRED* con sus propuestas empresariales, siendo la mayoría de planes de negocios de estudiantes Tecnología Empresarial.

Con *Emprendedores* se promueve el desarrollo de competencias que al estudiante le permiten: comprender los procesos creativos, generar ideas de negocio que

⁶ Proyecto educativo actualizado del programa de Tecnología Empresarial. Instituto De Proyección Regional y Educación a Distancia –IPRED-. 2013.

* Los programas académicos ofrecidos por el IPRED son: Técnica profesional en Producción Agropecuaria, Tecnología Agroindustrial, Tecnología Empresarial, Tecnología en Regencia de Farmacia, Tecnología en Gestión Judicial y criminalística, Gestión Empresarial y Producción Agroindustrial.

apuntan a la resolución de problemáticas del medio de forma innovadora y creativa, aplicar la teoría empresarial y asumir el rol de agente de cambio en un mundo globalizado como el de hoy.

Es de vital importancia la realización de investigaciones que conduzcan al conocimiento de la contribución real de las iniciativas de apoyo al emprendimiento dentro de la universidad, con el objetivo de inferir el nivel de eficiencia que están teniendo. Estudios realizados por Piñerez y Pérez⁷ en 2007, y Araque y Rondón⁸ en 2013, lograron establecer que para 2007, un 14% de los graduados de Tecnología y Gestión Empresarial habían creado empresa, mientras que para 2011, un 24% comentaron haber creado empresa o estar creando empresa. Por lo anterior, resulta imperioso la realización de un estudio profundo y detallado sobre los resultados de los mecanismos de apoyo al emprendimiento del IPRED a través del desempeño empresarial de los egresados, que permita proponer mejoras en su funcionamiento.

La investigación se focaliza en el evento académico y científico *Emprendedores*, pues como se mencionó anteriormente, es allí donde convergen todos los mecanismos de apoyo al emprendimiento del IPRED, presentando las propuestas empresariales que los estudiantes generan.

⁷ PIÑEREZ C., Jennifer y PEREZ R. Yobana. Diagnóstico del desempeño ocupacional de los egresados de Tecnología y Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander.

⁸ ARAQUE A., Marleny y RONDÓN F., Adriana. Análisis comparativo del desempeño ocupacional de los graduados de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander periodo 2007-2011.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Ley 1014 de 2006, art. 1º).

La tendencia de formar emprendedores involucra en Colombia organismos gubernamentales, cámaras empresariales e instituciones de educación superior. Los índices de sobrevivencia de las empresas colombianas, la contribución de las PYME al PIB nacional, son algunos factores que justifican la formación eficiente de emprendedores.

Actualmente la Universidad Industrial de Santander dentro de su Plan de Desarrollo, plantea crear y estimular una cultura institucional que promulgue el emprendimiento y la creación de empresa. En consecuencia, el IPRED en su quehacer prevalece la formación integral de personas capaces de pensar y actuar universalmente, con visión futurista, participativa, crítica, dispuesta al emprendimiento y orientada a la construcción colectiva.

Para garantizar la calidad de la formación, El IPRED estructura el programa de Tecnología Empresarial por 5 áreas en torno a la gestión de empresas y por ejes integradores que cohesionan las actividades del plan de estudio entorno al emprendimiento. El programa de Tecnología Empresarial propone el uso de la estrategia de aprendizaje por proyectos. Una estrategia de formación mediante la cual los estudiantes planean, implementan y evalúan proyectos emprendedores que tienen aplicación en el mundo real más allá del aula de clase (Blank, 1997;

Dickinson, 1998; Harwell, 1997)⁹. Este proyecto inicia en el primer nivel del programa con la identificación de la idea emprendedora y culmina en el sexto nivel con la formulación del *plan emprendedor*, producto con el cuál finaliza su formación tecnológica.

Los planes emprendedores se presentan en el **Evento Académico y Científico Emprendedores** en el que los estudiantes dan a conocer a la comunidad las alternativas de solución que proponen a los problemas del entorno en donde habitan. El evento es el mecanismo de apoyo que da más visibilidad al IPRED en su interés por propiciar la creación de empresas, este promueve en el estudiante el desarrollo de competencias que le permiten identificar y comprender los procesos creativos empresariales, promover la mentalidad emprendedora orientada a la generación de ideas de negocio innovadoras, aplicar los conceptos relacionados con la empresa y vivenciar el rol como agente de cambio empresarial en un contexto globalizado.

En el marco del evento académico y científico Emprendedores el programa propone otras actividades de extensión o proyección a la comunidad como el foro de empresarios para dar a conocer experiencias exitosas de empresarios que promueven la creación de empresas y el fortalecimiento empresarial; conferencias magistrales que tocan temas de interés relacionados con el emprendimiento y la innovación para el sector productivo; y juegos para despertar en la comunidad la creatividad en el desarrollo de nuevas iniciativas de negocio.

⁹ GONZÁLEZ, Carina. Estrategias para trabajar la creatividad en la educación superior: pensamiento de diseño, aprendizaje basado en juegos y en proyectos. En: RED - Revista de Educación a Distancia. 2014. No 40, p. 2-15.

A partir de la experiencia construida en el evento Emprendedores se creó Emprendedores, virtual la cuál es una página web que sirve como punto de encuentro de estudiantes y egresados del IPRED, empresarios, inversionistas, instituciones que apoyan emprendimientos y la comunidad general. En emprendedores virtual, los estudiantes de último semestre, (carácter obligatorio para los estudiantes de Tecnología empresarial) suben un vídeo y una presentación que explica su idea de negocio, esto con el objetivo de que posibles inversionistas se interesen en su idea.

Para validar la importancia y pertinencia de la presente investigación, se llevaron a cabo entrevistas con la coordinadora y con algunos profesores del programa, las cuales evidenciaron la falta de una evaluación de resultados para conocer realmente si los objetivos de los programas de apoyo al emprendimiento ofrecidos se están cumpliendo a cabalidad.

Por otra parte la Universidad con el proyecto *“Apoyo al emprendimiento en la UIS: una mirada desde la sistematización de experiencias de sus principales actores”*, pretende desarrollar un estudio de los tipos de apoyo al emprendimiento que se han brindado en la Universidad Industrial de Santander, que posteriormente permita formular una política de apoyo a los emprendedores más acorde con sus perfiles y el entorno económico y social actual, para impulsar la generación de empresas exitosas en el departamento. Por lo tanto los resultados de esta investigación son pertinentes e importantes para el desarrollo de este proyecto

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL.

Evaluar la creación de empresas generadas a partir de los mecanismos de apoyo al emprendimiento del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia – IPRED- de la Universidad Industrial de Santander, tomando como base los resultados empresariales de una muestra de egresados del programa de Tecnología Empresarial entre los años 2009 – 2014.

3.1.1 Objetivos específicos

- Desarrollar una revisión de la literatura sobre los mecanismos de apoyo a la creación de empresas implementados en programas académicos de educación superior.
- Identificar las mejores prácticas a nivel nacional relacionadas con mecanismos de apoyo al emprendimiento implementadas en programas académicos de educación superior, a través de un benchmarking competitivo particularmente en lo relacionado con concursos de emprendimiento.
- Hacer una descripción de los mecanismos de apoyo a la creación de empresas ofrecidos por el IPRED en el programa de Tecnología Empresarial.
- Realizar una caracterización del evento académico y científico Emprendedores.
- Evaluar los resultados del IPRED en la creación de empresas a partir del desempeño empresarial de una muestra de egresados del programa de Tecnología Empresarial.
- Plantear propuestas de mejora a los mecanismos de apoyo a la creación de empresas ofrecidos por el IPRED.

- Elaborar un artículo de carácter publicable que exponga los principales resultados obtenidos en la investigación.

4. REVISIÓN DE LA LITERATURA

En esta etapa de la investigación se realizó la búsqueda y revisión de literatura y publicaciones en bases de datos de alto impacto científico como Scopus, Web of Science y Science Direct. En esta fase se caracterizó la universidad emprendedora y los mecanismos de apoyo al emprendimiento que hay en ella, sin dejar de lado el entorno social, político y económico del país, con el objetivo de identificar la influencia de la educación en emprendimiento en la creación de empresas de los egresados.

El proceso de la revisión de literatura se estructuró de la siguiente manera:

- *Establecimiento de palabras claves de búsqueda:* Emprendimiento, emprendimiento en Colombia, educación en emprendimiento, universidad emprendedora, mecanismos de apoyo al emprendimiento universitario, tipologías de emprendimiento universitario, concursos de emprendimiento, concursos de planes de negocio.
- *Búsqueda en bases de datos:* Los filtros para la búsqueda son delimitados, en el rango de años de publicación 2010- 2015 y a revistas líderes en publicación de artículos sobre emprendimiento. Esto con el objetivo de contar con información actualizada y confiable. Adicionalmente se revisa en entidades gubernamentales y redes de investigación (GEM, BID, MINCIT, REUNE, REDEMPRENDIA). En la sección de la revisión relacionada con los concursos de emprendimiento universitario, el grupo de investigación solo pudo encontrar artículos gratuitos publicados en el rango de años de publicación 2005 -2010 en la base de datos Web of Science.
- *Selección de artículos:* en primera instancia se leyeron los resúmenes o abstracts de los artículos arrojados por la búsqueda, para identificar la relación con la presente investigación.

- *Análisis los artículos seleccionados:* Se extrajo la información pertinente con la investigación, estableciendo un orden secuencial, de lo macro a lo micro.

4.1 EMPRENDIMIENTO

El término “emprendimiento” tiene origen en el término francés *entrepreneur*. Viene del latín *in*, en, y *prendĕre*, coger, que significa acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro¹⁰.

Cuando se buscan los primeros rastros del concepto semántico de emprendimiento, es importante mencionar el trabajo de Verín (1982), que sitúa los orígenes históricos de este término a finales del siglo XVII y principios del siglo XVIII. Se identificó por lo tanto, dos usos iniciales del término. El primero de ellos, una persona haciendo una construcción de ingeniería civil, con un diseño establecido y de pago y el segundo, un luchador que quiere una conquista, el espíritu típico de las Cruzadas de la Edad Media (Sánchez, 2011)¹¹.

El término "emprendedor" aparece por primera vez en 1755 en el texto titulado "Essai sur la Nature du Commerce en Général"¹² y concibe al emprendedor como un tomador de riesgo (Cantillon, 1755,1931)¹³, que compra los productos a precios conocidos y luego los revende en el mercado a un precio desconocido. En la definición de Cantillon el emprendedor es un intermediario que instiga a una transformación¹⁴. Cantillon considera que un emprendedor es una persona que

¹⁰ Emprendimiento [en línea]. Real Academia Española. [Citado 10 de abril de 2015] Disponible en: <<http://lema.rae.es/drae/?val=emprendimiento>>

¹¹ RUSU, Sergiu, *et al.* Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts. *En:* African Journal of Business Management. Marzo, 2012. Vol. 6, No 10, p. 3570-3575.

¹² *Ibíd.*

¹³ HOWORTH, Carole; TEMPEST, Sue y COUPLAND, Christine. Rethinking entrepreneurship methodology and definitions of the entrepreneur. *En:* Journal of Small Business and Enterprise Development. 2005. Vol. 12, No 1, p. 24-40.

¹⁴ FILION, Louis. La definición de empresario: Reflexiones sobre un tema complejo y multidimensional [en línea]. Centro de Desarrollo Empresarial - CDEE. Entrepreneurship: Volumen 1. Desarrollo, innovación y cultura emprendedora. 2011. p. 115-

inicia un negocio basado en una oportunidad para satisfacer la demanda de mercado establecido, atendida por los competidores existentes, ya sea con un producto/servicio más barato o mejor que resuelve las necesidades/deseos del cliente de forma más eficiente¹⁵.

Para Jean-Batiste Say (1803) un emprendedor es un individuo que es líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos y con habilidades para movilizar recursos desde una persona de bajo rendimiento a una de alta productividad¹⁶ y beneficios incrementados, creando así valor (Vlasceanu, 2010). Es alguien que innova y es agente de cambio. [...]Afirmó que el éxito emprendedor no sólo favorece al individuo sino a la sociedad en general¹⁷.

Fue Schumpeter en 1911, quien retomara el concepto de Say sobre emprendedor, en su libro “La Teoría del Desarrollo Económico”. Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios destrucción creativa (Drucker, 1985, en Formichella: 2004: 11)¹⁸. El emprendedor es un impulsor y líder, que crea nuevas combinaciones de ideas, productos y mercados para una economía y esta actividad se denomina empresa (Schumpeter (1961 [1934], p. 74)¹⁹. Este autor lo expresa de la siguiente manera en su libro Capitalismo, socialismo y democracia: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una

130. [Citado el 10 de abril de 2015] Disponible en: <http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5289/5/Entrepreneurship_volumen1.pdf>

¹⁵ O'CONNOR, Allan. A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *En*: Journal of Business Venturing. 2013. Vol. 28, p. 546-563.

¹⁶ RIVERA, Charlandys. ¿De qué hablamos cuando hablamos de entrepreneurship? [en línea]. *En*: Caudernos Unimetanos: Emprendimiento. Marzo, 2011. No. 26, p. 13 - 16

¹⁷ RUSU, Sergiu, *et al.* Op. cit., p. 3570-3575.

¹⁸ PULGARÍN, Sergio y CARDONA, Marleny. Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario [en línea]. Revista EAN. 2011. No.71. p. 22-39. [Citado el 15 de mayo de 2015] Disponible en: <<http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/549/537>>

¹⁹ O'CONNOR, Allan. Op. cit., p. 546-563.

nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.” (Formichella, 2004: 12)²⁰.

Otros académicos, desde el ámbito de las ciencias sociales, identifican características importantes en un emprendedor como su *necesidad al logro* y a la *afiliación* a un grupo específico McClelland (1961), así como a sus *aspiraciones de poder* (Kilby, 1971), reflejado en la obtención de *estatus y reconocimiento social* (Hagen, 1962)²¹.

La complejidad del fenómeno emprendimiento se ha debido a las variadas perspectivas desde las que ha sido objeto de estudio y por ende, la definición del emprendimiento y/o emprendedor sigue generando debate (Low, 2001). Algunos en la búsqueda de una teoría general de emprendimiento (Bull y Willard, 1993), mientras que otros argumentan que no se puede esperar por ello y no se necesita una teoría de la iniciativa empresarial sino que se debe construir un conjunto de teorías (Gartner, 2001)²². En la tabla 1²³, se presentan algunas definiciones de autores que han tratado el emprendimiento.

Por su parte, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) analiza el emprendimiento como un proceso y considera a las personas en la actividad emprendedora a través de diferentes fases²⁴.

²⁰ PULGARÍN, Sergio y CARDONA, Marleny. Op. cit., p. 22-39.

²¹ QUIROGA MARÍN, Raúl Fernando y BARRERA, María Mercedes. Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá [en línea] Bogotá: IMPACT-A, Corporación Ventures 2014. Citado en [3 de mayo del 2015] Disponible en: <<http://www.avina.net/esp/wp-content/uploads/2014/06/Panorama-del-Ecosistema-de-Emprendimiento-de-Bgta.pdf>>

²² HOWORTH, Carole; TEMPEST, Sue y COUPLAND, Christine. Op. cit., p. 24-40.

²³ RUSU, Sergiu, *et al.* Op. cit., p. 3570-3575.

²⁴ ANZOLA, Sérvulo y FARIAS, Rocío. Un breve acercamiento al estado del arte del emprendimiento latinoamericano. Centro de Desarrollo Empresarial - CDEE. Entrepreneurship: Volumen 1. Desarrollo, innovación y cultura emprendedora 2011. p. 187-215. [Citado el 15 de mayo de 2015] Disponible en: <http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5289/5/Entrepreneurship_volumen1.pdf>

El proceso de creación de empresas es multivariado en su origen, tiene muchas expresiones en su resultado y se ve afectado por todas las condiciones del entorno en el cual se desarrolla. Por ello, GEM cubre todo tipo de empresas [...] y tampoco excluye las acciones de creación que se dan al interior de una empresa ya establecida (Intrapreneurship). Este enfoque holístico del proceso de creación de empresas, se adecua a la concepción de que es un aspecto omnipresente de la acción humana, cuya manifestación depende del entorno institucional (Baumol, 1990; Boettke and Coyne, 2003)²⁵.

Tabla 1. Definiciones de emprendimiento

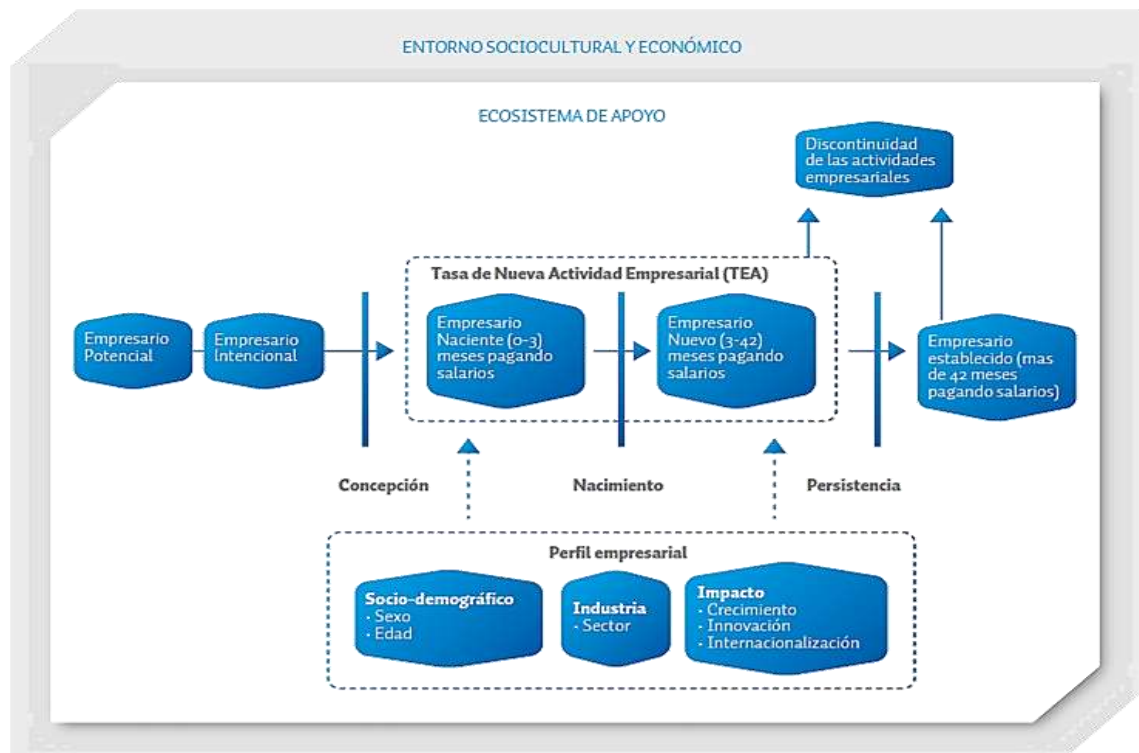
Autor	Definición
Cole (1968)	El emprendimiento es una actividad dedicada a la iniciación, el mantenimiento y el desarrollo de un negocio orientado al beneficio (lucro).
Drucker (1985)	El emprendimiento es un acto de innovación que supone la dotación de los recursos existentes con la capacidad de producir riqueza.
Gartner (1985)	El emprendimiento es la creación de nuevas organizaciones.
Hishrich and Peters (1989)	El emprendimiento es el proceso de crear algo diferente, con valor, mediante la asignación del tiempo y el esfuerzo necesario, presuponiendo la toma de riesgos financieros, sociales y físicos, y la obtención de recompensas monetarias y satisfacción personal.
Stevenson et al. (1989)	El emprendimiento está siguiendo una oportunidad independiente de los recursos existentes.
Kaish and Gilad(1991)	El emprendimiento es en primer lugar un proceso de descubrimiento y en segundo lugar es el proceso de actuar sobre la oportunidad de la falta de equilibrio.
Herron and Robinson (1993)	El emprendimiento es un conjunto de comportamientos que inician y administran la re-asignación de los recursos económicos y cuya finalidad es la creación de valor por estos medios.

Fuente Elaboración propia basado en Misra y Kumar (2002)

²⁵ VARELA, Rodrigo, *et al.* GEM Colombia 2006-2013. Global Entrepreneurship Monitor. Universidad Icesi, 2015. [Citado 15 de mayo de 2015] Disponible en: < <http://gemcolombia.org/publications/gem-colombia-2006-2013/>>

El proceso empresarial es un continuo que puede segmentarse en varias etapas bien caracterizadas, que se dan ante todo en un entorno socio cultural y económico y se afectan positiva o negativamente por un ecosistema de apoyo. La figura 1 permite ilustrar en forma secuencial las diversas etapas del proceso²⁶.

Figura 1. Proceso de emprendimiento



Fuente GEM Colombia 2006- 2013²⁷.

4.2 TIPOS DE EMPRENDIMIENTO

Siguiendo la historia y el concepto de emprendimiento de la sección anterior, los investigadores desarrollaron categorías donde se pueden observar las diferencias

²⁶ Ibíd.

²⁷ Ibíd.

entre los tipos de emprendimiento. A continuación se muestra una descripción de los diferentes tipos de emprendimiento en cada categoría.

Tabla 2 Tipos de emprendimiento según las características del proyecto o la empresa

Clasificación según las características del proyecto o empresa	Descripción
Emprendimiento por necesidad	Emprendimientos con bajos niveles de ingreso. Emprendimientos dirigidos a generar ingresos diarios para vivir, sin una planificación ni visión de crecimiento futura. Emprendimientos generados por necesidad según la clasificación del GEM. Emprendimientos que no generan mucho valor agregado ni tienen perspectivas de internacionalización.
Emprendimiento por oportunidad	Es la creación y operación de nuevas empresas, generalmente a través del reconocimiento de nuevas oportunidades o vacíos en el mercado actual.
Emprendimiento tradicional	Concepto para referirse a iniciativas empresariales que se caracterizan por tener un potencial realizable de crecimiento gracias a la estructuración competitiva, donde sus niveles de acumulación corresponden a los de la media del respectivo sector.
Emprendimiento con alto potencial de crecimiento	Emprendimientos con potencial de convertirse en una mediana empresa en poco tiempo, donde el conocimiento, el talento humano y la gestión tecnológica, acceso a recursos de financiación/inversión, gobierno corporativo son fundamentales para crecer por encima del promedio.
Emprendimiento dinámico	Es un emprendimiento que crece de manera rentable, rápida y sostenida, capaz de reinvertir y lograr un nivel de ventas significativo en una década.
Emprendimiento de alto impacto	Empresas con capacidad para transformar y dinamizar las economías a través de la innovación y el empleo de calidad. Es un emprendimiento que crece rápida y sostenidamente, capaz de reinvertir y de lograr un nivel de ventas bastante significativo en una década.

Fuente Elaboración propia basado en Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá – IMPAC-TA Emprendimiento. 2014

Tabla 3 Tipos de emprendimiento según los beneficios obtenidos

Clasificación según el destino de los beneficios del emprendimiento	Descripción
Emprendimiento con ánimo de lucro	Se trata de la actividad empresarial dedicada al descubrimiento y explotación de oportunidades con el propósito de generar dividendos económicos que le permitan la creación de riqueza a los fundadores e inversionistas de la empresa
Emprendimiento sin ánimo de lucro	Comprende las empresas que no reparte dividendos a sus fundadores, porque su objetivo es reinvertir sus utilidades par que la operación de la empresa se mantenga y crezca con el tiempo, contribuyendo socialmente a la economía ya sea por la prestación de un servicio o la producción de un producto a la sociedad

Fuente Elaboración propia basado en Revisión sistemática de buenas prácticas de emprendimiento. Jose Moreno Herrera. 2014.

Tabla 4 Tipos de emprendimiento según su objetivo de desarrollo

Clasificación según el objetivo de desarrollo del emprendimiento	Descripción
Emprendimiento social	Se refiere a la actividad empresarial que crea valor social a través de la innovación, la gestión de riesgo y la proactividad para subsanar las problemáticas sociales existentes en zonas desfavorecidas que no poseen los medios y los recursos suficientes para subsanarlos.
Emprendimiento comercial	Son empresas creadas para la creación de valor económico. Surgen por la búsqueda o identificación de una oportunidad de negocio viable y lucrativo en las variaciones de la demanda y oferta de los mercados.

Fuente Elaboración propia basadas en Revisión sistemática de buenas prácticas de emprendimiento Jose Moreno Herrera.2014.

Tabla 5 Tipos de emprendimiento según el nivel tecnológico

Clasificación según el nivel tecnológico del emprendimiento	Descripción
Emprendimiento tecnológico	Son empresas con procesos de síntesis creativa en los que intervienen entidades especializadas y agentes empresariales que desarrollan productos novedosos con valor que les permita la obtención de una ventaja competitiva en entornos inciertos y cambiantes. La actividad empresarial tecnológica además del descubrimiento o la especulación, busca la creación de valor en sus productos utilizando el conocimiento como principal recurso.
Emprendimiento tradicional	Es la actividad empresarial de transformación de materias primas e insumos en productos con poca diferenciación a través de la fabricación artesanal o industrial.

Fuente Elaboración propia basadas en Revisión sistemática de buenas prácticas de emprendimiento. Jose Moreno Herrera. 2014.

4.2.1 Ecosistema de emprendimiento. Un ecosistema de emprendimiento responde a una agrupación espacial de instituciones que actúan entre sí en pro de la promoción, la asistencia y el desarrollo de proyectos empresariales nuevos o ya existentes (Guerrero & García, 2013)²⁸.

Daniel Isenberg, del Babson College, realizó una investigación sobre los componentes que todo ecosistema de emprendimiento debe tener, y señala como claves seis grupos grandes de factores²⁹:

²⁸ QUIROGA MARÍN, Raúl Fernando y BARRERA, Maria Mercedes. Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá [En línea] Bogotá: IMPACT-A, Corporación Ventures 2014. Citado en [3 de mayo del 2015] Disponible en: <<http://www.avina.net/esp/wp-content/uploads/2014/06/Panorama-del-Ecosistema-de-Emprendimiento-de-Bgta.pdf>>

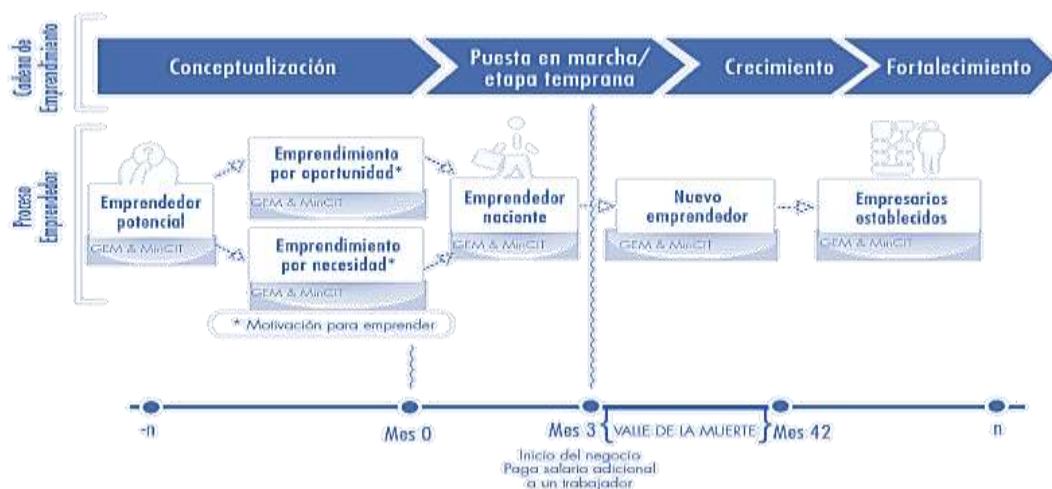
²⁹ Ibíd.

- Mercados de bienes y servicios: lugares dónde probar los primeros prototipos o dónde vender el primer producto.
- Políticas nacionales y locales: entorno de regulación financiera y de mercados favorable, institutos de investigación científica y tecnológica, beneficios tributarios (de impuestos), etcétera.
- Mercado financiero: oferta de microcréditos, ángeles inversionistas, redes de amigos y familiares, fondos de capital semilla, de capital de riesgo y capital privado, mercado de deuda pública y de acciones.
- Cultura emprendedora: visibilidad para emprendedores exitosos, tolerancia al riesgo y al fracaso --de emprendedores y de inversionistas--, cultura de inversión, estatus social del emprendedor como opción de carrera.
- Entidades de soporte: servicios legales, contables, bancas de inversión, asesores, mentores, infraestructura en telecomunicaciones, transporte y logística, zonas de incubación, proyectos de clúster, asociaciones de emprendedores y concursos de planes de negocios.
- Capital humano: universidades y cátedras de emprendimiento, cursos de liderazgo y soporte a emprendedores, formación en ámbitos gerenciales y recurso profesional y técnico para los nuevos proyectos empresariales.

4.2.2 Cadena de emprendimiento³⁰. La cadena de emprendimiento incluye todo el ciclo que vive un emprendedor desde el momento en que experimenta el deseo de montar una empresa hasta el momento en que logra crecer y consolidar su proyecto empresarial. Endeavor utiliza una clasificación de la cadena de emprendimiento, la cual tiene sus orígenes en el proceso realizado por el estudio GEM. Esta cadena de emprendimiento (véase Figura 2) se compone de las siguientes cuatro (4) fases:

- **Conceptualización:** El emprendedor conceptúa una idea de negocio, evalúa la oportunidad detrás de la idea, diseña un plan de negocios para llevarla a cabo.
- **Puesta en marcha/etapa temprana:** Inicia con las operaciones de la empresa. El objetivo principal de la empresa en esta etapa es alcanzar el punto de equilibrio.

Figura 2. Proceso emprendedor según la etapa en la cadena de emprendimiento



Fuente Panorama del ecosistema en Bogotá 2014. IMPAC-TA Emprendimiento. 2014.

³⁰ QUIROGA MARÍN, Raúl Fernando y BARRERA, Maria Mercedes. Op. Cit.

- Crecimiento: La empresa aumenta su producción, sus ventas y su distribución. La empresa diseña e implementa una plataforma –cadena de valor- que soporte su crecimiento, al igual que una estructura organizacional que delegue funciones y mejore la eficiencia en las actividades de la organización.
- Fortalecimiento: La empresa logra un liderazgo significativo en el sector en el que participa en su región o a nivel nacional. El objetivo principal es diseñar e implementar estrategias de internacionalización y lograr la tracción y escalabilidad del negocio.

4.3 EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

A pesar de que América Latina es considerada una de las regiones con bajas expectativas emprendedoras por parte de la sociedad, Colombia es uno de los países que ha venido haciendo grandes esfuerzos para fortalecer el liderazgo y desarrollo emprendedor³¹.

Los principales hitos del ecosistema de emprendimiento de Colombia son:

- Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento (Ley 1014 de 2006), Política Nacional de Emprendimiento (Ley 1286), Ley de formalización y generación de empleo (Ley 1429), Colciencias como departamento administrativo, Creación de la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema (ANSPE).
- Viceministerio de desarrollo empresarial (2007), Unidad de Desarrollo e Innovación del Gobierno Nacional (Innpulsa)
- Servicio Nacional de Aprendizaje: Fondo Emprender

³¹ Ibid.

- Instituciones de Educación Superior: REUNE: Red universitaria de emprendimiento, cátedras de creación de empresas, alianza universidad-empresa-estado, centros de emprendimiento.
- Instituciones y programas públicos: Tecnoparque, Banca de oportunidades. INNpulsa, ANSPE, Programa Apps.co
- Instituciones y programas privados: Destapa Futuro, Fundación Bavaria, Endeavor Colombia, GEM Colombia, Programa jóvenes con empresa, Programa Wayra Colombia, Emprende país: Fundación Bolívar Davivienda, Corporación Ventures, Fondo Inversor.

Se observa, pues, cómo se está produciendo una verdadera transformación en las políticas de desarrollo que incorpora el fomento de nuevos emprendimientos y la promoción de una nueva mentalidad que valoriza la actividad emprendedora empresarial latinoamericana³².

El GEM como actor importante del ecosistema colombiano de emprendimiento, viene investigando la temática desde 2006, convirtiéndose en una de las más prestigiosas instituciones de estudios sobre emprendimiento, pues analiza los factores que afectan actividad emprendedora, sus características y su relación con el crecimiento económico del país, a partir de la construcción de indicadores que reflejan estos factores.

En el 2013 el GEM realizó el reporte: Dinámica empresarial en Colombia el cual arrojó: La percepción sociocultural sobre las actividades empresariales mantiene un nivel alto (76.6%) superior a los niveles de las demás economías analizadas. La proporción de adultos (entre 18 y 64 años) que clasifica como empresarios

³² ANZOLA, Sérvulo. FARÍAS, Rocío. Un breve acercamiento al estado del arte del emprendimiento latinoamericano. Centro de Desarrollo Empresarial - CDEE. Entrepreneurship: Volumen 1. Desarrollo, innovación y cultura emprendedora 2011. p. 187-215. [Citado el 15 de mayo de 2015] Disponible en: <http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5289/5/Entrepreneurship_volumen1.pdf>

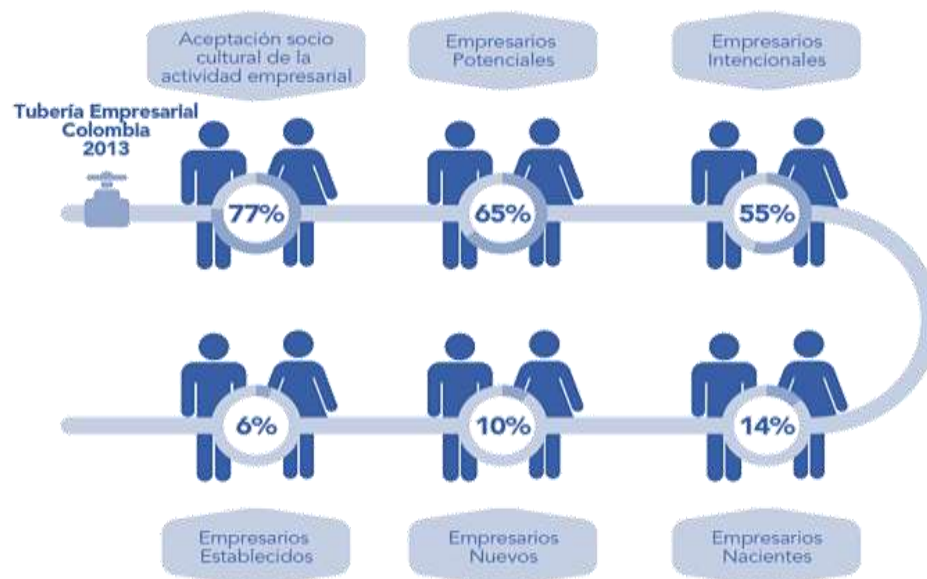
potenciales mantuvo su alto nivel (64.6%), y la proporción de colombianos que considera que el temor al fracaso les impediría llevar a cabo su iniciativa empresarial es alto (31.8%). En la etapa de empresarios intencionales, Colombia con el 54.5% ocupa el 4to lugar a nivel mundial. El 13.6% de los adultos colombianos están en la etapa de “Empresarios nacientes”, superior a los indicadores de los otros grupos económicos. En la etapa “Empresarios nuevos”, Colombia con el 10.3% presenta una propensión superior a las economías impulsadas por eficiencia y por innovación.

En términos de la TEA (Tasa total de actividad empresarial temprana, que incluye “empresarios nacientes” y “empresarios nuevos”), Colombia ocupa con el 23.7% el 3er lugar en Latinoamérica. Los “Empresarios establecidos” representan en Colombia el 5.9% de la población adulta, indicador bastante bajo con respecto a las demás economías³³.

Para explicar mejor la relación existente entre todas las etapas del proceso, los datos se ilustran en la *Tubería empresarial* (véase figura 3), diseñada por Varela en 2012. Es una herramienta que cuantifica las fugas que se presentan en el proceso y permite generar políticas para las diferentes etapas.

³³ VARELA, Rodrigo, *et al.* GEM Dinámica empresarial Colombiana 2013. Global Entrepreneurship Monitor. Universidad Icesi, 2014. [Citado 15 de mayo de 2015] Disponible en: <<http://gemcolombia.org/publications/730-2/>>

Figura 3. Tubería empresarial Colombia 2013



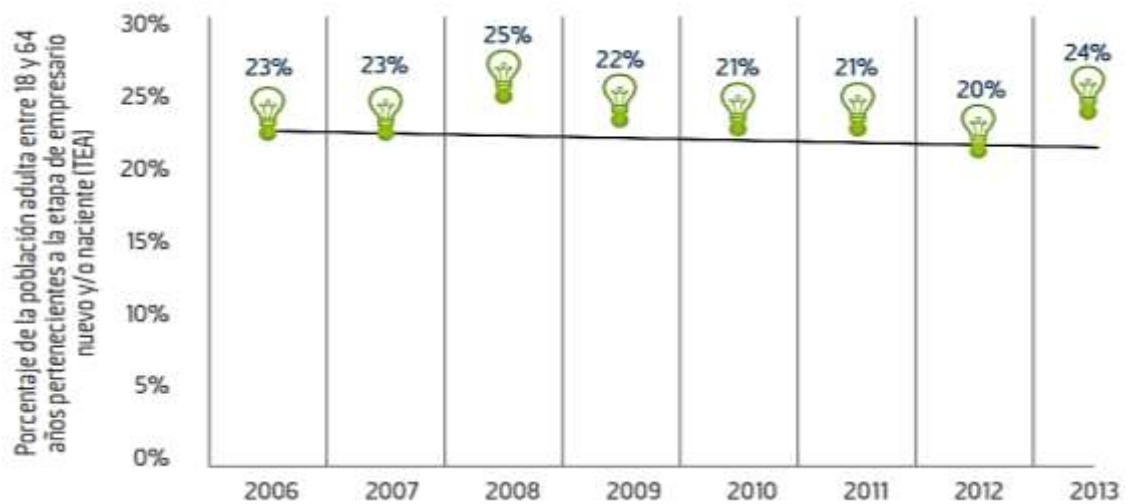
Fuente Dinámica empresarial colombiana. GEM Colombia. 2013.

De lo anterior se identifican “fugas” muy importantes: 12 puntos porcentuales al pasar de aceptación socio cultural (77%) a empresario potencial (65%), 10 puntos porcentuales al pasar de empresario potencial a empresario intencional (55%), 41 puntos porcentuales al pasar de empresario intencional a empresario naciente (14%), 4 puntos porcentuales que representan una variación del 33% al pasar de empresarios nacientes a nuevos empresarios (10%) y una variación de 4 puntos porcentuales, que representan una variación del 40%, al pasar de empresarios nuevos a empresarios establecidos (6%)³⁴.

La figura 4 muestra la TEA (Tasa total de actividad empresarial temprana) acumulada 2006- 2013 en Colombia.

³⁴ Ibíd.

Figura 4. TEA acumulada 2006- 2013



Fuente Dinámica empresarial colombiana GEM Colombia 2006-2013.

En Colombia, este indicador lo ha ubicado siempre entre los 10 primeros a nivel mundial. Las fluctuaciones en este indicador han sido pequeñas pero lo que sí ha fluctuado es la proporción de nacientes y nuevas. Mantener la TEA en estos niveles es atractivo y conveniente, pero hay que trabajar no sólo en promover la cantidad de iniciativas empresariales, sino también la calidad de las mismas³⁵.

4.4 FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

Además de beneficios económicos, la formación de profesionales emprendedores contribuye al fortalecimiento del capital social de los países, porque los estudiantes emprendedores desarrollan actitudes, habilidades y comportamientos que les permiten progresar en sus carreras profesionales y, al mismo tiempo, desarrollar las herramientas necesarias para una mejor convivencia e interacción social.

³⁵ VARELA, Rodrigo, *et al.* Op. Cit

La cultura emprendedora del profesional es el motor que le permite a las organizaciones ser competitivas y crear riqueza incremental. No hace referencia solamente al profesional que funda nuevas empresas, además de ser este un caso particular, involucra a los funcionarios que son capaces de asumir su puesto de trabajo como si se tratara de su propia empresa, y que desde su área de trabajo contribuyen eficazmente para que su organización logre relacionar sus fortalezas y debilidades internas con las oportunidades y amenazas del entorno, de forma tal que le sea posible optimizar sus recursos y adecuar sus objetivos con las oportunidades del mercado (Pinchot, 1987; Romero, 1999)³⁶.

El sistema educativo es el medio más expedito y eficaz para transmitir, socializar y recrear la cultura, por lo tanto es desde la “escuela”, en sus diferentes niveles, que se puede materializar el propósito transformador, incluyendo dentro de los currículos y planes de estudio la cultura del emprendimiento en el proceso formativo. Lo anterior, con el objetivo de proyectar la generación de oportunidades laborales y la obtención de riqueza, creando oportunidades para que toda la población se encamine hacia el desarrollo humano³⁷.

Un elemento crucial para fomentar el emprendimiento es dotar a las personas de los conocimientos adecuados para convertir las oportunidades en proyectos de éxito. Actualmente las universidades están haciendo esfuerzos deliberados por fomentar el emprendimiento, tratando de facilitar la creación de valor social y económico.

³⁶ FRACICA NARANJO, German. Formación del emprendedor universitario para el Start up [en línea]. Artículo de Investigación Grupo Cultura Emprendedora. Universidad de La Sabana, Bogotá – Colombia. [Citado 13 de mayo del 2015] Disponible en: <<http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/108.pdf>>

³⁷ DUARTE, Tito. RUIZ, Miriam. Emprendimiento una opción para el desarrollo. En: Sicientia Et Technica. 2009. Vol.15, no 43, p 326-331.

4.5 UNIVERSIDAD EMPRENDEDORA

Una universidad moderna debe combinar cuatro aspectos que se deben integrar en una visión estratégica a largo plazo. Estas, son³⁸:

- Cualificar a sus estudiantes en temas asociados al conocimiento ya consolidado.
- Generar nuevo conocimiento científico-tecnológico como un producto esencial de su actividad investigadora.
- Transferir y compartir conocimiento científico-tecnológico con las empresas
- Diseminar el conocimiento científico-tecnológico con la sociedad.

Por lo tanto, nace el concepto de “tercera misión” de la universidad como nuevo paradigma, el cual se puede interpretar como: “saber aplicar la ciencia”, es decir, saber transferir el conocimiento a la sociedad y poder responder a la demanda social de su tiempo que, en esta época, tal y como se ha indicado, se viene concretando en la “función emprendedora e innovadora” compromiso de la universidad como agente de creación y transferencia de conocimiento en la sociedad actual.

Es decir que las nuevas estrategias de las universidades se deben apuntalar a la búsqueda y cumpliendo de esa nueva misión o tercera misión como se conoce que va acorde y relacionado con el concepto de universidad emprendedora que se definirá a continuación.

El término “Universidad Emprendedora” fue popularizado por Burton Clark en su investigación *Creating entrepreneurial universities: organizational path ways of transformation*, publicada en 1998. Para Clark, las Universidades Emprendedoras

³⁸ARRAUT CAMARGO, Luis Carlos. En: World Engineering Education Forum. (24-27, septiembre, 2013: Cartagena, Colombia). Memorias. La formación empresarial y el emprendimiento en ingenierías de la Universidad Tecnológica de Bolívar. 2013.

son aquellas que maximizan el potencial de comercialización de sus ideas y crean valor en la sociedad. Asume que este tipo de universidades son organizaciones muy flexibles que se insertan en su entorno al responder de manera coherente, estratégica y oportuna ante las exigencias que este les hace, sin que ello signifique una amenaza para su misión académica tradicional³⁹.

Clark, al centrarse en el análisis de la Universidad Emprendedora, toma los siguientes elementos centrales que la caracterizan:

- Una estructura organizacional flexible enfocada hacia el mercado.
- Un conjunto de mecanismos que relacionan la universidad con el entorno que la circunda.
- Un grupo de docentes preparados académicamente y motivados para generar iniciativas que satisfagan las necesidades del entorno.
- Una cultura emprendedora en los distintos niveles de la organización.

Clark asume que las Universidades Emprendedoras son aquéllas que están en capacidad de diversificar los ingresos para incrementar las fuentes financieras, proveer dinero discrecional y reducir la dependencia; desarrollar nuevas unidades departamentales externas para introducir nuevas relaciones con el entorno y nuevas fórmulas de pensamiento y formación. Los departamentos centrales también pueden ser autosuficientes; recolectar dinero, elegir activamente entre especialidades, y en todo caso, hacer previsiones; desarrollar un conjunto de creencias fundamentales que guíen y racionalicen la estructura de cambio que provea de una fuerte capacidad de respuesta; y construir una capacidad de dirección centralizada con el objetivo de realizar amplias elecciones que ayuden a

³⁹ TARAPUEZ CHAMORRO, Edwin. OSORIO CEBALLOS, Hugo. PARRA HERNANDEZ, Ramiro. Burton Clark y su concepción acerca de la universidad emprendedora. En: Revista de facultad de ciencias económicas y administrativas. Julio-Diciembre, 2012, vol. 13, no. 2, p. 103-118.

orientar la organización. A juicio de Clark la libertad de acción es la condición básica para el ejercicio de la libre opción, la iniciativa, el comportamiento innovador, la crítica y la acción plural. De esta manera Clark le brinda a la innovación un papel preponderante como un factor decisivo en la formación del capital humano que la sociedad requiere, dadas todas las repercusiones económicas, tecnológicas, sociales, políticas y culturales que ejerce en su entorno.⁴⁰

Por otra parte, Landstrom y Lohrke (2010)⁴¹ resumen las 4 cualidades principales que deben tener las universidades emprendedoras:

- Debe ser una entidad que no le tema al riesgo.
- Tiene que crear un compromiso y un lazo irrompible con el concepto de Schumpeter de innovación: destrucción creativa.
- Debe tener alertas que le muestren las oportunidades del entorno.
- Debe dominar el arte de la coordinación de los recursos limitados.

En la literatura existen otros modelos teóricos que explican el fenómeno de la universidad emprendedora. En la tabla 6 se enumeran los principales factores que exponen estos modelos teóricos, incluidos los de Clark expuestos anteriormente.

Estos modelos conceptuales de universidad emprendedora son integrados por los factores del entorno y los factores internos envueltos en la creación y desarrollo de esta.

Los **factores del entorno** están conformados en factores formales y factores informales apoyados por la economía institucional.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ LANDSTROM, Hans. LOHRKE, Franz. Historical Foundations of Entrepreneurial Research. Edward Elgar Publishing. 2010. ISBN-13: 978-1847209191.

En el grupo de los factores formales están entonces, todos aquellos relacionados con la estructura de gobierno organizacional enfocada al emprendimiento y los sistemas de apoyo al emprendimiento; en el grupo de los factores informales se encuentran todos aquellos relacionados con las actitudes para emprender de la comunidad universitaria, las metodologías de enseñanza del emprendimiento (educación en emprendimiento), los modelos personales a seguir, y los sistemas de recompensa al emprendimiento.

Los **factores internos** están conformados por recursos y capacidades; los recursos incluyen el capital humano, el capital financiero, el capital físico, y el capital comercial; y las capacidades son aquellas relacionadas con el estatus el prestigio, las redes, las alianzas y la localización.

Todos estos factores van direccionados a la nueva misión de la universidad emprendedora: Formar personas que contribuyan al desarrollo social y al crecimiento económico del país⁴².

⁴² URBANO, David. GUERRERO, Maribel. The development of an entrepreneurial university. En: Journal of Technology Transfer, Febrero 2012, v. 37, iss. 1, pp. 43-74. [Citado 18 de mayo del 2015]

Tabla 6. Modelos teóricos del concepto de Universidad Emprendedora

	Factores del entorno	
	Formal	Informal
Clark (1998)	<ul style="list-style-type: none"> • Un núcleo de direccionamiento reforzado. • Una periferia de desarrollo expandida. • Una base de financiación diversificada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un área académica centralizada estimulada. • Una cultura integrada de emprendimiento.
Sporn (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Misión y objetivos institucionales. • Estructura, capacidad de gestión, gobierno y liderazgo. • Redes, conglomerados y alianzas estratégicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura emprendedora.
Etzkowitz (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • Interdependencia con la industria y el gobierno e independencia con otras esferas institucionales. • Formas organizacionales híbridas. • Capitalización de conocimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Renovación.
Kirby (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación e implementación. • Comunicación y organización. • Estímulo y apoyo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento y recompensa. • Aprobación. • Promoción.
Rothaermel (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas y tecnologías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura emprendedora.
	Factores internos	
	Recursos	Capacidades
O'Shea (2005,2008)	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos de capital humano. • Recursos financieros. • Recursos físicos. • Recursos comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estatus y prestigio. • Redes y alianzas • Localización.
Rothaermel (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Agentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Estatus. • Redes. • Localización.

Fuente traducción propia basado en The development of an entrepreneurial university. Guerrero, M., & Urbano, D. 2012.

4.5.1 Actitudes que desarrollan capacidades para emprender. La universidad emprendedora, debe enfocarse en desarrollar actitudes en sus estudiantes que les permitan emprender de la mejor forma, para poder generar el impacto deseado en la sociedad. La universidad entonces debe desarrollar en sus estudiantes actitudes que le permitan desarrollar capacidades para emprender a partir de seis fases⁴³:

Tabla 7 Actitudes que desarrollan capacidades para emprender.

Aprender a ser	
Actitudes	Capacidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidad. ✓ Autonomía. ✓ Ética y prudencia. ✓ Audacia. ✓ Persistencia. ✓ Liderazgo. ✓ Autoconfianza. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejar responsablemente el riesgo. ✓ Concebir el trabajo como algo digno que les permite trascender. ✓ Fijar y alcanzar metas de desarrollo personal. ✓ Dar ejemplo de lo que se predica. ✓ Persistir ante el fracaso.
Aprender a sentir	
Actitudes	Capacidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gusto y amor por lo que se hace. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Éxito personal y laboral.
Aprender a vivir juntos	
Actitudes	Capacidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comprender y entender al otro en la percepción de formas de interdependencia y en la puesta en marcha de proyectos conjuntos. ✓ Responsabilidad social. ✓ Asumir omisiones, errores o fracasos sin culpar a otro. ✓ Trabajar en equipo. ✓ Reflexionar antes de actuar. ✓ Espíritu de tolerancia y respeto a los demás. ✓ Interactuar con personas de diferentes culturas. ✓ Tener un pensamiento global. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evitar posibles consecuencias indeseables. ✓ Lograr mejores resultados que generen bienestar común. ✓ Generar en el equipo de trabajo un estado de ánimo de superación y logro de metas. ✓ Detectar las fortalezas y debilidades de los miembros del equipo para lograr un alto desempeño. ✓ Ver las diferentes opiniones como una oportunidad de enriquecimiento de las propuestas individuales. ✓ Desarrollar una visión sistemática que les permite reconocer la diversidad cultural y la interdependencia de los países, aceptando

⁴³ Alianza Comunidad-Empresa. Cámara de Comercio de Bogotá. [En línea] Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-952187>>. [Citado 13 de mayo del 2015].

Tabla 7. Continuación

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estar informados de los principales acontecimientos internacionales en los planos político, económico y social. 	<p>plenamente sus raíces históricas y naturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser competitivos.
Aprender a conocer	
Actitudes	Capacidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adquirir conocimientos. ✓ Autoformación continuada. ✓ Pensamiento crítico. ✓ Creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar la capacidad de aprender a aprehender, pero también a desaprender para superar paradigmas y a identificar la realidad actual. ✓ Capacidad de análisis, síntesis y evaluación. ✓ Identificar y resolver problemas. ✓ Tomar decisiones acertadas.
Aprender hacer	
Actitudes	Capacidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidades de gestión empresarial. ✓ Trabajo en equipo. ✓ Liderazgo. ✓ Aceptar responsablemente y conscientemente el papel que tienen como promotores de la comunidad y el compromiso con la construcción del futuro. ✓ Tener una visión de conjunto. ✓ Ser capaces de analizar los distintos escenarios posibles. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Solucionar problemas. ✓ Actuar como agente de cambio ✓ Tomar iniciativas en ámbitos donde otros no lo hacen. ✓ Desarrollar la capacidad de generar acciones originales y creativas que hagan posible lo que otros consideran imposible y que solucionen problemas que podrían parecer irresolubles. ✓ Capacidad de encontrar oportunidades donde los otros tan solo ven problemas. ✓ Cuestionar paradigmas y proponer esquemas, modelos o soluciones diferentes a los que comúnmente se propone.
Aprender a tener	
Actitudes	Capacidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Usar racionalmente los recursos naturales. ✓ Cuidar la preservación de los recursos para las generaciones futuras. ✓ Tener compromiso con el desarrollo sostenible del país y de sus comunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de generar ganancias y poseer riqueza.

Fuente Elaboración propia basado en Alianza Comunidad-Empresa. Cámara de Comercio de Bogotá. 2013.

4.5.2 Prácticas alrededor del emprendimiento en la universidad⁴⁴. En el centro de la figura 5 y en la intersección de las tres funciones está el desarrollo de la cultura emprendedora, en el entendido de que todas las acciones que realiza la universidad pretenden fortalecer esta cultura en y a través de todos los actores con los que ella se relaciona.

En la función de docencia se encuentran las prácticas de enseñanza de las instituciones: la forma en que han estructurado las acciones curriculares y extracurriculares para visibilizar, sensibilizar, y enseñar el emprendimiento. Aquí se evidencian también los diferentes modelos pedagógicos en los que está sustentado el tema: El contenido de la enseñanza, las características de los estudiantes y las características de la práctica docente. En la función de docencia se diseñan y ofrecen cursos, diplomados y posgrados que satisfagan las necesidades empresariales.

La función de investigación corresponde a la generación de nuevo conocimiento relacionada con el emprendimiento. Esta investigación abarca muchos campos y permite conocer cuáles son las preguntas que se han hecho los académicos y de qué forma las han resuelto. En lo relacionado con el emprendimiento y la función de investigación, se financian investigaciones de desarrollo tecnológico y se patentan y comercializan resultados de los diferentes grupos de investigación.

La función de extensión es entendida como la generación, difusión y transferencia de conocimiento a la sociedad. Esta concepción se traduce en múltiples actividades: Consultorías, asesorías, establecimiento de alianzas con las empresas y con entidades gubernamentales, etc.

⁴⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades –ASCUN. Estado del arte sobre emprendimiento universitario.[Citado 13 de mayo del 2015].

Figura 5 Prácticas alrededor del emprendimiento en la Universidad



Fuente Elaboración propia basado en Estado del arte sobre emprendimiento universitario. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades –ASCUN. 2014.

En la intersección de los campos de docencia e investigación se encuentran los estudios que han indagado por los procesos pedagógicos del emprendimiento: Competencias a desarrollar, actividades en el aula de clase, que se apoyan en herramientas de investigación para desarrollar proyectos emprendedores, actividades extracurriculares, etc.

El espacio común entre los campos de docencia y extensión se refieren a los procesos formativos de actores vinculados a empresas y organizaciones públicas y/o privadas, en tanto que la intersección entre extensión e investigación está relacionada con los procesos de producción de conocimiento denominados como investigación aplicada, que se dirigen a transferir este saber a las organizaciones y empresas para mejorar sus procesos de trabajo.

4.5.3 Mecanismos de apoyo al emprendimiento universitario⁴⁵. Además de las cátedras enfocadas en el emprendimiento, las cuales se enfocan primordialmente a la construcción del plan de negocios, existen otros mecanismos de apoyo en la función docencia y en la función extensión, que brindan herramientas que fortalecen la cultura de emprendimiento en la universidad.

Tabla 8. Mecanismos de apoyo al emprendimiento.

Actividades	Descripción
Seminarios	Evento que puede durar de medio día a varios días, en que se invitan a distintos expositores, ojalá con experiencias variadas en torno al emprendimiento, para que cuenten su experiencia a un público variado. Los seminarios pueden incluir talleres y conferencias en torno a temáticas relacionadas con el emprendimiento.
Talleres	Consiste en un evento, o conjunto de eventos, que conforman un proceso ordenado con un objetivo concreto como por ejemplo: desarrollo de habilidades emprendedoras, desarrollo de un plan de negocios, acompañamiento de la puesta en marcha de un negocio, entre otros. En este tipo de eventos hay una interrelación entre los conceptos teóricos y la práctica.
Muestras empresariales	Espacio académico-pedagógico que fomenta entre emprendedores el desarrollo de su creatividad, ingenio e interés empresarial y su compromiso social a través de la presentación de ideas de emprendimiento, de preferencia interdisciplinarios, que evidencien el proceso de creación de empresas y/o innovación social.
Encuentro de emprendedores	Reunión de dos o más emprendedores, que tiene como objetivo compartir experiencias y conocimientos sobre el proceso de emprendimiento. En los encuentros pueden estar inmersos concursos de ideas de negocio, conferencias.
Simuladores de negocios	Es una herramienta de aprendizaje y modelización. Permite al emprendedor experimentar la creación y gestión de su propio proyecto empresarial en un entorno en el que no arriesga dinero. Esto le ayudará a dotarse de la experiencia necesaria para aprender a distinguir lo importante de lo accesorio cuando se trata de gestionar una empresa.
Ruedas de negocio	Es un mecanismo que permite el encuentro entre emprendedores, empresarios, inversores e instituciones que

⁴⁵ SIMPOSIO INTERNACIONAL DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO – RETOS DE LA RELACIÓN UNIVERSIDAD (2: 10 – 11, Septiembre del 2014. Bogotá, Colombia) Practicas de Emprendimiento, 14 p.

Tabla 8. Continuación

	<p>buscan lograr acuerdos para abrir oportunidades de compra o venta de servicios, productos o procesos. En las ruedas de negocios los participantes acuerdan reuniones no solo para realizar transacciones, sino para crear alianzas o intercambiar conocimiento en torno a proyectos específicos.</p>
Outdoor training	<p>Es “una metodología del aprendizaje” dirigida al desarrollo y crecimiento de competencias, para lo cual se sirve de la naturaleza como aula y el aprendizaje experimental como método, con el propósito de reflejar a través de actividades en el medio natural y su posterior análisis, un ambiente similar al cotidiano.</p>
Conversatorios	<p>Es un espacio de discusión y/o reflexión sobre el emprendimiento abordado por tres o cuatro invitados quienes presentan sus ideas, experiencias y planteamientos el tema. Sus particularidades son el uso de espacios virtuales para generar el encuentro, la participación del público asistente y el ambiente casual o familiar que se debe generar para abrir el debate y la discusión; a diferencia de otras actividades académicas, el Conversatorio privilegia la presentación y la discusión abierta de las ideas y planteamientos que se abordan en la plática.</p>
Plataformas educativas	<p>Herramienta física, virtual o una combinación de ambas, que brinda la capacidad de interactuar con uno o varios usuarios con el fin de brindar herramientas pedagógicas que ayuden a los estudiantes en el procesos emprendedor.</p>
Consultorio	<p>Herramienta física o virtual al que recurren los emprendedores con el fin de encontrar soluciones a uno o más de sus problemas.</p>
Programas radiales	<p>Está dirigido a todas aquellas personas que quieren tener una visión cercana de la economía, que sean capaces de entusiasmarse con nuevos proyectos empresariales o profesionales, que quieran conocer herramientas de gestión, y que deseen aprender de los casos de éxito.</p>
Foros	<p>Son espacios de motivación y generación de cultura del emprendimiento y la innovación que permitan movilizar jóvenes, emprendedores y empresarios a través de experiencias de emprendedores exitosos, talleres lúdicos y experienciales para identificar oportunidades en el Departamento. Se caracterizan por ser espacios abiertos, estimulantes, interesantes y dinámicos, que generan en los asistentes atención, motivación que impulse a la acción, es decir, que incentiven a los participantes a iniciar o seguir adelante con sus iniciativas productivas o empresariales, con la generación de nuevos negocios o aceleración de las empresas ya creadas.</p>

Tabla 8. Continuación

Simposios	Especialistas en emprendimiento, exponen ideas apoyadas en datos empíricos generados por investigaciones y experiencia de campo.
Ferias empresariales	Son espacios comerciales donde los empresarios tienen la oportunidad de exhibir y vender sus productos o servicios y realizar contactos con los diferentes actores de la cadena productiva.
Congresos	Es un evento generalmente periódico, que dura de 3 a 5 días, formado por conferencias, talleres, foros, ponencias, y otras actividades en pro del emprendimiento. Los ponentes o conferencista suelen tener alto nivel profesional y conocimiento empírico sobre los temas.
Conferencias	Exposición oral impartida por especialistas en temas relacionados con el emprendimiento. Las conferencias regularmente están incluidas en el marco de eventos de emprendimiento, como congresos, encuentros y seminarios.
Club de emprendedores	Esta iniciativa universitaria dispone de un itinerario formativo propio que permite, tras un análisis de las necesidades del equipo promotor, ofrecerles formación emprendedora, adaptada a su perfil y características personales. Se trata de una plataforma de formación continua que combina sesiones teóricas, seminarios sobre competencias emprendedoras y reuniones con emprendedores universitarios.
Boot camp	Es un entrenamiento de modalidad intensiva, donde se ofrecen herramientas para mejorar o lanzar el emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia basado en Manual de orientación para la formación del emprendimiento. Corporación de desarrollo Pro O'Higgins. 2012.

4.5.4 Centros de formación, asesoramiento e incubación de ideas de negocio⁴⁶. Los centros de formación, asesoramiento e incubación de ideas de negocio, aglutinan a todos los organismos universitarios que acogen a potenciales emprendedores o emprendedores en activo para prestarles asesoramiento, apoyo material y un largo listado de servicios. Dentro de estos se encuentran lo que se listan a continuación:

⁴⁶ Fundación Universidad Empresa; Consejería de Educación y Empleo de la Comunidad de Madrid. Educación Emprendedora: Buenas prácticas internacionales. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Edición: septiembre de 2012.

- Servicios de prácticas y empleo y unidades de emprendimiento: Prestan asesoramiento personalizado acerca de las metodologías necesarias para enfrentarse a una idea de negocio, identificar objetivos o planificar el seguimiento del proyecto. En ocasiones se trata de acciones de mentoring, donde un emprendedor experimentado muestran su *saber hacer* adquirido en contextos reales.
- Preincubadoras: Los profesionales de las preincubadoras prestan asesoramiento gratuito a emprendedores con una idea de negocio en ciernes. Aunque el servicio más habitual es la asistencia personalizada para realizar un plan de empresa detallado y realista, también se presta temporalmente el uso de la oficina, se ofrecen cursos formativos o se asesora en la búsqueda de financiación.
- Viveros: Los viveros ofrecen a emprendedores que hayan fundado una sociedad: 1) oficinas amuebladas a bajo coste, con salas de reuniones, salón de actos, cafetería, servicios de reprografía y similares compartidos; 2) servicios de información, asesoría jurídica, fiscal, laboral y contable, asesoramiento empresarial en orientación de negocio, financiación y subvenciones, diseño de prototipos, protección intelectual e industrial, promoción de la empresa, etc.
- Centros o escuelas de emprendimiento: Aglutinan todos los servicios a emprendedores de la institución madre. Centrados en un perfil diferenciado, combinan formación muy avanzada con servicios de asesoramiento en un enfoque integral que apoya también la mejora competitiva de empresas existentes.
- Incubadoras: Las incubadoras universitarias proveen espacio físico y asistencia para la ‘aceleración’ del desarrollo exitoso de una aventura empresarial. Su principal meta es “producir” empresas exitosas que sean independientes y financieramente viables. Su rol va más allá de funcionar como inquilina o entidad asesora. Posibilita la obtención de una red de

contactos para la creación de nuevas empresas garantizando, en cierta medida, un flujo continuado y permanente de clientes y proveedores⁴⁷.

Además de los anteriores, existen unidades de apoyo al emprendimiento más orientados a empresas de base tecnológica* como:

- Parques científico-tecnológicos: con gestión propia, están en contacto permanente con la universidad madre, otras universidades del entorno y centros de investigación. Su misión es apoyar el nacimiento y crecimiento de spin-off universitarias y empresas de tecnología intensiva residentes en el propio parque, por lo que suelen alojar preincubadoras y viveros con servicios especializados.
- Oficinas de Transferencia: punto de encuentro entre los grupos de investigación y el entorno empresarial. Fundamentalmente identifican resultados, evalúan su potencial de transferencia, gestionan contratos de investigación y patentes, etc.

⁴⁷ Nodriz incubation Partner. SENA – FONADE. Guía de buenas prácticas para las incubadoras de empresas. 2005. [En línea] Disponible en: <http://biblioteca.sena.edu.co/exlibris/aleph/u21_1/alephe/www_f_spa/icon/incubadoras/guia%20de%20buenas%20practicas.pdf> [Citado 13 de Junio del 2015]

* El emprendimiento de base tecnológica ha sido definido como las «maneras en las cuales los emprendedores hacen uso de recursos y estructuras para explotar oportunidades tecnológicas emergentes» (Liu, 2005).

5. DESCRIPCIÓN DE LOS MECANISMOS DE APOYOS AL EMPRENDIMIENTO DEL IPRED

En primera instancia se realizaron una serie de reuniones con la coordinación del Programa de Tecnología Empresarial, para indagar sobre el papel de Tecnología Empresarial en materia de emprendimiento en el IPRED. Al término de estas reuniones se evidencia que otro actor importante en el emprendimiento del IPRED, es el Programa Agroindustrial. Con este nuevo panorama, se decide realizar un acercamiento al Programa Agroindustrial para constatar y profundizar la forma como aporta al emprendimiento del Instituto, con la finalidad de integrarlos al estudio. Se aborda entonces la revisión de los documentos entregados por los programas y páginas web de los mismos, esto con el propósito de hacer una identificación de información sobre emprendimiento en el IPRED, recopilando de esta manera la información documentada y sistematizada del instituto.

Igualmente, se realizaron entrevistas semi-estructuradas (véase anexo A) a los agentes clave* en el desarrollo del proceso emprendedor de ambos programas, para recabar la información que no está documentada lo que permitió la construcción de una descripción actualizada de la dinámica, la evolución y la confluencia de los mecanismos de apoyo al emprendimiento en el Evento Académico y Científico *Emprendedores*. Las evidencias fotográficas de las entrevistas, se encuentran en el anexo B.

* Se identificaron los agentes clave en el proceso emprendedor de cada programa y se entrevistaron a las personas que cumplen un papel en la formación impartida por los programas y en la organización del Evento Emprendedores. Las personas entrevistadas se listan a continuación:

Tecnología Empresarial:

Margarita Rodríguez Villabona - Coordinadora de Tecnología Empresarial

Claudia Calderón - Profesional Administrativa de Tecnología Empresarial

Jennifer Piñerez Castro - Profesional asistente de Tecnología Empresarial

Yanira Sanabria – Docente de Gestión de la Comunicación Empresarial

José Felix Reyes - Docente de Formulación y Evaluación de Proyectos

Programa Agroindustrial:

Carlos Aníbal Vásquez - Coordinador del Programa Agroindustrial

Iván Dario Porras – Profesional del Programa Agroindustrial

La descripción y caracterización del Evento Académico y Científico *Emprendedores* fue construida a partir de la información extraída de la revisión de documentos y registros existentes del mismo, así como de las entrevistas semi-estructuradas realizadas a los organizadores del evento. El comité organizador del evento está formado por los coordinadores y los profesionales de los programas. Las evidencias fotográficas de las entrevistas, se encuentran en el anexo B. La caracterización se centra en el Evento Académico y Científico *Emprendedores* Bucaramanga, pues es el evento más establecido de todas las sedes y que presenta mayor participación de estudiantes del IPRED; sin embargo se realiza una breve descripción sobre el evento en la sede de Barrancabermeja para tener un criterio de comparación interno, es decir a nivel institucional.

Finalmente, para tener otra fuente de información, el grupo investigador asistió al Evento Académico y Científico *Emprendedores* de Bucaramanga, al Evento Académico y Científico *Emprendedores* de Barrancabermeja y al Encuentro de *Emprendedores* en la ciudad de Bucaramanga, con el objetivo de complementar la información obtenida en las entrevistas. Las evidencias fotográficas, se encuentran en el anexo C.

5.1 INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA – IPRED-

En su propósito de proyección territorial, la UIS desde el año 1977 a través de diferentes disposiciones internas, estructura su accionar en la región a través del Instituto de Educación a Distancia y la Dirección General de Regionalización ⁴⁸, hoy conocido como Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia -IPRED-. El IPRED hace presencia en los departamento de Santander y Cesar, y su oferta de

⁴⁸ Presentación del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia [en línea]. [Citado el 10 de Agosto de 2015]. Disponible en: <<https://www.uis.edu.co/webUIS/es/academia/institutoProyeccionRegionalyEducacionDistancia/presentacion.jsp>>

programas académicos va desde nivel técnico hasta profesional, en modalidad a distancia y virtual.

5.1.1 Misión del IPRED. El IPRED es la unidad académico – administrativa de la Universidad Industrial de Santander responsable de fortalecer la acción de la Universidad en las Regiones, mediante el cumplimiento de sus funciones de formación, investigación y extensión.

Promueve el desarrollo regional mediante la integración de los sectores sociales en la formulación e implementación de programas académicos de pregrado, posgrado y proyectos con identidad regional y perspectiva internacional.

En su quehacer prevalece la formación integral de personas capaces de pensar y actuar universalmente, con visión futurista, participativa, crítica, dispuesta al emprendimiento y orientada a la construcción colectiva.

Sustenta su trabajo en la calidad humana de la comunidad universitaria, la efectividad de sus procesos administrativos, la innovación pedagógica y la incorporación significativa de tecnologías de la información y la comunicación⁴⁹.

5.1.2 Visión del IPRED. En el 2018 el Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia será el ente articulador de las acciones misionales de la UIS en las comunidades regionales en donde tenga presencia con sus programas y proyectos.

La UIS será reconocida como actor fundamental del desarrollo local, gracias al liderazgo del Instituto en acciones conducentes a la integración de un mayor número

⁴⁹ Proyecto educativo actualizado del programa de Tecnología Empresarial. Instituto De Proyección Regional y Educación a Distancia –IPRED-. 2013

de habitantes y entidades en procesos de formación y articulación académica de alto nivel, en actividades de protección y conservación de los patrimonios naturales y culturales, y en el desarrollo de propuestas de investigación y extensión como aportes significativos a la solución de las necesidades y las aspiraciones específicas de la comunidad.

El Instituto contará con una eficiente y moderna infraestructura física y tecnológica, que le permitirá responder con proyección nacional e internacional a los compromisos misionales, convirtiéndose en un nodo de la actividad cultural y académica de la región⁵⁰.

5.1.3 Programas académicos del IPRED

Tabla 9 Programas académicos del IPRED

Programas Técnicos	
Técnica Profesional en Producción Agropecuaria	
Programas Tecnológicos	
Tecnología Agroindustrial	Tecnología en Regencia de Farmacia
Tecnología Empresarial	Tecnología en Gestión Judicial y Criminalística
Programas Profesionales	
Gestión Empresarial	Producción Agroindustrial
Artes Plásticas	Zootecnia*
Turismo •	Ingeniería Forestal*
Programas de Posgrado	
Especialización en Administración de Servicios de Salud **	Especialización en Alta Gerencia**•
Especialización en Evaluación y Gerencia de Proyectos **	Especialización en Producción de hidrocarburos **

Fuente Elaboración propia basado en Base de datos del IPRED.

⁵⁰ *Ibíd.*

* Se ofrece en la sede UIS de Málaga

• Se ofrece en la sede UIS de Socorro

** Se ofrece en la sede UIS de Barrancabermeja

5.1.4 Programa de Tecnología Empresarial. El programa de Tecnología Empresarial adscrito al Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia de la Universidad Industrial de Santander fue creado por el Acuerdo N° 067 de 1983 (Noviembre 18) del Consejo Superior, con el propósito de preparar profesionales desde una perspectiva integral, considerando las características y las competencias que se espera adquiera y desarrolle un Tecnólogo Empresarial. Así mismo, el programa 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 organizacionales⁵¹.

La misión que define el quehacer del programa de Tecnología Empresarial es⁵²:
“Formar un profesional integral con conocimientos y competencias en el área de Gestión de Empresa, fundamentado en el desarrollo de una mentalidad emprendedora, con capacidad para comprender e interpretar la realidad del entorno, para participar o apoyar en procesos de cambio en la modernización de las empresas y organizaciones ya establecidas y/o creador de empresa por el progreso y mejor calidad de vida de la sociedad.

⁵¹ Proyecto educativo actualizado del programa de Tecnología Empresarial. Instituto De Proyección Regional y Educación a Distancia –IPRED-. 2013

⁵² REFORMA CURRICULAR DEL PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EMPRESARIAL. Acuerdo N° 32 del Consejo Académico. Por el cual se aprueba la reforma académica del programa de Tecnología Empresarial. (21, febrero, 2006). Bucaramanga.

Orientan su misión los principios democráticos, la reflexión crítica, el ejercicio de libre cátedra, el trabajo interdisciplinario, el compromiso con los propósitos institucionales, el respeto por la dignidad humana, la preservación del medio ambiente y el sentido de responsabilidad social”.

De igual manera, la visión definida para Tecnología Empresarial es:

En el año 2018 el programa de Tecnología Empresarial, de la Universidad Industrial de Santander, será reconocido en el ámbito nacional por su capacidad para brindar formación tecnológica con visión global, promover en los estudiantes una cultura de emprendimiento y fortalecimiento empresarial y ser promotor del desarrollo regional y nacional mediante la formación de Tecnólogos integrales, interesados en aportar soluciones creativas a las necesidades de su entorno y contribuir con el bienestar de sus comunidades.

El programa de Tecnología Empresarial en modalidad virtual desde el año 2010, hace presencia en Santander a través de las sedes UIS (Barbosa, Barrancabermeja, Bucaramanga, Socorro y Málaga) y en el Cesar por medio de centros de atención a estudiantes (CAE).

- Estructura curricular de Tecnología Empresarial

Se encuentra estructurado por cinco áreas de formación (véase figura 6) en torno a la gestión de empresas y por seis ejes integradores que se desarrollan semestre a semestre, cohesionando las actividades del plan de estudios en torno al emprendimiento y propician la formación integral de las personas así como el desarrollo de sus competencias y habilidades con el fin de ejercer su autonomía y facilitar su desempeño profesional. Se pretende que los procesos que se dan en estas áreas converjan en una mentalidad emprendedora tanto en los estudiantes como en los docentes.

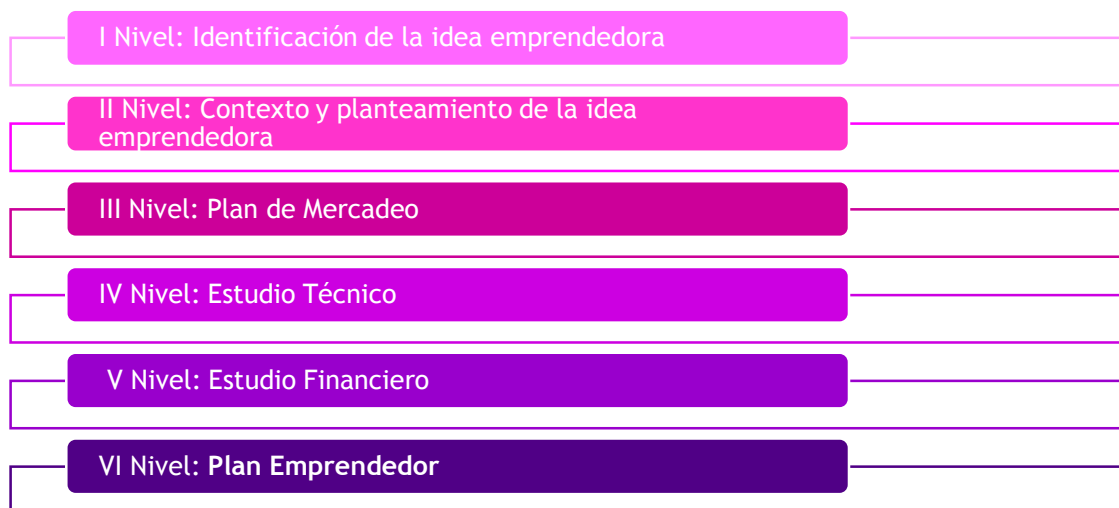
Figura 6 Áreas de formación de Tecnología Empresarial



Fuente Elaboración propia basado en Proyecto Educativo Actualizado Programa de Tecnología Empresarial. 2013.

Con la definición de un plan de estudios estructurado como un proceso emprendedor que abarca todos los semestres del programa, Tecnología Empresarial define seis ejes integradores (véase figura 7) , que permiten desarrollar cada semestre un componente del proyecto que se consolida en sexto semestre de formación con el *Plan emprendedor*, a través del cual se promueve el emprendimiento y se le da al estudiante la flexibilidad de elegir la temática de acuerdo con sus intereses, conocimientos y experiencias.

Figura 7 Plan de estudios estructurado por ejes integradores



Fuente Elaboración propia basado en Proyecto Educativo Actualizado Programa de Tecnología Empresarial. 2013.

Por otra parte, el diseño curricular basado en el trabajo por proyectos y ejes integradores se fortalece como núcleo tanto de la organización de las asignaturas como de la orientación de las actividades. Esto da las condiciones para la integración curricular horizontal, vertical y transversal de los diferentes elementos del mismo. Como complemento a lo dicho, en el anexo D se presenta la estructura curricular del programa Tecnología Empresarial.

- Estructura pedagógica de Tecnología Empresarial

La pedagogía que orienta las acciones de docentes y estudiantes de Tecnología Empresarial, dentro del marco de la metodología de la educación a distancia y virtual, que parte de la concepción constructivista del aprendizaje, en la que el estudiante se convierte en el sujeto del aprender, protagonista del proceso de aprendizaje y donde el docente orienta, estimula y potencia las competencias del estudiante para pensar, investigar y actuar de forma innovadora, mediante el trabajo individual y colaborativo⁵³.

Cabe mencionar que el programa también traza estrategias de enseñanza-aprendizaje que favorecen el proceso de formación de los estudiantes en cuanto a emprendimiento se refiere, teniendo presente los diversos estilos y ritmos de estudiantes.

En Tecnología Empresarial se elaboran materiales de aprendizaje que responden a necesidades propias del programa y facilitan la interacción entre los actores educativos. Los tutores del programa elaboran diversos tipos de material docente, entre los cuales se destacan los guiones de aprendizaje para las diversas asignaturas, los cuales constituyen el eje central para el desarrollo de estas y son

⁵³ Tecnología Empresarial. Op. Cit., p. 75

utilizados en el desarrollo de las asignaturas por la totalidad de estudiantes del programa⁵⁴.

- Mecanismos de apoyo al emprendimiento en Tecnología Empresarial

El programa de Tecnología Empresarial está concebido para formar personas con mente emprendedora, que impacte positivamente a la sociedad y su desarrollo con la generación de empresas propias. En efecto, las asignaturas del plan de estudios de Tecnología siembran el cimiento, y se enfoca a desarrollar un plan de negocio para la creación de empresa; que inicia en el primer semestre con la selección de una idea de interés y se valida semestre a semestre, a través de cada asignatura que conforma el programa. La asignatura *Formulación y Evaluación de Proyectos* de sexto semestre juega un papel importante en el logro del proyecto de la formación tecnológica pues consolida todo el proceso en un plan de negocios denominado *Plan Emprendedor*.

El apoyo al emprendimiento en Tecnología Empresarial se evidencia en una serie de actividades extracurriculares como la programación de conferencias semestrales para los estudiantes en las cuales participan instituciones del ecosistema emprendedor. En lo referido a divulgación y promoción del emprendimiento, el programa informa a los estudiantes sobre convocatorias y eventos buscando que participen activamente de estas oportunidades. Igualmente, con el apoyo del programa UIS Emprende, desde hace 3 años se realiza una jornada de sensibilización en emprendimiento a los estudiantes de primer semestre. En estas jornadas se les da a conocer las iniciativas de apoyo al emprendimiento existentes en la universidad, y en algunos casos, se cuenta con la participación de emprendedores que comparten su experiencias como empresarios.

⁵⁴ Tecnología Empresarial. Op. Cit., p. 48

Pero quizá el mecanismo más fuerte y consolidado de Tecnología Empresarial es el Evento Académico y científico *Emprendedores*, punto de confluencia de los apoyos al emprendimiento del programa, en el cuál los estudiantes presentan los *Planes emprendedores*, resultado de la formación tecnológica. Asociado al evento han surgido iniciativas como *Emprendedores Virtual*, página web oficial del evento, ideada como punto de encuentro de estudiantes, egresados, emprendedores, empresas e instituciones de apoyo al emprendimiento que facilita la relación comercial, de aprendizaje y de apoyo mutuo de los implicados.

5.1.5 Programa Agroindustrial. El programa Agroindustrial adscrito al Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia – IPRED- de la Universidad Industrial de Santander tiene por misión⁵⁵ *“El compromiso con los más altos estándares de calidad en la formación profesional, ética, social, humanística y científica de los estudiantes.*

Desde esta perspectiva lidera la formación de profesionales que identifican oportunidades para crear o desarrollar empresas en actividades propias del sector agropecuario y agroindustrial y que intervienen eficientemente los procesos de poscosecha, transformación, almacenamiento, comercialización y agro-exportación en coherencia con las necesidades de los entornos agroempresariales de las cadenas productivas.

Son pilares de la formación: el gran sentido de responsabilidad y compromiso con la preservación y mejoramiento del medio ambiente; la responsabilidad para liderar el desarrollo regional con una clara visión social y la contribución a una mejor calidad de vida, bajo criterios de productividad, competitividad, calidad, rentabilidad y

⁵⁵ DOCUMENTO PARA REFORMA ACADÉMICA DEL PROGRAMA DE PRODUCCIÓN AGROINDUSTRIAL. Instituto De Proyección Regional y Educación a Distancia –IPRED-. 2012.

sostenibilidad, equidad, inocuidad, seguridad y equilibrio ambiental, respetando los principios de la convivencia y la igualdad ciudadana”.

De igual modo, la visión que se ha trazado el Programa Agroindustrial es:

“Para el 2018, el programa Agroindustrial se habrá consolidado por su visión renovada de la educación rural; la formación de profesionales con un enfoque sistémico de la cadena agroindustrial, líderes, competentes, con pensamiento crítico, con responsabilidad social y ambiental y con capacidad para participar en el avance tecnológico agroindustrial, la innovación agroindustrial, la sostenibilidad y aseguramiento de la calidad de productos y procesos agroindustriales y el manejo de normas y estándares de calidad con criterios de eficiencia de la cadena productiva agroindustrial en el mercado global.

Será reconocido por su liderazgo para atender activamente a las necesidades del entorno cultural político y social, el aporte de sus egresados al desarrollo sustentable y su contribución a una economía local competitiva acorde a los estándares y compromisos del país en un entorno globalizado.

Gracias a la cualificación constante de sus procesos de docencia, investigación y extensión, en coherencia con las nuevas tendencias y proyecciones del sector agroindustrial, desarrollará un trabajo articulado con el sector educativo, el sector gubernamental y los centros de investigación a nivel regional y nacional; sus resultados se reflejarán en la calidad de vida, productividad y competitividad de la región y del país.

Hará presencia en el escenario regional mediante redes educativas y alianzas capaces de potenciar las capacidades humanas, profesionales y de gestión, e incidir en el bienestar y desarrollo armónico de las comunidades locales”.

El programa Agroindustrial es ofrecido en modalidad a distancia y en formación por ciclos propedéuticos* (véase figura 8), esto permite tener un enfoque modular, integración por problemas y proyectos, todo ello, con la visión agroindustrial, regional y perspectiva global. Además considera relevante, centrarse en el aprendizaje continuo y permitiendo formar profesionales desde una perspectiva integral, considerando las características y las competencias necesarias para desempeñarse en el campo agropecuario y agroindustrial.

El programa Agroindustrial orienta la formación con criterios empresariales y de emprendimiento, generando oportunidades para el sector agroalimentario, aprovechando las políticas, acuerdos y estrategias en el mercado global (como el TLC) mediante la incorporación de normas y estándares de calidad; integración en cadenas agroalimentarias y acceso a mercados internacionales ⁵⁶.

Figura 8 Programa Agroindustrial



Fuente Elaboración propia basado en Reforma de Producción Agroindustrial.IPRED. 2012.

* Según el Ministerio de Educación Nacional, el ciclo propedéutico hace referencia al proceso por el cual se prepara a una persona para continuar en el proceso de formación a lo largo de la vida, en este caso particular, en el pregrado. En consecuencia, un ciclo propedéutico se puede definir como una fase de la educación que le permite al estudiante desarrollarse en su formación profesional siguiendo sus intereses y capacidades. Los ciclos propedéuticos en la formación de pregrado organizan la Educación Superior en tres etapas: flexibles, secuenciales y complementarias. Esto se refiere a que el estudiante puede iniciar sus estudios de pregrado con un programa técnico profesional (2 ó 3 años) y transitar hacia la formación tecnológica (3 años), para luego alcanzar el nivel profesional universitario (5 años)

⁵⁶ Producción Agroindustrial Op. Cit, p. 37

La estructura curricular del programa (véase anexo E) contiene asignaturas como *Plan de Negocios en los Agronegocios*, *Diseño de la investigación en Agroindustrial*, *El proyecto de emprendimiento en Agronegocios* con las que se busca incentivar al estudiante a crear empresa agroindustrial, permitiéndole conocer y la estructura contable y de costos que esta debe tener. Por lo anterior, el estudiante tendrá las herramientas necesarias para la elaboración de un plan de agronegocios con fines de presentarlo a un ente financiero; y para la tomar decisiones acertadas para la sostenibilidad de la empresa. Asimismo, la iniciativa emprendedora desarrollada en estas asignaturas se presenta en el Evento Académico y Científico *Emprendedores*.

En ese orden, para contribuir al fortalecimiento de las cadenas productivas y al proceso de internacionalización de la economía colombiana, Producción Agroindustrial agrega valor a la producción, uniendo, en la formación agroindustrial, lo agrícola y lo pecuario con la producción y el emprendimiento. Desde este punto de vista, las acciones extracurriculares del programa (Participación en el Evento Académico y Científico *Emprendedores*, en la Feria Agropecuaria, etc.) van unidas al propósito del programa de formación en los estudiantes de la competencia para el emprendimiento.

5.1.6 Evento Académico y Científico Emprendedores



**EVENTO ACADÉMICO Y
CIENTÍFICO**
Gestando iniciativas empresariales

El Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia realiza semestralmente el Evento Académico y Científico *Emprendedores*, en el cual convergen las propuestas académicas elaboradas por los estudiantes, mediante los planes de

negocio formulados a partir de la identificación de oportunidades de negocio, de las inquietudes, necesidades y experiencias de empresarios y comunidad en general. Con este evento se establecen vínculos y se propicia la interacción con instituciones nacionales, personalidades, empresas visitantes, así como con el público en general. Con *Emprendedores* se establece vínculos y se propicia la interacción con instituciones nacionales, personalidades, empresas visitantes y público en general⁵⁷.

El evento cuenta con 23 versiones tan solo en Bucaramanga y ha sido acogido por las sedes de Barrancabermeja, Barbosa y Socorro. Su realización se lleva a cabo fuera del campus universitario, favoreciendo el acceso de la comunidad.

- Historia y Evolución del Evento

En el año 1996 nacen las *Muestras Empresariales*, espacio abierto a los estudiantes de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial que contasen con una empresa; con ello se perseguía que los estudiantes dispusieran de un espacio para mostrar sus negocios. La primera *Muestra Empresarial* con duración de dos días se realizó en la Plazoleta frente al Auditorio Luis A. Calvo. En los años 1997, 1998 y 1999 se continuó con la realización de la II, III y IV Muestra Empresarial, contando además con la participación de conferencistas destacados, tales como el Dr. Rodrigo Varela, con la conferencia "Espíritu empresarial", el Dr. Edmundo Heredia, Gerente de Freskaleche, con la conferencia "La gerencia en el siglo XXI", la Dra. Homaira Ballesteros, Directora de ACOPI, con la conferencia "Visión empresarial del próximo

⁵⁷ Presentación del Evento Académico y Científico Emprendedores. Coordinación del Programa de Tecnología Empresarial, 2015.

milenio" y la Dra. Mónica Lenz, motivadora internacional, con la conferencia "El siguiente paso: construir los sueños desde hoy"⁵⁸.

Para el año 2000 el evento toma el nombre de EXPOINSED – UIS realizándose cambios sustanciales que incluyen adoptar como lugar de exposición La Casona La Perla, y contar con la participación de todos los Programas ofrecidos en la modalidad a distancia, como fueron Tecnología Agropecuaria, Tecnología en Regencia de Farmacia, Tecnología Jurídica, Tecnología y Gestión Empresarial y Bellas Artes.

Igualmente, en el formato del evento se programaron conferencias dirigidas a cada uno de los Programas del IPRED, entre ellas se destacó la del Ingeniero Jorge Gómez Gómez con la conferencia titulada "Bucaramanga, ciudad digital Ténolopolis" y la conferencia del Ingeniero Hugo Estrada Nieto, "Pensamiento estratégico".

Estas muestras se realizaron hasta el año 2000 y por situaciones de tipo administrativo dentro del IPRED, se suspendieron para los años 2001, 2002 y 2003. Otro antecedente del evento, y que se cruza temporalmente con la situación de aquel entonces, es la iniciativa que presentaron los docentes de la asignatura que se llamaba *Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión* en la cual se buscaba un espacio dentro de la universidad para la muestra de los proyectos que los estudiantes realizaban en el marco de la asignatura. Esta iniciativa era liderada por la profesora Mary Luz Rangel. Esta muestra se llevó a cabo en algunas jornadas los días sábado, durante unos semestres en el primer piso del IPRED.

⁵⁸Evento Académico y Científico Emprendedores [en línea]. Reseña Histórica. [Citado el 31 de Agosto de 2015]. Disponible en: <<http://ead.uis.edu.co/emprendedores/index.php/resena-historica/127-resenahistorica>>

Es en el 2004 que nace *Emprendedores* como un evento de carácter académico y científico con el propósito de mostrar cómo se estaba influyendo a los estudiantes en materia de creación de empresas a partir de la formación recibida en Tecnología Empresarial. Para ello se trabajó sobre las bases de las *Muestras Empresariales* realizadas y las iniciativas de los docentes de la Asignatura *Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. El evento se enfocó exclusivamente en la participación de los estudiantes de sexto semestre de Tecnología Empresarial que cursaban *Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión o Plan Emprendedor* en cualquiera de las sedes o centros de atención (CAE) en los cuales se ofrecía el programa⁵⁹. El producto que se presentaba en el evento correspondía a un estudio de factibilidad del proyecto de inversión elaborado en la asignatura; esta herramienta les permitió integrar y aplicar los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del Programa a nivel Tecnológico, evidenciando así su proceso de formación como emprendedor. Para la denominación del evento se convocó a reunión a egresados y docentes y se decidió llamarlo *Emprendedores*.

El evento se realizó en la Casona la Perla y la dinámica era muy distinta a la de hoy, pues se realizaba una conferencia al finalizar el evento y los costos y la logística estaban a cargo de los estudiantes participantes. En lo que respecta a la divulgación del evento, esta labor estaba a cargo de los estudiantes de cuarto semestre inscritos en la asignatura *Comunicación Empresarial*.

En el 2006 el programa empieza a destinar fondos para la realización del evento Académico y Científico *Emprendedores*, otorgando almuerzos y refrigerios a los expositores. Para la misma fecha el programa de Tecnología Agropecuaria⁶⁰ inicia

⁵⁹ *Ibíd.*

⁶⁰ El programa de Tecnología Agropecuaria no está vigente desde el año 2012, debido a que no se renovó el registro calificado por ende el Programa Agroindustrial actual está compuesto de Técnica Profesional Agropecuaria, Tecnología Agroindustrial y Producción Agroindustrial.

su participación en el evento, con la presentación de los estudiantes de la asignatura “Estandarización de Procesos Agropecuarios” con el profesor Cesar Espinel quienes comercializan los productos que producían en la granja de Guatiguará.

En 2007, la anomalía académica y cierre de la universidad, llevó a la coordinación del programa de Tecnología Empresarial a trasladar el evento al Colegio Cajasan Tejados hasta el año 2010.

En 2011 se realiza el evento en el Centro Cultural del Oriente, un espacio de mayor tamaño, requerido por la vinculación de estudiantes de Tecnología Agroindustrial y Agropecuaria, Producción Agroindustrial y Bellas Artes, además de aquellos de Tecnología Empresarial teniendo una acogida significativa en su primera versión del concurso. A partir de este evento, el alcance y la planeación del evento cambian, se incluye de forma permanente a los demás programas del IPRED como participantes, convirtiéndose en un evento del Instituto más allá que del programa de Tecnología Empresarial.

Para el año 2013, con la incorporación de los programas de Tecnología en Regencia de Farmacia y Tecnología en Gestión Judicial y Criminalística, el Evento Académico y Científico *Emprendedores*, se erige como el evento insignia del IPRED. En consonancia con esto y en aras de crear una marca, se hace el diseño de la imagen que representará el evento (letra e, inicial del nombre del evento *Emprendedores*), debido a que anteriormente se hacía un diseño diferente para cada evento.

Adicionalmente, la coordinación del evento hace acercamientos con las decanaturas de la universidad y con la Vicerrectoría de Investigación y Extensión (VIE) a través del programa UIS Emprende, con miras a que se vinculen al evento, estudiantes de la modalidad presencial.

Fruto de estas acciones, en 2014 y 2015 programas presenciales como Ingeniería Industrial y Diseño industrial, junto con estudiantes vinculados al programa UIS Emprende, participan como expositores, sumándose a los participantes asiduos del IPRED. El evento se traslada a Neomundo por comodidad y seguridad para los expositores y visitantes.

Por otro lado, se hace el primer *Encuentro de Emprendedores*, un espacio para conferencias relacionadas con el fomento a la cultura emprendedora. Como ya se mencionó, tradicionalmente las conferencias se realizaban el mismo día del evento, pero se evidenció que los expositores no podían asistir a ellas pues las dos actividades ocurrían simultáneamente. Así las cosas, a partir del año 2014, se organizan dos jornadas diferentes para las exposiciones y las conferencias.

En el primer semestre de 2015 se celebró la vigésima tercera versión del Evento *Emprededores* de Bucaramanga. Tecnología Empresarial y el Programa de Agroindustrial, fueron los encargados de exponer ideas y planes de negocio; el arte se vivió a través de las actividades realizadas por los estudiantes del Programa de Artes Plásticas, quienes compartieron con los asistentes su stand “oficios imaginarios”, así como la exposición de proyectos escultóricos. Se contó además con la participación de Ingeniería Empresarial, Emprendedores adscritos al programa UIS Emprende y empresas patrocinadoras. En la figura 9 se muestra la línea de tiempo que resume la historia del Evento Emprededores.

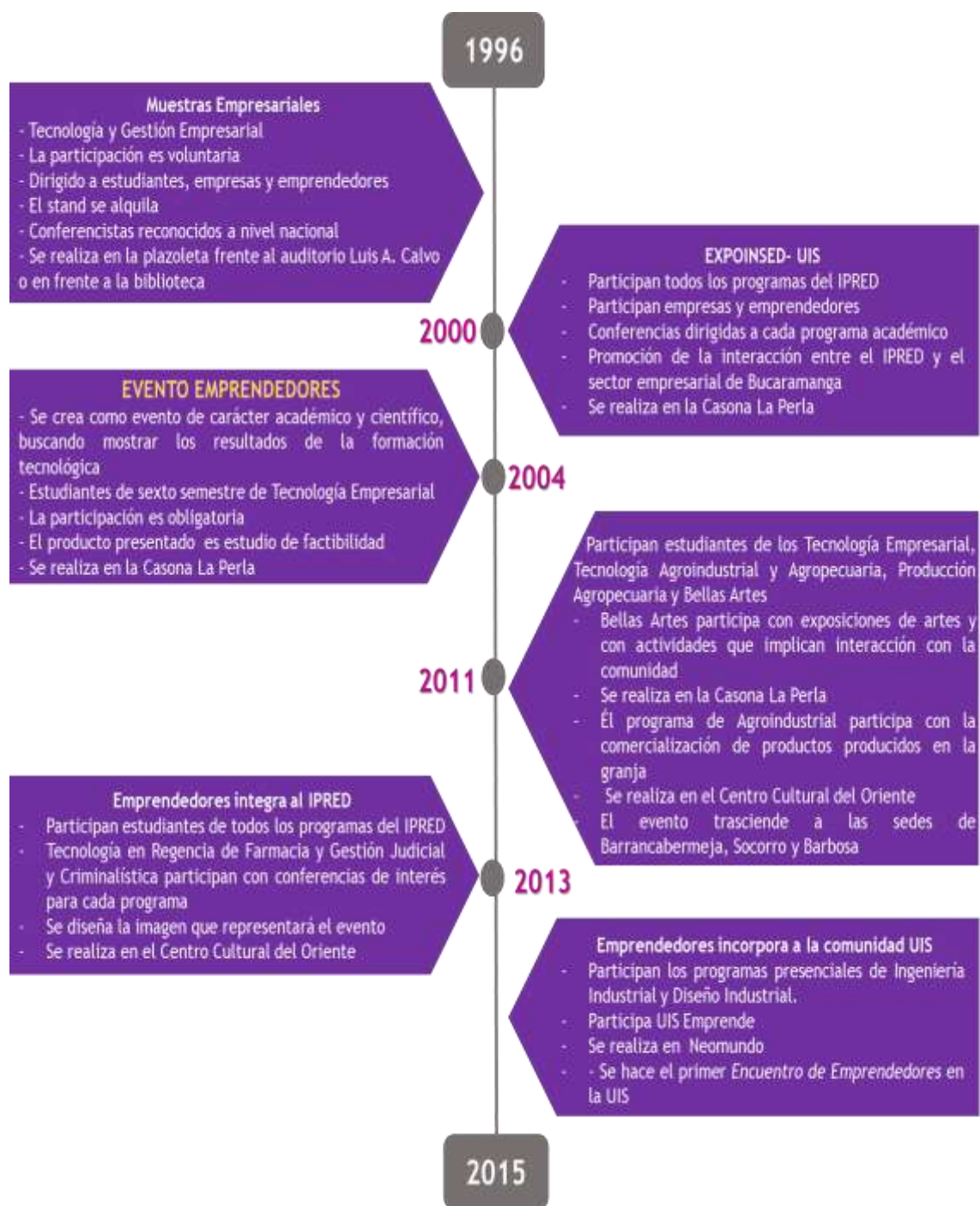
El número de expositores y de ideas presentadas en el evento se pormenoriza a continuación:

Tabla 10 Datos de la versión 23 del evento Emprendedores

Programa	No. de proyectos	No. de expositores
Programas del área Agroindustrial	80	154
Tecnología Empresarial	25	51
Artes Plásticas	12	12
Tecnología en Gestión Judicial y Criminalística	3	6
Ingeniería Industrial	2	2
UIS Emprende	5	5
Empresas Patrocinadoras	11	11
Total	117	217

Fuente Elaboración propia basado en Informe final de Emprendedores versión 23. IPRED. 2015-1.

Figura 9 Línea de Tiempo del Evento Emprendedores



Fuente Elaboración propia basado en entrevistas a agentes clave y documentos del IPRED.

- Organización del Evento Académico y Científico *Emprendedores*

La planeación y organización del Evento *Emprendedores* está a cargo del programa de Tecnología Empresarial, sin embargo, con el ingreso del programa Agroindustrial como expositor de proyectos, se consolidó el Comité de Organización de *Emprendedores*. Este comité (véase figura 10) lidera la gestión de recursos necesarios, coordinan las actividades complementarias y realizan la logística del evento. Otros programas que participan con el desarrollo de conferencias y de exposiciones de arte, deben informar al comité cuál es la temática elegida y el número de asistentes que tendrá para asignarles una ubicación. El programa de Tecnología Empresarial se encarga de gestionar los recursos necesarios para el desarrollo del evento, buscar el lugar donde se lleva a cabo y asignar la ubicación para cada programa participante. El Programa Agroindustrial se encarga de gestionar los premios para los estudiantes ganadores y de ubicar los estudiantes adscritos al programa, teniendo en cuenta los tipos de proyectos que exponen.

Figura 10 Comité del Evento Emprendedores



Fuente Elaboración propia, basadas en entrevistas a los actores.

No obstante, el desarrollo y realización del evento cuenta con el apoyo de:

- Los tutores que orientan desde la academia los trabajos de los estudiantes que hacen parte fundamental del evento.
- Los estudiantes que desarrollan, desde las asignaturas, la logística de información y promoción del evento, y los *planes emprendedores* que son presentados a la comunidad.
- Los tutores de las asignaturas que intervienen en la realización del evento, quienes apoyan la logística requerida para su organización y realización.
- Egresados empresarios y entidades regionales que durante los eventos imparten conferencias, apoyan ideas y dan orientación en temas asociados con emprendimiento.

Por lo que se refiere a la gestión de recursos necesarios para la realización del evento, hasta el año 2014 el programa de Tecnología Empresarial en su presupuesto anual destinaba los fondos para el desarrollo del evento. Para el 2015 la dirección del IPRED dio otros lineamientos, asumiendo la financiación del mismo por medio de una reserva presupuesta para los eventos que organiza. Tecnología Empresarial pasa una solicitud a la dirección del IPRED y este asigna los recursos para el evento, según la reserva que tenga disponible. Los premios del evento son gestionados con las empresas y entidades que se logran contactar para que participen como Patrocinadores. Generalmente estos premios son obsequios que dependen de lo que la empresa esté dispuesta a regalar.

El evento también se realiza en las sedes donde hacen presencia los programas de Tecnología Empresarial y Programa Agroindustrial. Estas sedes son:

Tabla 11 Evento *Emprendedores* en las Sedes

Sedes UIS donde se realiza el evento	Número de versiones realizadas	Años de realización
Bucaramanga	23	2004 a 2015
Barrancabermeja	10	2010 a 2015
Barbosa	3	2012 a 2014
Socorro	2	2013

Fuente Elaboración propia basado en Bases de datos programa de Tecnología Empresarial. 2015.

- Caracterización del Evento Académico y Científico *Emprendedores*

Para la caracterización del Evento Académico y Científico *Emprendedores* fue imperativo tomar parámetros como objetivos y estructura del evento, con la finalidad de compararlos con la conceptualización de los diferentes mecanismos de apoyo al emprendimiento definidos en la revisión de literatura de la investigación.

Al cotejar la teoría con la estructura, se encontró que el mecanismo de apoyo al emprendimiento al que mejor se ajusta el evento Académico y Científico *Emprendedores* es a *Concursos de emprendimiento*, pues según Huffman y Quigley (2002), los concursos de emprendimiento ayudan a promover el emprendimiento al suministrarse un camino donde los individuos con ideas de negocio y las entidades o personas involucradas en la creación de empresas (ángeles inversores, capitalistas de negocios, empresarios con trayectoria, banqueros, contadores) pueden trabajar en red y así descubrir, desarrollar y explotar las ideas de negocio; definición que se alinea con los objetivos y razón de ser del evento.

La tabla 12 muestra el formato del concurso *Emprendedores* que se utilizó para organizar la información recopilada en las entrevistas y revisión documental.

Tabla 12 Formato Concurso *Emprendedores*

CONCURSO EMPRENDEDORES	
	<p>Es un concurso de emprendimiento semestral en el que convergen las propuestas académicas de estudiantes, mediante planes de negocio formulados a partir de la identificación de oportunidades de negocio, inquietudes, necesidades y experiencias de empresarios y comunidad en general; logrando validar las propuestas presentadas e identificar nuevas oportunidades de negocio para futuras iniciativas emprendedoras.</p>
OBJETIVOS	<p>Presentar las iniciativas empresariales desarrolladas durante el proceso de formación académica por los estudiantes de los programas de Tecnología Empresarial y Producción Agroindustrial.</p>
PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología Empresarial: Estudiantes de sexto semestre. • Producción Agroindustrial: Estudiantes de Producción Agroindustrial. <p style="text-align: center;">Participantes invitados*</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología de Regencia en Farmacia: Estudiantes del semestre a que corresponda la temática de la conferencia • Tecnología de Gestión Judicial y Criminalística: Estudiantes del semestre a que corresponda la temática de la conferencia • Artes Plásticas: Estudiantes de cualquier semestre con la dirección de un maestro. • Estudiantes de programas presenciales de la universidad. • Estudiantes y egresados vinculados al programa UIS Empeude.
CATEGORÍAS	<p>El concurso cuenta con 2 categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología Empresarial: Para los estudiantes de Tecnología Empresarial. • Producción Agroindustrial: Para los estudiantes de Producción Agroindustrial.

* Son participantes que no compiten en el concurso. Los estudiantes de programas presenciales de la universidad, los estudiantes y egresados vinculados a UIS Empeude participan como expositores de sus ideas de negocio; mientras que Tecnología de Regencia en Farmacia y Tecnología de Gestión Judicial y Criminalística participan como asistentes a conferencias propuestas por los programas a los cuales están matriculados.

Tabla 12. Continuación

Tecnología Empresarial	
<p>SUBCATEGORIAS (sectores de evaluación)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Industria: Corresponde a los <i>planes emprendedores</i> que se enfocan al sector industrial. • Servicios: Corresponde a los <i>planes emprendedores</i> que proponen la prestación de un servicio • Comercialización: Corresponde a los <i>planes emprendedores</i> que buscan comercializar bienes y servicios.
<p>REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes de sexto semestre de Tecnología Empresarial • El estudiante puede participar de forma individual o participar en grupos de máximo 2 personas. • Los participantes deben estar cursando la asignatura Evaluación y formulación de Proyectos. • Las iniciativas de negocio propuestas deben estar estructuradas como planes de negocio basadas en estudio de factibilidad. • Los estudiantes deben subir el video de su <i>Plan Emprendedor</i> a la página web de Emprendedores antes de la presentación en Emprendedores. • Los participantes deben diligenciar la <i>ficha de evaluación de planes de negocio</i> que incluye: <ul style="list-style-type: none"> - Imagen del producto o servicio - Identificación del problema: Experiencia y conocimiento en la temática del negocio, problema o necesidad a resolver y recursos necesarios para desarrollar el plan de negocios - Estudio de mercados: Propuesta de valor, demanda del producto, mercado objetivo, variables sociales y económicas que afectan el producto y descripción y funcionamiento del producto o servicio, identificación de competidores, estrategias de marketing. - Estudio Técnico: Proceso de elaboración del producto o ciclo del servicio, factores de innovación del proceso, capacidad utilizada de la empresa y porcentaje de participación en el mercado. Recursos, maquinaria y equipos necesarios para la elaboración del producto o servicio y acceso a ellos, así como la ubicación de la empresa. - Estudio Administrativo y Legal: misión y visión, áreas funcionales, figura jurídica y normas legales que regulan la empresa.

Tabla 12. Continuación

	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio Financiero: Dinero necesario para desarrollar el plan de negocios, fuentes de financiación de la empresa, costos, ventas y punto de equilibrio del producto o servicio para el primer. - Evaluación del proyecto: Tasa de oportunidad, valor presente neto (VPN) y tasa interna de retorno (TIR) del plan de negocios. Empleos directos e indirectos y población que se beneficiará con el proyecto. Impacto ambiental y mitigación del mismo. • Los participantes se presentan con el producto o servicio propuesto en el plan emprendedor, junto con la presentación del mismo.
<p>ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Los estudiantes llegan a <i>Formulación y Evaluación de Proyectos</i> con una idea emprendedora (problema o necesidad identificada, limitación y marcos de referencia) que han venido desarrollando desde primer semestre en las diferentes asignaturas de la tecnología, se revisa el avance y pertinencia de la idea. • <i>Segunda etapa:</i> En esta etapa los estudiantes ajustan la idea emprendedora a la metodología de <i>Plan Emprendedor</i>, en la cual se desarrollan, a través de 8 productos o entregables, los seis estudios que componen el plan de negocios que se presentará en Emprendedores. De igual manera, los estudiantes diligencian la <i>ficha del Plan emprendedor</i>, instrumento resumen de dicho plan. • <i>Tercera etapa:</i> Los participantes realizan y suben la presentación y el video de su <i>Plan Emprendedor</i> a la página web de Emprendedores días antes a la presentación. • <i>Cuarta etapa:</i> Las <i>fichas de los Planes emprendedores</i> se envían y someten a evaluación por parte de dos evaluados externos al IPRED. Como complemento, los evaluadores también revisan los videos y presentaciones de los <i>planes emprendedores</i> alojado en <i>Emprendedores virtual</i>. • <i>Quinta etapa:</i> El día de Emprendedores los evaluadores realizan una visita al stand de los participantes para hacer la evaluación de la presentación del producto o servicio propuesto en el <i>Plan Emprendedor</i> • <i>Sexta etapa:</i> Se computa las calificaciones de los dos evaluadores para seleccionar los <i>Planes Emprendedores</i> más destacados y definir los ganadores

Tabla 12. Continuación


	<p>del concurso. Los ganadores se anuncian y premian en la clausura del evento.</p>																														
<p style="text-align: center;">PREMIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los premios se entregan a los tres <i>planes emprendedores</i> más destacados según la calificación obtenida en la evaluación. • Los premios corresponden a obsequios que realizan las empresas que se vinculan como patrocinadores del concurso. • La evaluación de los planes emprendedores se hace entorno a los siguientes criterios: <div style="text-align: center;">  </div> <p>Para la evaluación del <i>plan emprendedor</i>, se asigna una ponderación del 40% al criterio “Presentación del Stand y Sustentación”. El 60% de ponderación restante de la evaluación, se le asigna a la sumatoria de los demás criterios, que a su vez tienen una ponderación que se lista en la siguiente tabla.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #800080; color: white;"> <th>Criterios</th> <th>%</th> <th>Ponderación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Identificación del problema</td> <td>10%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Estudio de Mercados</td> <td>20%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Estudio de Técnico</td> <td>10%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Estudio Administrativo y legal</td> <td>10%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Estudio financiero y Evaluación del Proyecto</td> <td>10%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Innovación</td> <td>40%</td> <td></td> </tr> <tr style="background-color: #800080; color: white;"> <td>Total de los 6 criterios</td> <td>100%</td> <td>60%</td> </tr> <tr style="background-color: #800080; color: white;"> <td>Presentación del stand y sustentación</td> <td></td> <td>40%</td> </tr> <tr style="background-color: #800080; color: white;"> <td>Calificación Plan Emprendedor</td> <td></td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Cuando hay sexto semestre en las otras sedes, estos estudiantes tienen que presentarse en la sede a la que pertenece y presentarse en Evento Emprendedores. Lo que se hace es computar las calificaciones que dan esos dos</p>	Criterios	%	Ponderación	Identificación del problema	10%		Estudio de Mercados	20%		Estudio de Técnico	10%		Estudio Administrativo y legal	10%		Estudio financiero y Evaluación del Proyecto	10%		Innovación	40%		Total de los 6 criterios	100%	60%	Presentación del stand y sustentación		40%	Calificación Plan Emprendedor		100%
Criterios	%	Ponderación																													
Identificación del problema	10%																														
Estudio de Mercados	20%																														
Estudio de Técnico	10%																														
Estudio Administrativo y legal	10%																														
Estudio financiero y Evaluación del Proyecto	10%																														
Innovación	40%																														
Total de los 6 criterios	100%	60%																													
Presentación del stand y sustentación		40%																													
Calificación Plan Emprendedor		100%																													

Tabla 12. Continuación

	<p>evaluadores para seleccionar un proyecto más destacado por cada sede, esto puede variar de acuerdo al semestre, cuando hay varias sedes participando, entonces se premia a uno por sede; cuando hay pocas sedes participando, se mira donde hay mayor número de participantes, que generalmente es Bucaramanga, entonces se premian dos de Bucaramanga, y uno de las otras sedes.</p>
<p>Programa Agroindustrial</p>	
<p>SUBCATEGORIAS (sectores de evaluación)</p>	<p>Se contemplaran tres categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento Potencial - Idea de Negocio: Ideas de negocio que contemplen el desarrollo de la idea, concepto de negocio, un estudio de mercado, conocimiento y habilidades y que tengan desarrollando una propuesta de emprendimiento. • Empresas Baby: Corresponde a empresas que han desarrollado su plan de negocios y están en fase de montaje hasta 3 meses, el emprendedor debe demostrar desde cuando está ejecutando el plan de negocios. • Nuevo Empresario: Empresas con menos de 3 años de haberse legalizado, el emprendedor debe presentar registro de cámara de comercio. <p>* Investigadores: Trabajos de grado en investigación destacados, serán elegidos para participar por el comité del programa, quien definirá que cumple con las características para que pueda ser mostrado en público teniendo en cuenta los resultados obtenidos durante las fases investigativas. El comité del programa ubica estos proyectos en una de las tres categorías mencionadas anteriormente.</p> <p>*Rueda de negocios (elevator pitch): Presentación en 3 minutos de los estudiantes para exponer su iniciativa de negocio, frente a un jurado de expertos conformado por docentes, directivos, empresarios, en el escenario central del evento.</p> <p>*Concurso de Marketing Directo: Vender la mayor cantidad de productos y/o servicio en 30 minutos. Marketing Directo mide la capacidad negociadora del estudiante que le va a permitir fortalecer sus habilidades comunicativas.</p>
<p>REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes del programa de Producción Agroindustrial • El estudiante puede participar de forma individual o participar en grupos de máximo 3 personas.

Tabla 12. Continuación

	<ul style="list-style-type: none">• El estudiante debe diligenciar el formulario de inscripción disponible en la página web de Emprendedores. • EMPRESAMIENTO POTENCIAL- IDEA DE NEGOCIO Los proyectos de esta categoría deben contener:<ul style="list-style-type: none">- Desarrollo de idea o emprendimiento debe incluir las fases de desarrollo, los tiempos de ejecución y especificar en cuál de estas fases se encuentra.- Descripción de los elementos diferenciadores del producto y/o servicio.- Imagen Gráfica y promocional.- Estudio básico de mercado (Identificación de la demanda).- Cuantificación de inversión aproximada, describiendo costos y presupuesto para sostenimiento de los primeros 6 meses.- Formato del CANVAS para evidenciar el modelo de negocio. • EMPRESA BABY Los proyectos de esta categoría deben contener:<ul style="list-style-type: none">- Producto (o servicio) innovador y creativo con valor agregado para el mercado en lo posible enmarcado dentro de la agenda interna del país.- Plan de negocio desarrollado.- Producto, si es servicio una imagen o vídeo.- Elementos promocionales.- Formato del CANVAS para evidenciar el modelo de negocio. • NUEVO EMPRESARIO Los proyectos de esta categoría deben contener:<ul style="list-style-type: none">- Presentación del producto y/o servicio.- Presentación de la empresa.- Portafolio de productos en los que prime la innovación.- Imagen gráfica corporativa.- Estados financieros que comprueben facturación.- Presentar certificado de la cámara de comercio. <p>*Concurso de Marketing Directo: Requisitos y normas de este concurso son:</p> <ul style="list-style-type: none">- El concurso tiene participación limitada (máximo 6 participantes)
--	---

Tabla 12. Continuación

	<ul style="list-style-type: none"> - El producto y la cantidad para comercializar en el concurso es escogido y suministrado por el panel de jueces. - Los participantes deben realizar venta de los productos entre los asistentes en un tiempo determinado (20 ó 30 minutos) por los jueces. - presentar evidencia fotográfica y registro de datos personales de compradores para confirmar la venta. - El jurado monitorea el proceso durante el concurso. 						
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera Etapa:</i> El estudiante debe ingresar a la página web de Emprendedores y diligenciar el formato de inscripción que se publicará previamente a la realización de Emprendedores. • <i>Segunda etapa:</i> La coordinación del programa contacta a los participantes seleccionados para solicitarles información específica sobre sus proyectos. • <i>Tercera etapa:</i> Los proyectos son evaluados por el panel de jueces expertos según los criterios definidos. • <i>Quinta etapa:</i> El día de Emprendedores los evaluadores harán una visita al stand de los participantes para evaluar de la presentación del producto o servicio. • <i>Sexta etapa:</i> Se computa las calificaciones de los dos evaluadores para seleccionar los proyectos más destacados y definir los ganadores del concurso. Los ganadores se anunciarán y premiarán en la clausura del evento. 						
PREMIACIÓN	<p>Los criterios de evaluación de los proyectos e ideas se hace entorno a los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grado de innovación y creatividad de la idea de negocio. (Valor 30%) • La idea o proyecto deberán estar incluidas en la agenda interna del país o de las regiones. (Valor 15%) • La idea o proyecto deberán estar contempladas en uno de los sectores declarados de talla mundial. (Valor 15%) • La idea o proyecto deberán tener potencial de crecimiento y exportación. (Valor 15%) • Presentación en público. (Valor 10%) • Calidad de la información suministrada, de acuerdo con la etapa en la que se encuentre: (Valor 15%) <table border="1" data-bbox="764 1717 1458 1827" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #4b0082; color: white;"> <th style="text-align: center;">ETAPA</th> <th style="text-align: center;">CATEGORIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Idea de negocio</td> <td>Emprendimiento potencial</td> </tr> <tr> <td>Empresa Baby</td> <td>Empresa StartUp</td> </tr> </tbody> </table>	ETAPA	CATEGORIA	Idea de negocio	Emprendimiento potencial	Empresa Baby	Empresa StartUp
ETAPA	CATEGORIA						
Idea de negocio	Emprendimiento potencial						
Empresa Baby	Empresa StartUp						

Tabla 12. Continuación

	Nuevo Empresario	Empresas con menos de 3 años
	Investigadores	Investigación en curso o terminada
<p>AYUDAS DEL CONCURSO</p>	<p>*Ganadores del Concurso de Marketing Directo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El ganador es el participante que venta la mayor cantidad de productos. • El ganador será anunciado en público y tendrá un premio por su esfuerzo. <ul style="list-style-type: none"> • Encuentro Emprendedores: Es un espacio de conferencias y talleres dirigido a los participantes del concurso y a la comunidad en general. Se invitan a entidades de apoyo al emprendimiento, personalidades del ecosistema emprendedor de la región así como emprendedores (estudiantes, egresados y profesores) exitosos de la universidad. Este encuentro tiene una duración de un día y se realiza en las instalaciones de la Universidad Industrial de Santander. • Emprendedores Virtual: Es un espacio virtual en el que egresados, estudiantes, emprendedores, inversionistas, empresas, instituciones de apoyo al emprendimiento y público en general, se contactan entre sí generando relaciones comerciales, de aprendizaje y apoyo mutuo. En esta página se encuentran alojados los videos y presentaciones de los <i>Planes Emprendedores</i>, así como los datos de contacto de los estudiantes de Tecnología Empresarial que desarrollaron cada iniciativa. Este banco de <i>planes emprendedores</i> se ha ido alimentando desde el año 2013, y se actualiza cada semestre en vísperas del Concurso Emprendedores. • Sustentación de trabajos de la asignatura Mercadeo, Ventas y Publicidad: Estudiantes de cuarto semestre de Tecnología Empresarial, que estén cursando Mercadeo, Ventas y Publicidad, hacen una presentación oral de los resultados de la investigación de mercados, estrategias de comunicación, distribución, promoción y precio realizada para un producto o servicio específico. La sustentación se lleva a cabo el día de Emprendedores en una de las salas de Neomundo. • Foro de empresarios: Es un espacio que busca dar a conocer experiencias exitosas de empresarios que 	

Tabla 12. Continuación

	<p>promueven la creación y el fortalecimiento empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conferencia de Tecnología en Regencia de Farmacia y Tecnología de Gestión Judicial y Criminalística: Son conferencias que están dirigidas a los estudiantes de Tecnología en Regencia de Farmacia y Tecnología de Gestión Judicial y Criminalística que abordan temáticas interés de sus campos de acción. Estas conferencias tienen lugar el día del Concurso Emprendedores, en los auditorios de Neomundo. • Exposición del programa Artes Plásticas: Es desarrollada por estudiantes de Artes Plásticas bajo la dirección y acompañamiento de un maestro. Esta exposición está compuesta por una exposición de obras de arte y actividades de carácter artístico que buscan la interacción con la comunidad asistente. Esta exposición tiene lugar el día de Emprendedores en una sala de Neomundo el día. • Granja interactiva: Es un escenario de aprendizaje de los programas del área agroindustrial que busca mostrar los resultados y productos de algunos procesos de producción pecuaria y agrícola que lideran los estudiantes de los programas.
--	--

Fuente Elaboración propia basado en las entrevistas realizadas y los documentos institucionales revisados.

- Emprendedores sede Barrancabermeja

El evento *Emprendedores* Barrancabermeja ha llegado a la décima versión en el primer semestre de 2015. Este evento nació en 2010, por la iniciativa del programa Tecnología Empresarial. Los estudiantes de sexto semestre de aquel programa participaban con el fin de mostrar los resultados de la formación tecnológica. La sede se abrió al evento estableciendo espacios de participación para estudiantes de pregrado presencial y de nivel introductorio. La sede cuenta con siete programas: Inglés, Ingeniería Industrial, Ingeniería Mecánica, Ingeniería, Ingeniería Eléctrica y Electrónica, Ingeniería Civil, Ingeniería Química e Ingeniería de Petróleos. Cada programa cuenta con un semillero de investigación, que realiza su propio evento en diferentes fechas, de los cuales se extraen los mejores proyectos de cada semillero para que participen en el Evento *Emprendedores* Barrancabermeja. Estos proyectos

seleccionados son propuestas de investigación, proyectos en curso y proyectos terminados. Los estudiantes hacen la presentación de sus proyectos en un aula.

Así mismo, la sede de Barrancabermeja realiza los concursos “La ciencia UIS explora”, “Resistencia de puentes en balsa”, “Engineering Project” y la “Muestra de Robótica”, de los cuales también se extraen los mejores proyectos para que se presenten en el evento Emprendedores en la categoría de Tecnología con stand cada uno, excepto “Engineering Project” pues se presenta con un video del proyecto en un auditorio. También entran al evento *Emprendedores* proyectos del área de física, ideas de negocio construidas en las asignaturas Entorno Empresarial e Ingeniería Económica y egresados de Gestión Empresarial de la sede de Barrancabermeja.

Se invita además a instituciones como el SENA, las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS) y Colegios de Barrancabermeja que estén trabajando alguna de las temáticas de los semilleros de investigación.

5.2 UIS EMPRENDE

Los estudiantes del IPRED además de contar con los mecanismos de apoyo al emprendimiento que ofrece el instituto, reciben apoyo de otras instancias de la Universidad Industrial de Santander como es el programa de emprendimiento UIS Emprende.

El programa UIS Emprende busca estimular el espíritu emprendedor, la creación de empresas y el fortalecimiento de las mismas, a través del apoyo a estudiantes y egresados de programas de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado de la Universidad Industrial de Santander en el proceso de formulación, búsqueda de

financiación y puesta en marcha de sus proyectos de emprendimiento. El programa está dirigido a estudiantes y egresados de la UIS⁶¹.

⁶¹ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. PLANES DE NEGOCION DE INNOVACIÓN Y BASE TECNOLÓGICA [en línea]. [Citado el 10 de Agosto de 2015]. Disponible en: <<https://www.uis.edu.co/webUIS/es/documentos/UISEmprende.pdf>>

6. BENCHMARKING DE CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO

Los concursos de emprendimiento ayudan a promover el emprendimiento suministrando un camino donde los individuos con ideas de negocio y las entidades o personas involucradas en la creación de empresas (ángeles inversores, capitalistas de negocios, empresarios con trayectoria, banqueros, contadores) pueden trabajar en red y así descubrir, desarrollar y explotar las ideas de negocio (Huffman y Quigley, 2002).⁶²

Los concursos de emprendimiento, ayudan a identificar a personas que están en las primeras etapas de la actividad empresarial, estas etapas son particularmente importantes ya que dan forma a los resultados futuros.

La comunidad creadora de empresas ha utilizado los concursos de emprendimiento para identificar nuevos equipos emprendedores, nuevas ideas y nuevas tecnologías. Como sostiene Gradstein (1998) la estructura de los concursos requiere un proceso de diseño cuidadoso, que le permita alcanzar una variedad de objetivos, uno de los cuales es la maximización del esfuerzo de los equipos al participar en él.⁶³

Con el fin de identificar buenas prácticas a aplicar en el Evento Emprendedores del IPRED, como principal mecanismo de apoyo del instituto a sus estudiantes con ideas de negocio, se realizó un análisis de los principales concursos de emprendimiento a nivel nacional e internacional mediante un benchmarking. Este es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como

⁶² DER, Maw. KAM, Poh. ONG, Andy. Do others think you have a viable business idea? Team diversity and judges' evaluation of ideas in a business plan competition. En: Journal of Business Venturing 2005. Vol 20, p. 385 -402.

⁶³ Ibíd.

representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales.

Los Benchmarking se aplican en la educación superior con el fin de tratar de mejorar la calidad y eficiencia de los programas ofrecidos por estas⁶⁴.

6.1 MODELO DE PROCESO DE BENCHMARKING

La metodología de Michael Spendolini fue la utilizada para la realización del Benchmarking de la presente investigación. (Ver figura 11). Los pasos seguidos se exponen a continuación.

6.1.1. Determinar a qué se le va a hacer el Benchmarking. El Evento Emprendedores se quiere establecer como un concurso de emprendimiento a nivel institucional en la Universidad Industrial de Santander. Por lo tanto, se dispuso a realizar un benchmarking internacional y nacional a los mecanismos de apoyo al emprendimiento implementados por los programas de educación superior, haciendo énfasis en los concursos de emprendimiento, con el objetivo de identificar las mejores prácticas y proponer opciones de mejora que logren convertir el evento en un mecanismo de apoyo al emprendimiento institucional.

6.1.2 Formar un equipo de Benchmarking. El equipo que realizó el benchmarking está conformado por las autoras de la investigación, las cuales recibieron apoyo continuo de la directora, la Doctora Aura Pedraza. Las responsabilidades se distribuyeron equitativamente en el equipo.

⁶⁴ LEVY, Gary D.; RONCO, Sharron L. New Directions for Institutional Research. 2012. n 156, p5-13..

Figura 11 Proceso de Spendolini



Fuente: Elaboración propia basado en Modelo de Michael Spendolini

6.1.3 Identificar a los socios del Benchmarking. En esta etapa se identificaron las fuentes que se utilizaron para recopilar la información del Benchmarking. (véase tabla 13).

Tabla 13 Fuentes para recopilar la información del Benchmarking

Fuentes de información	
Benchmarking Nacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Base de datos de universidades pertenecientes a la Red Reúne.(2014) 2. QS ranking de las mejores universidades Colombianas. (2015)
Benchmarking Internacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ranking SCIMAGO de Innovación en Instituciones de Educación Superior. (Año 2014) 2. Ranking Top 25 Colleges for Entrepreneurship in USA. (Graduated) Princenton Review.(2014) 3. Ranking Top 25 Colleges for Entrepreneurship in USA (Undergraduated). Princenton Review.(2014) 4. 100 buenas prácticas en Emprendimiento Universitario Red Emprendia.(2012)

A continuación se describirá el proceso de selección de las universidades internacionales:

- **Primera etapa: Selección de las universidades de Estados Unidos.**

- ✓ Se preseleccionaron del Ranking de SCIMAGO de Norte América, aquellas universidades que tuvieron en el factor de conocimiento de innovación puntajes mayores a 35 puntos.
- ✓ Se preseleccionaron las universidades que se encontraban simultáneamente en el Ranking Top 25 Colleges for Entrepreneurship in USA. (Graduated) Princenton Review y en el Ranking Top 25 Colleges for Entrepreneurship in USA (Undergraduated). Princenton Review. Esto con el objetivo de identificar las universidades que tenían un fuerte programa de emprendimiento en programas de pregrado y posgrado.

- ✓ Se realizó una búsqueda rápida sobre concursos de emprendimiento en las universidades preseleccionadas, **las mejores 4** fueron seleccionadas.
- **Segunda etapa: Selección de las universidades de Europa.**
 - ✓ Se preseleccionaron del Ranking de SCIMAGO de Europa Occidental, aquellas universidades que tuvieron en el factor de conocimiento de innovación puntajes mayores a 15 puntos.
 - ✓ Se realizó una búsqueda en el documento de Red Emprendia las mejores prácticas identificadas en Europa.
 - ✓ Se realizó una búsqueda rápida sobre concursos de emprendimiento en las universidades preseleccionadas, **las 3 mejores** fueron seleccionadas.
- **Tercera etapa: Selección de las Universidades de Latinoamérica.**
 - ✓ Se preseleccionaron del Ranking de SCIMAGO de Latinoamérica, aquellas universidades que tuvieron en conocimiento de innovación puntajes mayores a 1 punto.
 - ✓ Se realizó una búsqueda rápida sobre concursos de emprendimiento en las universidades preseleccionadas, las 3 mejores fueron seleccionadas.

A continuación se describirá el proceso de selección de las universidades nacionales:

- **Primera etapa: Solicitud base de Datos Red REUNE:** La Doctora Aura Pedraza pertenece a la mesa de emprendimiento de la Red REUNE, ella suministró al equipo la base de datos actual de las universidades pertenecientes a la Red. Esta base datos tenía información de contacto de los representantes de la unidad de emprendimiento de las 70 diferentes universidades.
- **Segunda etapa: Preselección de las universidades:**

- ✓ Se revisó en la página Web de cada universidad información relativa a concursos de emprendimiento.
 - ✓ Las universidades que contaban con publicidad en la página web de concursos de emprendimiento fueron preseleccionadas.
- **Tercera etapa: Contacto vía telefónica con las Universidades preseleccionadas.**
 - ✓ Con la información de contacto de la base de Datos de la Red REUNE, el equipo se dispuso a llamar a los representantes de las unidades de emprendimiento de cada universidad.
 - ✓ Las llamadas se realizaron en un lapso de dos semanas.
 - ✓ Las universidades que no respondieron la llamada a los 5 intentos fueron excluidas.
 - ✓ Se pudo establecer contacto con 36 universidades.
 - ✓ Se le informó a cada universidad sobre la realización del benchmarking y se les pidió un correo electrónico para enviar el instrumento de recolección de información sobre el concurso (véase anexo F).
- **Cuarta etapa: Envío de instrumento de recolección de información.**
 - ✓ Se envió el instrumento de recolección de información sobre el concurso a las 36 universidades preseleccionadas vía Google Drive. https://docs.google.com/forms/d/13AbUnVRpUzxDpCUcXxf0coXk7NN2usAv3llebO_Jd8/edit
 - ✓ Se esperó durante mes y medio el diligenciamiento del instrumento.
 - ✓ Se envió nuevamente el instrumento a las universidades.
 - ✓ 14 Universidades respondieron el instrumento; de las cuales 12 tenían el concurso de emprendimiento activo.
 - ✓ Se seleccionaron las 10 universidades que respondieron con mayor claridad y especificación el instrumento de recolección de información.

A partir de los procesos de selección, se eligieron las siguientes Universidades:

Tabla 14 Universidades seleccionadas para el Benchmarking

Universidades	
Benchmarking Nacional	Universidad EAFIT
	Universidad de Caldas
	Universitaria Agustiniana
	Universidad del Cauca
	Universidad Autónoma de Occidente
	Universidad Cooperativa de Colombia
	Universidad ICESI
	Universidad Autónoma del Caribe
	Universidad de Medellín
	Universidad Católica de Manizales
Benchmarking Internacional	Harvard University Estados Unidos
	MIT Estados Unidos
	Stanford University Estados Unidos
	Babson College Estados Unidos
	Imperial College London Inglaterra
	Universitat de Barcelona España
	Technische Universität München Alemania
	Universidad de Chile Chile
	Universidad Católica de Chile Chile
	Universidad Autónoma de México México

6.1.4 Recopilar y analizar la información del Benchmarking. Para organizar la información recopilada en el benchmarking (nacional e internacional) se diseñó el siguiente formato:

Tabla 15 Formato para recopilar la información del benchmarking

Nombre de la universidad	Logo de la universidad
HISTORIA Y CONTEXTO	
Ubicación de la universidad: Ciudad y país.	OBLIGATORIO
Año de creación de la universidad	OBLIGATORIO
Nombre del fundador o de la Entidad Fundadora	OBLIGATORIO
Misión de la Universidad	OBLIGATORIO
Oferta académica: Facultades, Programas de pregrado, posgrado, y otros.	OBLIGATORIO
Prestigio y reconocimiento: Posicionamiento en Rankings reconocidos, personalidades egresadas de la universidad, premios alcanzados por la comunidad de la universidad y otros.	OPCIONAL
Curiosidades de la Universidad	OPCIONAL
ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO	
Entidad institucional que lidera el emprendimiento en la universidad	OBLIGATORIO
Centro o unidad de emprendimiento	OBLIGATORIO
Mecanismos de apoyo al emprendimiento ofrecidos por el centro o la unidad de emprendimiento	OBLIGATORIO
Mecanismos de apoyo al emprendimiento ofrecidos por otras entidades institucionales	OPCIONAL
NOMBRE DEL CONCURSO DE EMPRENDIMIENTO	
Descripción: Características principales del concurso	OBLIGATORIO
Objetivo: Lo que se quiere lograr con el concurso	OBLIGATORIO
Participantes: ¿A quién va dirigido el concurso?	OBLIGATORIO
Categorías: Modalidades del concurso.	OBLIGATORIO
Requisitos y normas de participación	OBLIGATORIO
Etapas: Descripción de las fases del concurso	OBLIGATORIO
Premiación: Reconocimiento otorgado al/los ganador(es) del concurso.	OBLIGATORIO
Lugar de la clausura: Lugar donde se realizar la premiación del concurso	OPCIONAL
Ayudas del concurso: Mecanismos de apoyo al emprendimiento ofrecidos paralelamente al concurso	OBLIGATORIO
Términos de confidencialidad: Protección de las ideas expuestas en los emprendimientos del concurso	OPCIONAL

- Se considera factor obligatorio, aquel necesario para lograr el objetivo del benchmarking.
- Se considera factor opcional, aquel que aporta en menor medida al logro del objetivo del benchmarking.
- Para diligenciar el formato anterior con la información de las universidades nacionales, se tomaron las respuestas arrojadas por el instrumento de recolección de información enviado por Google Drive y se complementó con la información que tenía cada universidad en su página web.
- Para diligenciar el formato anterior con la información de las universidades internacionales, se revisó la página web de cada universidad.

Inconvenientes presentados en la recolección de información:

- No todas las universidades nacionales diligenciaron el instrumento de recolección de información con la misma rigurosidad, por lo tanto el nivel de detalle en el formato es diferente.
- Algunas universidades nacionales no cuentan con mucha información en su página web sobre los mecanismos de apoyo al emprendimiento, lo que dificultó la recolección de información por este medio.
- Algunas universidades internacionales tenían en su página web información en Alemán y Catalán, por lo tanto se dificultó un poco la traducción.

El trabajo detallado y completo del Benchmarking se presenta en el anexo G.

6.1.5 Actuar. En esta etapa se pretende mostrar las mejores prácticas obtenidas a través de la realización del Benchmarking. Esta información contribuye en gran medida al establecimiento de propuestas de mejora al Evento Emprendedores. A continuación en las tablas 16, 17 y 18, se muestra un resumen de las buenas prácticas obtenidas de los concursos de emprendimiento a nivel internacional y nacional.

Tabla 16 Buenas prácticas en la organización de concursos de emprendimiento universitarios (Estados Unidos y Europa)

PARTICIPANTES	En los concursos de emprendimiento universitario pueden participar estudiantes de pregrado, estudiantes de posgrado y egresados.
CATEGORÍAS	<p>Las categorías de los concursos se establecen de acuerdo al tipo de emprendimiento presentado. Algunas de ellas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Emprendimiento social ▪ Emprendimiento comercial ▪ Emprendimiento de base tecnológica <p>También se establecen categorías de acuerdo a los participantes, si son estudiantes de pregrado, posgrado o egresados.</p> <p>En caso de que sea un concurso de emprendimiento social, pueden establecerse categorías según la intencionalidad lucrativa: con ánimo de lucro, sin ánimo de lucro o Híbridos.</p>
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se debe participar en equipo ▪ Por lo menos un miembro del equipo debe pertenecer a la escuela de negocios o al centro de emprendimiento ▪ Los equipos deben ser multidisciplinarios ▪ Al menos un miembro del equipo debe estar matriculado en la Universidad ▪ Un estudiante puede participar máximo en 2 equipos ▪ Todos los estudiantes que apliquen deben tener buen rendimiento académico ▪ Los equipos finalistas de versiones anteriores no pueden participar en el concurso con la misma idea ▪ Los emprendimientos deben ser inéditos, los participantes no podrán presentar ideas de negocio que se encuentran en funcionamiento en alguna organización ajena a los emprendedores.
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primera etapa: Los equipos deben registrarse vía web y describir su emprendimiento según el formato proporcionado por la universidad. Los equipos deben adjuntar el resumen ejecutivo de su emprendimiento. En esta etapa se realiza la primera preselección. El número de equipos seleccionados depende de los criterios de cada universidad. ▪ Segunda etapa (Práctica 1): Los equipos preseleccionados deben realizar un video que exponga su pitch, con duración no mayor a 5 minutos. Algunas universidades exigen que este video sea subido a la página web del concurso o a las redes sociales con el objetivo de obtener retroalimentación del público y/o de los jueces. Otras universidades exigen a los participantes preseleccionados presentar el pitch a un panel de jueces a puerta cerrada o ante una audiencia pública.

Tabla 16. Continuación

	<p>Segunda etapa (Práctica 2): Se les asigna un stand a los participantes para que muestren su emprendimiento al público y a los jueces. Adicionalmente, tienen un tiempo no mayor a 5 minutos para presentar el pitch y resolver preguntas en un tiempo no mayor a 3 minutos a los jueces.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tercera etapa: Los finalistas (usualmente 3 por categoría), realizan una última presentación a los jueces. En esta etapa se eligen los ganadores. <p>*Las universidades ofrecen talleres, mentoría y retroalimentación en cada etapa del concurso. En la etapa final, los participantes presentan su emprendimiento mejorado.</p> <p>*Los jueces en cada etapa son diferentes.</p> <p>*El concurso no se considera como un evento corto. Usualmente los estudiantes se preparan durante un año para la presentación de sus emprendimientos y hay un lapso mayor a un mes entre cada etapa.</p> <p>Evaluación de los emprendimientos:</p> <p>Los emprendimientos son evaluados principalmente según los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Idea/Concepto: El concepto refleja el enfoque innovador del proyecto. El equipo tiene una comprensión clara del problema que trata de abordar, los motores económicos y sociales del modelo, y la viabilidad del concepto. ▪ Creación de valor social: El modelo de negocio realiza una contribución sustancial a la solución del problema que trata de abordar y se puede mantener durante un período de tiempo consistente generando el logro del impacto social deseado. ▪ Personas: El equipo tiene o puede obtener en su defecto habilidades específicas, contactos y experiencia. El equipo comunica la idea y su potencial de manera efectiva. ▪ Contexto: Las reglas del juego (políticas regulatorias, impuestos, políticas sociales) son favorables. La necesidad del mercado, el panorama competitivo, y los riesgos potenciales son identificados y manejables. ▪ Recursos: El plan de financiación es moldeable en términos del capital necesario para poner en marcha y operar. Las fuentes de financiación son identificadas y un plan para asegurar la inversión inicial es articulado. ▪ Medición del Desempeño: El plan tiene un enfoque viable para medir los resultados de la organización y proporciona un plan claro para ofrecer un alto rendimiento.
<p>PREMIACIÓN</p>	<p>Normalmente la retribución es en gran parte económica, en forma de capital semilla, y puede llegar al tope de los \$200.000 dólares.</p>

Tabla 16. Continuación

	<p>* El dinero es generalmente entregado para el desarrollo del emprendimiento, mas no para los emprendedores. Sin embargo existen excepciones donde se reparte el premio equitativamente a cada emprendedor del equipo.</p> <p>El jurado está compuesto por empresarios reconocidos, expertos en el tema de creación de empresas e innovación y algunos egresados empresarios. Esto permite que los equipos emprendedores tengan retroalimentación en cada etapa de alta calidad.</p>
AYUDAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los participantes reciben ayuda de los mecanismos de apoyo al emprendimiento mencionados en el inciso anterior, antes y durante el concurso. ▪ El público que asiste al concurso está compuesto por inversionistas, entidades públicas, entidades privadas, egresados y la comunidad universitaria en general. Lo que le permite al concurso ser un medio para que los emprendedores realicen alianzas estratégicas. ▪ Aquellas personas que no tienen equipo y quieren participar en el concurso, la universidad les brinda la oportunidad de asistir a talleres, donde les ayudan a formar el equipo multidisciplinario.
TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	<p>Los emprendimientos y documentos presentados, se mantienen en extrema confidencialidad. Solo se utilizan en el proceso del concurso.</p>

Fuente: Elaboración Propia Basado en información obtenida del Benchmarking

Tabla 17 Buenas prácticas en la organización de concursos de emprendimiento universitarios (Latinoamérica)

PARTICIPANTES	<p>Estudiantes de pregrado, posgrado o egresados que pertenezcan o hayan pertenecido a la facultad que dirige el centro de emprendimiento o que dirija el concurso</p>
CATEGORÍAS	<p>En el caso de concursos de emprendimiento social, se establecen los siguientes grupos de categorías:</p> <p>Grupo 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proyectos jóvenes: emprendimiento de mínimo 6 meses ▪ Proyectos de continuidad: Proyectos de mínimo 18 meses de trabajo continuo. <p>Grupo 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ponencias: líneas de investigación en emprendimiento social. ▪ Proyecto de inversión social <p>En el caso de concursos de emprendimiento tradicional o comercial se establecen categorías de acuerdo al nivel de avance que tiene la</p>

Tabla 17. Continuación

	<p>idea de negocios, si está en sus primeras etapas, o si ya se encuentra consolidada.</p>
<p>REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los estudiantes deben tener buen desempeño académico ▪ Los participantes pueden concursar de forma individual o en equipo ▪ Las ideas presentadas deben ser creativas e innovadoras ▪ Cada participante solo puede ser parte de un equipo ▪ Cada equipo puede postular solo una idea o proyecto ▪ La idea o el proyecto solo puede ser presentado una vez y en una sola categoría ▪ Cada equipo debe tener un representante
<p>ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primera etapa: Los equipos deben registrarse vía web y describir su emprendimiento según el formato proporcionado por la universidad. Los equipos deben adjuntar el resumen ejecutivo de su emprendimiento. En esta etapa se realiza la primera preselección. El número de equipos seleccionados depende de los criterios de cada universidad ▪ Segunda etapa: Los equipos preseleccionados deben realizar un video que exponga su pitch, con duración no mayor a 5 minutos. Algunas universidades exigen que este vídeo sea subido a la página web del concurso o a las redes sociales con el objetivo de obtener retroalimentación del público y/o de los jueces. Otras universidades exigen a los participantes preseleccionados presentar el pitch a un panel de jueces a puerta cerrada o ante una audiencia pública. ▪ Tercera etapa: Los finalistas (usualmente 3 por categoría), realizan una última presentación a los jueces. En esta etapa se eligen los ganadores. <p>*Las universidades ofrecen talleres, mentoría y retroalimentación en cada etapa del concurso. En la etapa final, los participantes presentan su emprendimiento mejorado.</p> <p>*Algunos concursos exigen la presentación de prototipos en la medida que avanzan las etapas.</p>
<p>PREMIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las retribuciones de carácter económico ascienden a los \$48.000.000 de pesos chilenos. El dinero es generalmente entregado para desarrollo del emprendimiento, más no para los emprendedores. El comité organizador de los concursos se asegura que ganadores inviertan el dinero en el desarrollo de la empresa, de no llegar a ser así, pueden congelar el fondo de recursos. ▪ Se entregan premios representados en: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Suscripciones gratuitas a revistas de emprendimiento por un año

Tabla 17. Continuación

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paquete de libros de emprendimiento ✓ Becas para estudios de diplomados en emprendimiento ✓ Mentorías pagas en laboratorios de innovación de la universidad. <p>Los emprendimientos son evaluados principalmente según los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creatividad e innovación ▪ Coherencia y calidad de la formulación del proyecto ▪ Autoevaluación e indicadores de medición ▪ Factibilidad financiera y sustentabilidad ▪ Antecedentes previos ▪ Creación de valor social
AYUDAS	Los concursos ofrecen mentorías y retroalimentación en cada etapa. Algunas universidades ofrecen apoyo luego de terminar el concurso en forma de capacitaciones.
TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	Los concursos no adquieren ningún derecho de propiedad intelectual de la idea presentada. Los eventuales emprendimientos deberán mencionar que éstos han sido apoyados por el concurso de emprendimiento, indicándolo explícitamente en cualquier documento resultante de la iniciativa. El concurso podrá mencionar en sus documentos y difusión, que los proyectos han sido apoyados por el ecosistema de emprendimiento.

Fuente: Elaboración Propia Basado en información obtenida del Benchmarking

Tabla 18 Buenas prácticas en la organización de concursos de emprendimiento universitarios (Colombia)

PARTICIPANTES	Estudiantes de pregrado o posgrado, investigadores, egresados y en algunos casos como invitados especiales, estudiantes de colegios.
CATEGORÍAS	<p>Según el tipo de emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecnológica: Categoría enfocada en iniciativas que utilicen herramientas tecnológicas, relacionadas con electricidad, electrónica, informática y telecomunicaciones, entre otras. ▪ Cultural: Categoría orientada a ideas que buscan promover espacios de esparcimiento y fomento de la cultural en todas sus esferas, promoviendo las artes y el desenvolvimiento del ser humano. ▪ Social/Tradicional: Categoría para las propuestas que buscan resolver problemas sociales o necesidades del común, con orientación al concepto de emprendimiento social y/o tradicional. ▪ Retadora: Categoría para las iniciativas que deseen resolver el reto universitario. <p>Según el nivel de desarrollo del emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Categoría Explora: Es la etapa inicial, en la cual se visualiza una idea de negocio, que puede evolucionar hasta tener un modelo de negocio. En esta categoría los participantes realizan un estudio de

Tabla 18. Continuación

	<p>viabilidad, indaga el mercado, valida el producto o servicio e identifica el usuario potencial.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Categoría Persigue: Los participantes cuentan con una oportunidad de negocios identificada, pueden contar con un estudio de viabilidad inicial, un modelo de negocio y un prototipo inicial, ventas iniciales o un proyecto. Los emprendedores pueden estar realizando pruebas con un poco de experiencia en el sector. <p>Según materias que estén cursando:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudiantes que estén tomando los cursos de Espíritu Empresarial y Espíritu Empresarial de base tecnológica. ▪ Estudiantes de semestres más avanzados que están tomando los cursos de Creatividad Empresarial, Plan de Negocio y Plan de Negocio de base Tecnológica. <p>Según el tipo de participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudiantes ▪ Egresados ▪ Docentes ▪ Investigadores
<p>REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los estudiantes deben tener buen desempeño académico ▪ Los participantes pueden concursar de forma individual o en equipo ▪ Las ideas presentadas deben ser creativas e innovadoras ▪ Cada participante solo puede ser parte de un equipo ▪ Cada equipo puede postular solo una idea o proyecto ▪ La idea o el proyecto solo puede ser presentado una vez y en una sola categoría ▪ Los participantes deben comprometerse a asistir a las capacitaciones, talleres y seminarios que se realicen. ▪ Cada equipo debe tener un representante ▪ Los participantes presentan usualmente su modelo de negocios, según la metodología Canvas.
<p>ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primera etapa: Los equipos deben registrarse vía web y describir su emprendimiento según el formato proporcionado por la universidad. Los equipos deben adjuntar el resumen ejecutivo de su emprendimiento. En esta etapa se realiza la primera preselección. El número de equipos seleccionados depende de los criterios de cada universidad ▪ Segunda etapa: Los equipos preseleccionados deben realizar un video que exponga su pitch, con duración no mayor a 5 minutos. Algunas universidades exigen que este video sea subido a la página web del concurso o a las redes sociales con el objetivo de obtener retroalimentación del público y/o de los jueces. Otras universidades exigen a los participantes preseleccionados presentar el pitch a un panel de jueces internos. ▪ Tercera etapa: Los finalistas (usualmente 3 por categoría), realizan una última presentación a los jueces. En esta etapa se eligen los ganadores. <p>*Las universidades ofrecen talleres, y retroalimentación en algunas etapas del concurso. En la etapa final, los participantes presentan su emprendimiento mejorado.</p>

Tabla 18. Continuación

<p>PREMIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las retribuciones de carácter económico pueden llegar a los \$16.000.000 millones de pesos. El dinero es generalmente entregado para desarrollo del emprendimiento, más no para los emprendedores. La variación es alta en la retribución de las universidades en general, hay universidades que no retribuyen el premio en forma económica. ▪ Se entregan premios representados en: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Outdoortraining ✓ Ayuda en elaboración de prototipo ✓ Asesorías en la elaboración de plan de negocios ✓ Cupo en ferias de emprendimiento ✓ Diplomados
<p>AYUDAS</p>	<p>Las universidades ofrecen asesorías, conferencias, ruedas de negocio, y apoyo de las diferentes materias en emprendimiento que está cursando el participante.</p>
<p>TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD</p>	<p>Los organizadores, los miembros del jurado evaluador, asesores y demás personas involucradas en el concurso convienen, que durante la realización del mismo, toda información referente a los participantes o a los proyectos presentados por estos se considera importante y confidencial, y divulgarla o transmitirla puede lesionar sus intereses, y/o los de los organizadores del programa.</p>

Fuente: Elaboración Propia Basado en información obtenida del Benchmarking

La información completa de las buenas prácticas se encuentra en el anexo H.

7. RESULTADOS DEL IPRED EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE EGRESADOS

Con el fin de evaluar los resultados del IPRED en la creación de empresas a partir de una muestra de egresados del programa Tecnología Empresarial, se realizó una encuesta (véase anexo I) que permitió recolectar la información relacionada con los egresados que crearon o no empresa y su percepción de los principales mecanismos de apoyo al emprendimiento del IPRED, insumo fundamental para la formulación de propuestas de mejora a dichos mecanismos.

7.1 PREPARACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Esta etapa de la investigación consistió en el diseño y la aplicación del instrumento de medición de la creación de empresas en el IPRED para los egresados de Tecnología Empresarial en el periodo 2009- 2014. Este instrumento se aplicó además a los egresados de los programas de Artes Plásticas, Tecnología en Regencia de Farmacia y Tecnología en Gestión Judicial y Criminalística, programas que también hacen parte del IPRED y han formado parte del Evento *Emprendedores*. No obstante, para el cálculo de la población total se consideraron solo los programas de Tecnología Empresarial y Programa Agroindustrial y como ya se dijo son los programas que en su quehacer buscan que el estudiante se convierta en un generador de empresa. La información para el cálculo de la población total de egresados de todas las sedes fue suministrada por la oficina de Planeación de la Universidad Industrial de Santander.

7.1.1 Diseño de la encuesta dirigida a egresados. Se identificaron las características principales del egresado del IPRED en general, enfatizando en las de los egresados de Tecnología Empresarial. Asimismo, se identificó encuestas de estudios similares realizados dentro de la universidad como el titulado “Perfil emprendedor del egresado de la UIS” y “Estudio de caso del programa Mujeres ECCO de la CCB como herramienta pedagógica para la asignatura Creación de Empresas”. La encuesta contienen dos tipos de preguntas: Abiertas y Cerradas (de única respuesta y selección múltiple).

Teniendo en cuenta que este trabajo de grado está inmerso en la investigación raíz titulada “Apoyo al emprendimiento en la UIS: Una mirada desde la sistematización de experiencias de sus principales actores”, se tomó la decisión de compartir un solo instrumento con los otros dos trabajos de grado que están cobijados por dicha investigación. Estos se titulan: “Evaluación del Programa de Emprendimiento de la Universidad Industrial de Santander” y “Casos de estudio de los egresados de la Universidad Industrial de Santander, que realizaron su trabajo de grado bajo la modalidad Práctica en Creación de Empresas”. Esta razón se fundamenta en que los egresados podían haber sido estudiantes del IPRED, ser apoyados por UIS Emprende y haber realizado trabajo de grado bajo la modalidad de Creación de Empresas. Una vez se recopilaron los resultados, cada grupo hizo el análisis correspondiente a su temática. La información que corresponde al presente proyecto se denominó *BLOQUE*, mientras que la información que se recopiló para los demás proyectos se identificó como *MÓDULO*.

La encuesta (véase anexo I) se estructuró con los bloques y módulos que se presenta a continuación:

- Bloque 1: Características sociodemográficas
- Bloque 2: Evento Emprendedores
- Módulo UIS Emprende
- Bloque 3: Asignaturas de Emprendimiento

- Módulo Trabajo de Grado
- Bloque 4: Creación de Empresas
- Bloque 5: Caracterización de empresas
- Bloque 6: Empresa Cerrada
- Bloque 7: Razones de la no creación de empresa
- Bloque 8: Sugerencias de mejora a los mecanismos de apoyo al emprendimiento

Debido al difícil acceso a los egresados por parte del equipo investigador, la encuesta fue suministrada a los egresados en un formato virtual elaborado con Google Drive, Lo que facilita su publicación en internet, enviar el enlace de la encuesta on-line al correo electrónico de los egresados, y obtener los resultados en una hoja de cálculo. También facilita estructurar la encuesta por módulos que se abren de acuerdo a la respuesta de cada egresado, de esta manera, el egresado no accede a información que no aplica a su caso. El link para acceder a la encuesta on-line denominada “Encuesta para la Evaluación de los Mecanismos de Apoyo al Emprendimiento ofrecidos por el IPRED de la Universidad Industrial de Santander es:

https://docs.google.com/forms/d/1jAaA183GYVe3uzUXrD4TTLYiyxa9bKwjXX7kqKjUiLc/viewform?usp=send_form

El formato virtual de la encuesta presenta en primera instancia, el consentimiento informado (véase anexo J) mediante el cual el egresado decide si acepta o no participar del estudio. Si el egresado decide no participar de la encuesta, se abre el módulo de “Gracias por participar” y finaliza la encuesta. Los egresados contestaron los módulos de la encuesta que se abrieron según las respuestas que suministradas. Se cerró la encuesta con un campo no obligatorio de datos personales, en el que los egresados interesados en obtener los resultados de la investigación y/o en participar en los casos de estudio diligenciaron voluntariamente.

7.2 RECOLECCIÓN DE DATOS

- *Población objetivo:* Corresponde a los egresados del programa de Tecnología Empresarial y Programa Agroindustrial del IPRED, de la sede de Bucaramanga que se hayan graduado entre los años 2009 – 2014. Siendo un total de 1.936 personas.

El tamaño de muestra se calcula a partir de la siguiente fórmula de tamaño de muestra para una población finita:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N : Tamaño total de la población = 1936
- Z_{α} : Z (Nivel de confianza de 95%) = 1,96
- p: Proporción esperada (0,5) = 0,5
- q: 1-p (0,5) = 0,5
- e: Precisión de la investigación = 10%

$$n=91,55$$

$$n= 92 \text{ egresados}$$

Se obtiene una muestra de 92 egresados para el estudio.

- *Muestreo:* Considerando el difícil acceso a los egresados, el tipo de muestreo que mejor se ajustó a los requerimientos y dificultades de la investigación es el *muestreo por conveniencia*. Este tipo de muestreo es una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador⁶⁵.

⁶⁵ Muestreo por conveniencia [en línea] Explorable. Think outside the box. [Citado el 30 de Mayo del 2015]. Disponible en: <<https://explorable.com/es/muestreo-por-conveniencia>>

Este muestreo es fácil y eficiente, pero los resultados que se obtienen no pueden generalizarse más allá de los individuos que componen la muestra, es decir, no permite ninguna inferencia sobre la población⁶⁶.

- *Aplicación de la encuesta:* Se hizo llegar la encuesta a los egresados por medio del programa institucional de Egresados UIS de la oficina de Relaciones Exteriores UIS, a los programas de Tecnología Empresarial y Programa Agroindustrial del IPRED. Se dio inicio a este trabajo de campo el 29 de julio de 2015 y fue dado por terminado el 1 de septiembre de 2015.

Aunque el estudio está dirigido a egresados de Tecnología Empresarial y del Programa Agroindustrial del IPRED sede Bucaramanga, cabe mencionar, a la encuesta se le realizaron algunos ajustes sugeridos por la oficina de Relaciones Exteriores, dado que se envió a los egresados de todos los programas del IPRED de la UIS pues la base de datos de egresados con la que ellos cuentan no tiene filtros por programas.

Para esto se amplió las opciones de respuesta a la pregunta “¿De qué programa académico se graduó?” anexando todos los demás programas académicos del IPRED.

En total se recolectaron 113 encuestas, siendo 14 encuestas de egresados de Tecnología en Regencia de Farmacia y Tecnología de Gestión Judicial y Criminalística.

Para el análisis de los resultados se tuvo en cuenta las 99 encuestas diligenciadas por los programas de Agroindustrial y Tecnología Empresarial.

⁶⁶ Crespo, M. C., y Salamanca, A. B. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. Nure Investigación. N 27.

7.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Una vez se dio por terminado el periodo de aplicación de la encuesta, se prosiguió con el análisis de los resultados de cada bloque que conformaba el instrumento, mediante estadística descriptiva.

Como punto de partida para el análisis de datos, se tomó la pregunta “¿Usted creó empresa?” que hace parte del cuarto bloque de la encuesta. De acuerdo a la respuesta (SI o NO) suministrada por el encuestado, se dividió el análisis en dos grandes secciones: Egresados que crearon empresa y Egresados que no crearon empresa. Se hicieron dos análisis, uno para cada sección.

7.3.1 Sección: Egresados que crearon empresa. Se agrupó el primer bloque con la pregunta “Razones que lo llevaron a crear empresa” perteneciente al bloque quinto bloque de la encuesta, con la finalidad de construir un perfil con características sociodemográficas de los emprendedores. Incluye información como edad, genero, estado civil, estrato socioeconómico, nivel educativo, formación educativa recibida en la universidad, situación laboral y razones que lo llevaron a crear empresa.

El segundo bloque de la encuesta corresponde al Evento Emprendedores, que como se ha recalado, es el principal mecanismo de apoyo al emprendimiento del IPRED. Se preguntó a los encuestados por el funcionamiento, la organización y la percepción del evento así como su influencia en la creación de empresas.

El tercer bloque trata sobre las asignaturas de emprendimiento que cursaron los encuestados durante su formación en el IPRED, con el fin de analizar la influencia de este apoyo en la creación de empresas.

Finalmente, se agrupó la parte residual del cuarto bloque con el quinto, sexto, y octavo bloque, con la finalidad de describir las empresas creadas por los egresados.

Este grupo presenta dos categorías: Empresas Cerradas y Empresas Activas, e incluye información año de creación, tamaño de la empresa, actividad económica, figura jurídica de la empresa, certificados con los que cuenta, capital usado para crear la empresa. En la categoría Empresas Activas, se indagó por información asociada al desempeño empresarial de los egresados en la gestión de las empresas creadas. Esta categoría contiene preguntas que tienen como base las buenas prácticas de las empresas impulsadas por programas de apoyo trabajadas en el trabajo de grado “Estudio de caso del programa Mujeres ECCO de la CCB como herramienta pedagógica para la asignatura Creación de Empresas”.

7.3.2 Sección: Egresados que no crearon empresa. Se agrupó el primer y el séptimo bloque de la encuesta con la finalidad de construir un perfil con características sociodemográficas de los egresados que no crearon empresa. Incluye información como edad, género, estado civil, estrato socioeconómico, nivel educativo, formación educativa recibida en la universidad, situación laboral y razones por las que no creó empresa.

En el segundo bloque de la encuesta se preguntó a los encuestados por el evento *Emprendedores* por el funcionamiento, la organización y la percepción del evento. El tercer bloque trata sobre las asignaturas de emprendimiento que cursaron los encuestados durante su formación en el IPRED.

Por último, el octavo bloque presenta las sugerencias de mejora a los mecanismos de apoyo al emprendimiento que hicieron los egresados.

7.3.3 Principales hallazgos de la aplicación de la encuesta a egresados del IPRED. Los resultados obtenidos de la encuesta, muestran que de los 99 egresados encuestados, solo el 19% (19 egresados) crearon empresa. La mayoría se encuentran en el rango de 33 y 44 años, son solteros, habitan viviendas de estrato 3, son mujeres, están empleados y son egresados de Tecnología Empresarial.

Por otro lado, la mayoría de los egresados que crearon empresa participaron una vez en el evento Emprendedores, cursaron asignaturas de emprendimiento como visión emprendedora y emprendimiento.

Las principales razones que llevaron a los egresados a crear empresa son poner en práctica su profesión y cumplir un plan de vida propuesto y el mecanismo de apoyo al emprendimiento ofrecido por la universidad que más influenció en la creación de sus empresas es el haber cursado asignaturas de emprendimiento.

En relación con el 81% de los egresados que no crearon empresa, se observa que la mayoría está en un rango de edad de 26 a 32 años, son solteros, viven en estrato 3, están empleados, son mujeres y son egresados de Tecnología Empresarial. El 71% de los egresados que no crearon empresa, participaron una vez en el evento Emprendedores, cursaron asignaturas de emprendimiento como creación de empresas y emprendimiento.

Los egresados atribuyen la no creación de empresas a la falta de recursos económicos y creen que es necesario la existencia de otro mecanismo de apoyo al emprendimiento en la universidad. El análisis completo de las dos secciones se encuentra en el anexo K.

7.3.4 Casos de estudio de los egresados que crearon empresa. Se construyeron casos de estudio de los egresados que crearon empresa con el objetivo de mostrar a través de experiencias y anécdotas, cómo ha sido el proceso de creación. Los casos evidencian también, la influencia de los mecanismos de apoyo al emprendimiento ofrecidos por la universidad desde la perspectiva de los egresados.

Para la construcción de los casos se empleó la siguiente metodología:

1. Selección de posibles participantes: Se estableció comunicación vía telefónica con las 13 empresas que se mostraron activas según los resultados de la encuesta descrita en la sección anterior. 6 Egresados estuvieron de acuerdo con participar en las historias, 3 de Tecnología Empresarial y 3 de Tecnología Agroindustrial. Los participantes se nombran a continuación:

Tabla 19 Egresados participantes de las historias empresariales

Nombre del Egresado	Carrera	Nombre de la Empresa	Formal o Informal
Arelis Mateus Lopez	Tecnología Empresarial	ClaraLuna Store	Informal
Mary Luz Lizcano	Tecnología Empresarial	Eco Santurban	Formal
Jacqueline Ortiz Antolínez	Tecnología Empresarial	Crisas	Formal
Leydi Mayerli Nossa Ochoa	Tecnología Agroindustrial	Huevos Nossa	Formal
Miguel Oswaldo Serrano Rodriguez	Tecnología Agroindustrial	Piñagro	Formal
Salustiano Cristancho Dueñas	Tecnología Agroindustrial	Citrisander	Informal

2. Entrevistas con los egresados seleccionados (véase evidencia fotográfica en el anexo L): Se estableció fecha y lugar para realizar una entrevista semiestructurada que le permitiera al equipo de investigación obtener la

información necesaria para construir el caso. El formato de la entrevista es el siguiente:

- ¿Cuántos años tiene?
- ¿De dónde es?
- ¿De dónde nace la idea de negocio?
- ¿De qué se trata su empresa?
- ¿Cómo influye su familia en que usted sea emprendedor?
- ¿Cómo ha sido el proceso de formación de su empresa?
- ¿Cómo influyó la carrera en la construcción de su empresa?
- ¿Cuáles son las competencias que adquirió al pasar por el IPRED?
- ¿Qué opina acerca del Evento Emprendedores?
- ¿Cuáles son los mayores retos que ha tenido que afrontar?
- ¿Cuáles son sus principales clientes?
- ¿Qué medios utiliza para dar a conocer su empresa?
- ¿Cómo han sido las utilidades de su empresa?
- ¿Cuál cree usted que es la clave para emprender?
- ¿Qué planes tiene con respecto a su empresa?

3. Luego de realizar la entrevista, se procedió a la escritura de los casos (Véase anexo M). Se determinaron 3 secciones obligatorias:

- ¿De dónde nace la empresa?: En esta sección se describe el nacimiento de la idea de negocio.
- Paso por el IPRED: En esta sección se relata cómo ha sido el apoyo o influencia que tuvo el IPRED en la construcción de la empresa.
- Vida de empresario: En esta sección se presenta la información relevante de la empresa como tal, y las metas que se ha trazado el emprendedor.

El caso de estudio del emprendedor Miguel Serrano se utilizó como tema de ponencia (Véase anexo N); esta ponencia se presentará en el Encuentro Internacional de Investigadores en Administración de la Universidad Externado de Colombia, el 24 de Noviembre de 2015.

A continuación se muestra la opinión de los emprendedores de los casos de estudio, frente al apoyo del IPRED en su creación de Empresas y las propuestas de mejora sugeridas por estos al Evento Emprendedores.

Emprendedor	Apoyo del IPRED en la creación de empresa	Propuestas de mejora al Evento Emprendedores
Arelis Mateus	El IPRED le facilitó herramientas y conocimientos en campos como la contabilidad, lo jurídico y lo legal, aspectos fundamentales en la creación de la empresa.	El Evento debe ser menos académico, debe convertirse en un mecanismo institucional.
Mary Luz Lizcano	El IPRED le ayudó a consolidar su visión como Empresaria y a ser gestora de su propia empresa.	El Evento debe ser menos académico, debe convertirse en la ventana que muestre los productos de las personas que realmente quieren ser empresarios.
Jacqueline Ortiz	Su paso por el IPRED le ayudó a tener claridad en temas del marco legal, los impuestos y la gestión de la empresa.	El Evento debe contar con la participación de entidades como la Cámara de Comercio que apoyen la creación de empresas.
Leydi Nossa	El IPRED le brindó las herramientas necesarias para desarrollar las técnicas de producción que utiliza en su empresa.	La premiación del Evento debe mejorar con el objetivo de que se convierta en un estímulo bien retribuido a la creación de empresa.
Salustiano Cristancho	El IPRED le permitió mejorar las técnicas de producción de su empresa y a formular el modelo de negocios de esta.	El Evento debe contar con la participación del sector agroindustrial, para que así los estudiantes puedan establecer alianzas de comercialización.
Miguel Serrano	El IPRED le permitió mejorar las técnicas de producción de su empresa.	Las personas que participan en el Evento deben estar interesadas en establecer un contacto comercial con los emprendedores.

7.4 ARTÍCULO DE CARÁCTER PUBLICABLE

La temática principal del artículo son los resultados en creación de empresas de los egresados de Tecnología empresarial y Tecnología Agroindustrial.

Para la elaboración de artículo se llevó cabo el siguiente procedimiento.

1. Elección de la revista: Se consultaron revistas indexadas en Publindex⁶⁷ de categoría B y C, relacionadas con la temática de emprendimiento. Se eligió la revista Dimensión Empresarial de la Universidad Autónoma del Caribe, Esta revista es categoría B. La Revista se publica semestralmente. El volumen I comprendido entre febrero a julio y el volumen II entre agosto y enero del siguiente año. Está dirigida principalmente a estudiantes de las áreas administrativas, económicas y contables y a los decisores empresariales o aquellos emprendedores interesados en analizar las reflexiones académicas y potencialmente compartir sus hallazgos.
2. Consulta de lineamientos: Se consultaron los lineamientos de publicación de la revista, y se procedió a la escritura del artículo. El artículo está contenido en el anexo O.

⁶⁷ Sistema Nacional de Indexación y Homologación de Revistas Especializadas de CT+I. Colciencias.

8. PROPUESTAS DE MEJORA PARA LOS MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DEL IPRED

El mayor mecanismo de apoyo al emprendimiento ofrecido por el IPRED, es como se ha mencionado en todo el proyecto, el Evento Emprendedores; por lo tanto, las propuestas de mejora son es su mayoría direccionadas al él.

A continuación se muestran las propuestas de mejora sugeridas por los egresados:

1. La universidad debe brindar más apoyo al desplazamiento de recursos al Stand
2. El espacio destinado para el Stand debe ser más amplio.
3. Se debe incluir ruedas de negocio en el Evento.
4. Debe haber participación de inversionistas en el evento.
5. La participación de la Cámara de Comercio, fondo emprender y otras entidades que apoyan el emprendimiento debe ser obligatoria.
6. El lugar del evento debe ser mejorado.
7. Debe haber mayor cumplimiento del cronograma del evento.
8. Los premios otorgados a los ganadores del Evento deben mejorar

Seguidamente se muestra un modelo propuesto del Evento Emprendedores, que fue elaborado a partir de las buenas prácticas identificadas en el Benchmarking, las propuestas de mejora sugeridas por los egresados y la revisión de literatura:

Tabla 20 Modulo propuesto del Evento Emprendedores

PARTICIPANTES	Podrán participar en el evento estudiantes de pregrado de modalidad presencial y estudiantes de pertenecientes al IPRED.
CATEGORÍAS	Se establecen tres categorías principales: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ideas de negocio ▪ Plan de negocio ▪ Empresa en funcionamiento
SUBCATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Emprendimiento comercial ▪ Emprendimiento de base tecnológica ▪ Emprendimiento social ▪ Emprendimiento cultural
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se debe participar en equipo. ▪ Podrán concursar estudiantes de 5° semestre en adelante. ▪ Los equipos tendrán un mínimo de 3 participantes y un máximo de 5. ▪ Los equipos deben ser multidisciplinarios en el caso de la categoría de pregrado presencial; en el caso de los participantes del IPRED esto será opcional. ▪ Los equipos finalistas de versiones anteriores al concurso no podrán participar en la versión actual con la misma idea de negocios. ▪ Los emprendimientos deben ser inéditos.
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primera etapa: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Los equipos deberán registrarse vía web en la página emprendedores virtual y describir su emprendimiento según el formato proporcionado por la universidad. ✓ Los equipos deben adjuntar el resumen ejecutivo de su emprendimiento. En esta etapa se realiza la primera preselección. Se propone que el número de los equipos preseleccionados sea el 70% de los emprendimientos presentados. ▪ Segunda etapa: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Los equipos preseleccionados deberán realizar un video que exponga su pitch en una duración no mayor a 5 minutos. Este vídeo deberá ser subido a emprendedores virtual y a la página de UIS EMPRENDE en Facebook, y será abierto a la comunidad en general para obtener votación, y a los jueces del concurso para la obtener la respectiva evaluación.

Tabla 20. Continuación

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los vídeos tendrán 20 días para que el público vote. ✓ Se recomienda que la votación del público tenga un valor del 30%, y la votación del jurado tenga un valor del 70%. ✓ En esta etapa se seleccionan los semifinalistas. ✓ Los semifinalistas deberán preparar una presentación que exponga el plan de negocios de su emprendimiento con el objetivo de presentarlo en la tercera etapa. ▪ Tercera etapa: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se les asignará a los semifinalistas un stand para que muestren durante 1 día completo el plan de negocios de su emprendimiento al público y a los jueces. Se recomienda que la muestra comience a las 9:00 de la mañana ✓ Los equipos deberán presentar un prototipo de su emprendimiento. ✓ El público tendrán la oportunidad de votar por sus emprendimientos favoritos. El público podrá votar solo una vez por cada emprendimiento. ✓ Los equipos tendrán una plantilla electrónica (En un computador o Tablet) en cada stand que registre los votos del público. La votación del público será monitoreada por un miembro del equipo organizador del concurso. Se recomienda que la votación del público tenga un valor del 30% y la votación del jurado tenga un valor del 70%. El jurado y el público podrán votar hasta las 3 de la tarde. ✓ Se procederá a contabilizar los votos de cada categoría y subcategoría. ✓ Los finalistas de cada categoría y subcategoría serán anunciados a las 4 de la tarde. ✓ El evento de clausura se llevará en el Luis A. Calvo, en este se anunciaran los ganadores. Se recomienda que el Evento de Clausura tenga la participación de los grupos de culturales de la universidad.
JURADOS	Se recomienda que el comité de evaluación cambie en cada etapa del concurso y esté conformado por personas

Tabla 20. Continuación

	<p>pertenecientes a la comunidad universitaria que tengan experiencia en creación de empresas y por personas externas, como egresados empresarios, participantes de la Cámara de Comercio y del Fondo Emprender.</p>
<p>PREMIACIÓN</p>	<p>Se premiará a los mejores equipos de cada categoría:</p> <p>Categoría Idea de negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Emprendimiento comercial: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. ▪ Emprendimiento de base tecnológica: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. ▪ Emprendimiento social: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. ▪ Emprendimiento cultural: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. <p>Categoría Plan de negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Emprendimiento comercial: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. ▪ Emprendimiento de base tecnológica: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. ▪ Emprendimiento social: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. ▪ Emprendimiento cultural: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. <p>Categoría Empresa en funcionamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Emprendimiento comercial: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. ▪ Emprendimiento de base tecnológica: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. ▪ Emprendimiento social: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. ▪ Emprendimiento cultural: Se premiará a los dos mejores emprendimientos. <p>La retribución económica deberá ser considerable para poder incentivar a que los estudiantes participen.</p> <p>Se proponen los siguientes premios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Condonación del valor de la matrícula del semestre siguiente. ▪ Programa de apoyo intensivo por parte de la unidad de Emprendimiento para la presentación del plan de negocios en Fondo Emprender u otros fondos capital semilla.

Tabla 20. Continuación

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Becas para realizar diplomados en emprendimiento. Se propone generar alianzas con el Instituto Emprendedor de la Corporación Bucaramanga Emprendedora.
<p>AYUDAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asesoría de la Unidad de emprendimiento (UIS EMPRENDE) en cada una de las etapas del concurso. La Unidad de emprendimiento tendrá el compromiso de ayudar a los equipos participantes en la elaboración del plan de negocios. ▪ La asesoría de la Unidad de emprendimiento, se dará de forma personalizada o a través de talleres grupales. ▪ El encuentro Emprendedores será ubicado al terminar la segunda etapa del concurso, la asistencia de los semifinalistas es obligatoria. ▪ Los organizadores del evento de deben comprometer a presentar los lineamientos para la presentación del pitch. Es recomendable realizar un taller que ayude a los participantes en este tema o colocar a la disposición de los participantes instructivos en emprendedores virtual. ▪ Las cátedras de emprendimiento ofrecidas en el programa curricular de las carreras deberán apoyar a los participantes e incentivarlos a participar en el concurso. ▪ Aquellas personas que no tengan equipo y quieran participar en el concurso, la universidad les brindará la oportunidad de asistir a talleres, donde les ayudarán a formar el equipo multidisciplinario. ▪ El comité organizador deberá comprometerse a invitar posibles inversionistas regionales al evento para poder realizar una rueda de negocios.
<p>TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD</p>	<p>Los emprendimientos y documentos presentados, se mantendrán en extrema confidencialidad. Solo se utilizarán en el proceso del concurso.</p>

Para que el modelo propuesto anteriormente sea viable, la Universidad deberá considerar el Evento Emprendedores como un mecanismo de apoyo al emprendimiento Institucional y brindar todo el soporte necesario.

Además de lo identificado en la literatura y en el benchmarking de los concursos de emprendimiento, el equipo investigador propone mejoras a los mecanismos de apoyo al emprendimiento que se encuentran en el marco del Evento Emprendedores, estas se muestra a continuación:

Tabla 21 Propuestas de mejora a los mecanismos de apoyo al emprendimiento

MECANISMO	PROPUESTAS DE MEJORA
Encuentro Emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se recomienda que los egresados conferencistas que participen sean equitativos en cuanto a la carrera que estudiaron. Este año los participantes fueron egresados de los programas de agroindustrial, en consecuencia la participación de los egresados de tecnología empresarial fue nula. ▪ Se propone que las conferencias impartidas por personas diferentes a los egresados, aporten específicamente a las áreas de estudio de los estudiantes del IPRED y de la comunidad estudiantil en general.
Emprendedores Virtual	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se propone que haya información más detallada sobre los términos y referencias del concurso en la página web. ▪ Se recomienda que los videos expuestos en la página web tengan una estructura estandarizada de presentación para todos emprendimientos.
Conferencias de Tecnología en Regencia de Farmacia y Tecnología de Gestión Judicial y Criminalística	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se recomienda que este tipo de conferencias no estén enmarcadas dentro del evento Emprendedores, si no aportan en materia de creación de empresas.

9. CONCLUSIONES

En primer lugar, la investigación muestra que aunque el número de egresados que crearon empresa parezca desalentador, algunos de ellos optaron por crear su propia empresa; por lo tanto la universidad debe focalizar sus esfuerzos en el establecimiento de políticas de emprendimiento efectivas y lo suficientemente robustas que propendan por la formación de estudiantes con mentes emprendedoras que resuelvan optar por la generación de empresas exitosas que contribuyan al bienestar social y económico del país.

Por otro lado, se pudo observar que la mayoría de empresas fueron creadas por mujeres; esto contradice estudios realizados por el GEM, que indican que la mayor tasa de creación de empresas en Colombia corresponde al género masculino.

En cuanto a la formalidad de las empresas creadas el estudio muestra que el 85% de las empresas son formales, lo que demuestra que los emprendedores aprovechan las ventajas ofrecidas por la ley de formalidad y primer empleo promulgada por el Ministerio de Trabajo de Colombia.

Respecto al sector que predomina en las empresas, la investigación muestra que la mayoría pertenece al sector agropecuario; y de las empresas creadas el 68% se encuentran activas.

El estudio muestra que el 79% de los emprendedores participaron en el Evento *Emprendedores*, lo que demuestra en cierta forma la efectividad de este mecanismo de apoyo. No obstante, gran parte de los emprendedores no tuvieron apoyo del programa de emprendimiento institucional UIS Emprende, lo que indica la falta de promulgación del programa a los estudiantes de educación a distancia.

A pesar que los programas tecnológicos tienen en su currículo materias enfocadas al emprendimiento, algunos emprendedores consideran que no tomaron

asignaturas de emprendimiento en su plan de estudios, por tal razón se concluye que no todos los emprendedores opinan que el currículo académico tiene un enfoque de emprendimiento.

Los resultados en el desempeño empresarial de los emprendedores, muestra que existen falencias en la gestión empresarial, ya que tan solo alcanzaron un nivel aceptable en la implementación de buenas prácticas en sus empresas. Estos resultados colocan en juicio la efectividad que está teniendo el programa en la gestión de empresas.

En cuanto a la percepción del Evento *Emprendedores*, los egresados se muestran positivos con respecto a la logística, sin embargo, opinan que debe ser menos académico y que debe mejorar varios aspectos que le permitan convertirse en un mecanismo de apoyo al emprendimiento institucional.

A pesar de que existen criterios de calificación y evaluación de las ideas de negocio presentadas en el Evento *Emprendedores*, las buenas prácticas obtenidas del benchmarking de concursos de emprendimiento, demuestran que el evento está alejado de lo que debe ser un concurso, pues carece de incentivos económicos considerables y apoyo de entidades gubernamentales y privadas que apalanquen el emprendimiento.

Si bien la revisión de literatura muestra que una universidad emprendedora debe apoyar el surgimiento de empresas de base tecnológica que le permitan desarrollo sostenido al país, los resultados muestran que los egresados se inclinan por la creación empresas tradicionales.

10. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un estudio de factibilidad del modelo propuesto del Evento Emprendedores, con el objetivo de identificar los gastos incurridos en la implementación.
- Es conveniente la realización de un estudio que permita identificar el perfil emprendedor del estudiante y del egresado de Tecnología Empresarial y Tecnología Agroindustrial con el objetivo de formular políticas de apoyo a los emprendedores acordes a dichos perfiles y al entorno económico y social actual.
- Se recomienda enlazar el Evento *Emprendedores* con el programa de UIS Ingenium, con la finalidad de unir la invención con la actividad empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA, Sérvulo y FARÍAS, Rocío. Un breve acercamiento al estado del arte del emprendimiento latinoamericano [en línea]. Centro de Desarrollo Empresarial - CDEE. Entrepreneurship: Volumen 1. Desarrollo, innovación y cultura emprendedora 2011. p. 187- 215. [Citado el 15 de mayo de 2015] Disponible en: <http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5289/5/Entrepreneurship_volumen1.pdf>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Alianza Comunidad-Empresa. [En línea] Disponible en: <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-952187>>. [Citado 13 de mayo del 2015].

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO Y ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE UNIVERSIDADES –ASCUN. Estado del arte sobre emprendimiento universitario. [En línea] [Citado 13 de mayo del 2015].

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y EMPLEO DE LA COMUNIDAD DE MADRID. EDUCACIÓN. Fundación Universidad Empresa; Emprendedora: Buenas prácticas internacionales. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Edición: septiembre de 2012.

CRESPO, M. C., y Salamanca, A. B. El muestreo en la investigación cualitativa. Nure Investigación. N 27. (2007).

DER, Maw. KAM, Poh. ONG, Andy. Do others think you have a viable business idea? Team diversity and judges' evaluation of ideas in a business plan competition. En: Journal of Business Venturing. 2005. Vol 20, p. 385 -402.

FILION, Louis. La definición de empresario: Reflexiones sobre un tema complejo y multidimensional [en línea]. Centro de Desarrollo Empresarial - CDEE. Entrepreneurship: Volumen 1. Desarrollo, innovación y cultura emprendedora. 2011. p. 115-130. [Citado el 10 de abril de 2015] Disponible en: <http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5289/5/Entrepreneurship_volumen1.pdf>

FLOREZ, Natalia. RUBIO, Almikar. Estado del arte sobre formación para el emprendimiento en educación superior, 2006 – 2012. Fase Heurística. Gestión Empresarial. Instituto de proyección regional y educación a distancia. Universidad Industrial de Santander. 2013.

FRACICA NARANJO, German. Formación del emprendedor universitario para el Start up [en línea]. Artículo de Investigación Grupo Cultura Emprendedora. Universidad de La Sabana, Bogotá – Colombia. [Citado 13 de mayo del 2015] Disponible en:<
<http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/108.pdf>>

HOWORTH, Carole; TEMPEST, Sue y COUPLAND, Christine. Rethinking entrepreneurship methodology and definitions of the entrepreneur. En: Journal of Small Business and Enterprise Development. 2005. Vol. 12, No 1, p. 24-40.

JIMENEZ, Fernando. El Fomento del Emprendedurismo Universitario a Través de un Modelo Integrador. Repositorio Institucional del CSIC. Código 185. 2010.

LEVY, Gary D.; RONCO, Sharron L. New Directions for Institutional Research, N156 p5-13. 2012. p 9

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO Y ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE UNIVERSIDADES –ASCUN. Estado del arte sobre emprendimiento universitario. [En línea] [Citado 13 de mayo del 2015].

O’CONNOR, Allan. A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. En: Journal of Business Venturing. 2013. Vol. 28, p. 546-563.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE [en línea]. [Citado 17 de junio del 2015]. Disponible en: <<http://www.uc.cl/>>

PULGARÍN, Sergio y CARDONA, Marleny. Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario [en línea]. Revista EAN. 2011. No.71. p. 22-39. [Citado el 15 de mayo de 2015] Disponible en: <<http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/549/537>>

QUIROGA MARÍN, Raúl Fernando y BARRERA, Maria Mercedes. Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá [en línea]. Bogotá: IMPACT-A, Corporación Ventures 2014. Citado en [3 de mayo del 2015] Disponible en:

<<http://www.avina.net/esp/wp-content/uploads/2014/06/Panorama-del-Ecosistema-de-Emprendimiento-de-Bgta.pdf>>

REFORMA CURRICULAR DEL PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EMPRESARIAL. Acuerdo N° 32 del Consejo Académico. Por el cual se aprueba la reforma académica del programa de Tecnología Empresarial. (21, febrero, 2006). Bucaramanga.

SIMPOSIO INTERNACIONAL DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO – RETOS DE LA RELACIÓN UNIVERSIDAD (2: 10 – 11, Septiembre del 2014. Bogotá, Colombia) Practicas de Emprendimiento, 14 p.

STANFORD UNIVERSITY [en línea]. [Citado 10 de junio del 2015]. Disponible en: <<http://stanford.edu/>>

TARAPUEZ, Edwin. OSORIO, Hugo. PARRA, Ramiro. Burton Clark and the meaning of entrepreneurship at university. En: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño Vol. XIII. No. 2 - 2do. Semestre 2012, Julio – Diciembre. p. 103-118.

TECHNISCHE UNIVERSITÄT MÜNCHEN [en línea]. [Citado 14 de junio del 2015]. Disponible en: < <https://www.tum.de/>>

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. PLANES DE NEGOCION DE INNOVACIÓN Y BASE TECNOLÓGICA [en línea]. [Citado el 10 de Agosto de 2015]. Disponible en: <<https://www.uis.edu.co/webUIS/es/documentos/UISEmprende.pdf>>

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia –IPRED. Documento para reforma académica del programa de producción agroindustrial. Bucaramanga, IPRED, 2012.

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Instituto De Proyección Regional y Educación a Distancia –IPRED. Proyecto educativo actualizado del programa de Tecnología Empresarial. Instituto De Proyección Regional y Educación a Distancia –IPRED-. Bucaramanga, IPRED, 2013.

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Instituto De Proyección Regional y Educación a Distancia –IPRED. Presentación del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia [en línea]. [Citado el 10 de Agosto de 2015]. Disponible en: <<https://www.uis.edu.co/webUIS/es/academia/institutoProyeccionRegionalyEducacionDistancia/presentacion.jsp>>

URBANO, David. GUERRERO, Maribel. The development of an entrepreneurial university. En: Journal of Technology Transfer, Febrero 2012, v. 37, iss. 1, pp. 43-74. [Citado 18 de mayo del 2015] .

VARELA, Rodrigo, *et al.* GEM Colombia 2006-2013. Global Entrepreneurship Monitor [en línea]. Universidad Icesi, 2015. [Citado 15 de mayo de 2015] Disponible en: <<http://gemcolombia.org/publications/gem-colombia-2006-2013/>>

VARELA, Rodrigo, *et al.* GEM Dinámica empresarial Colombiana 2013 [en línea]. Global Entrepreneurship Monitor. Universidad Icesi, 2014. [Citado el 15 de mayo de 2015] Disponible en: <<http://gemcolombia.org/publications/730-2/>>

LINKS DE INTERES:

BABSON COLLEGE [en línea]. [Citado 9 de junio del 2015]. Disponible en: <http://www.babson.edu/Pages/default.aspx>

Imperial College London [en línea]. [Citado 12 de junio del 2015]. Disponible en: <https://www.imperial.ac.uk/>

Massachusetts Institute of Technology (MIT) [en línea]. [Citado 7 de junio del 2015]. Disponible en: < <http://web.mit.edu/>

Universidad Nacional Autónoma de México [en línea]. [Citado 16 de junio del 2015]. Disponible en: <https://www.unam.mx/>

Universidad de Chile [en línea]. [Citado 17 de junio del 2015]. Disponible en: <http://www.uchile.cl/>

Universitat de Barcelona [en línea]. [Citado 13 de junio del 2015]. Disponible en: <http://www.ub.edu/web/ub/ca/>

University Harvard [en línea]. [Citado 1 de junio del 2015]. Disponible en: <http://www.harvard.edu/>

ANEXOS

ANEXO A. FORMATO GUÍA PARA ENTREVISTAS SEMI-ESTRUCTURADAS

- **Formato de guía para la realización de entrevista estructurada a tutores del programa académico Tecnología Empresarial**

1. ¿En cuál asignatura da la tutoría?
2. ¿Cuánto tiempo lleva dictando la asignatura?
3. ¿Cuál es la intensidad horaria semanal?
4. ¿A qué nivel académico pertenece la asignatura?
5. ¿Cuáles son los requisitos para poder cursar la asignatura?
6. Haga una breve descripción sobre el contenido de la asignatura.
7. Haga una breve descripción sobre la metodología empleada en la asignatura.
8. En qué etapa del plan emprendedor llega el estudiante a la asignatura (porcentaje de avance, continuación o cambio de idea de negocio)
9. ¿Qué tipo de emprendimiento trabajan los estudiantes?
10. ¿Cuáles medios de comunicación emplea con el estudiante?
11. ¿Qué opina sobre la plataforma utilizada por el programa?
12. ¿De qué manera la metodología y contenido de la asignatura aporta al plan emprendedor que se presenta en el evento Académico y Científico Emprendedores?
13. ¿Cuáles son los lineamientos de evaluación del *plan emprendedor* en su asignatura?
14. ¿A qué etapa del *plan emprendedor* llega el estudiante al culminar la asignatura?
15. ¿Ha pertenecido al comité evaluador del evento Académico y Científico Emprendedores?
16. ¿Usted qué opina del evento Académico y Científico Emprendedores?

17. ¿Cuántas veces se reúnen (virtual o presencialmente) para revisar el avance del *plan emprendedor*?
18. ¿Cuántas veces el estudiante se presentó al evento Académico y Científico Emprendedores antes de ver la asignatura?
19. ¿Qué recomendaría para el evento Académico y Científico Emprendedores en las próximas ediciones?

- **Formato de guía para la realización de entrevista estructurada a la Coordinadora de Tecnología Empresarial y del Evento Académico y Científico Emprendedores**

1. ¿Cuándo y cómo nace el evento Académico y Científico Emprendedores?
2. ¿Cómo ha sido la evolución de evento Académico y Científico Emprendedores?
3. ¿De quién fue la iniciativa de crear el evento?
4. ¿Cuántos años lleva en la coordinación del evento Académico y Científico Emprendedores?
5. ¿Cuántas personas conforman el comité organizador del evento?
6. ¿Cómo se gestionan los recursos del evento?
7. ¿Cómo se seleccionan los patrocinadores del evento?
8. ¿Cuál es el porcentaje de apoyo (dinero) de participación de la Universidad?
9. ¿En promedio cuántos estudiantes participan en el Evento?
10. ¿Si las conferencias a los emprendedores están enmarcadas en el evento, por qué están programadas meses antes del evento?
11. Describa la premiación del evento
12. ¿Cómo se gestionan los premios?
13. ¿Cómo realizan el contacto con las entidades gubernamentales que apoyan el emprendimiento?
14. ¿Desde qué momento se abre la participación a todo el IPRED?

15. ¿Desde cuándo se han invitado a los programas presenciales a participar en el Evento?
16. ¿Existe un reconocimiento extra a los organizadores del evento?
17. ¿De qué manera se incentiva a participar a los estudiantes que no tienen la obligación de hacerlo?
18. ¿Para los estudiantes que no se encuentran en sexto semestre del programa, cuáles son los criterios de participación?
19. ¿Existe un filtro de vigilancia para los proyectos que tienen productos perecederos?
20. Además del evento, ¿con qué otros mecanismos de apoyo al emprendimiento cuenta Tecnología Empresarial?
21. ¿Cómo ha influenciado el cambio del plan curricular en los planes emprendedores?
22. ¿Por qué el programa ahora es virtual?
23. ¿Qué influencia ha tenido esto en el evento?
24. ¿Existe alguna encuesta de satisfacción dirigida a los emprendedores al terminar el evento?
25. ¿Existe algún registro año a año sobre los participantes del evento?
26. ¿Existe estadísticas del evento?
27. ¿Qué recomendaría para el evento en las próximas ediciones?

- **Formato de guía para la realización de entrevista estructurada a los organizadores del evento Académico y Científico Emprendedores**

1. ¿Cuándo y cómo nace el evento Académico y Científico Emprendedores?
2. ¿Cómo ha sido la evolución del evento?
3. ¿Desde cuándo está en el comité organizador del evento?
4. ¿Usted es tutor de alguna asignatura en el IPRED?
5. ¿Cuáles son sus funciones en la organización del evento?

6. ¿Qué cambios en el evento han habido desde que pertenece al comité organizador?
7. ¿Qué tan difícil es contactar a los egresados que participan en el evento?
8. ¿Dónde se realiza el evento normalmente?
9. ¿Cuáles son los criterios de selección del lugar del evento?
10. ¿Cuáles son los criterios de asignación de los stands a los estudiantes?
11. ¿Quién se encarga del transporte de los recursos físicos al lugar del evento?
12. ¿Qué tanta es la participación de los estudiantes en la logística del Evento?
13. ¿En promedio cuántos estudiantes participan en el Evento?
14. ¿Con cuales criterios se organizan los stands?
15. ¿Siempre han habido subdivisiones en el evento?
16. ¿Los stands que no son de estudiantes, son de patrocinadores?
17. ¿Desde cuándo se realizan conferencias, juegos de creatividad y otras actividades en el evento?
18. ¿Cómo seleccionan las temáticas de las conferencias impartidas en el Evento?
19. ¿Cómo seleccionan las temáticas de las conferencias impartidas a los emprendedores?
20. Por favor cuéntenos experiencias del evento, relacionadas con inconvenientes que se han presentado.
21. ¿Qué recomendaría para el evento en las próximas ediciones?

- **Formato de guía para la realización de entrevista estructurada a Coordinador y Profesional de apoyo del programa Agroindustrial**

1. ¿Desde qué año están participando en el evento Académico y Científico Emprendedores?
2. ¿Cómo es la participación de Agroindustrial en el evento?
3. ¿Cuáles son los requisitos para participar en el evento?

4. ¿Cuáles son las características de los proyectos que se presentan en el evento?
5. ¿Existe algún formato para entregar el proyecto con el que se participará en el evento?
6. ¿Qué Asignaturas apoyan el proyecto presentado en el evento?
7. ¿Por qué hay estudiantes exponiendo ideas de otros?
8. ¿Cuáles estudiantes pueden participar?
9. ¿Para cuáles estudiantes es obligatorio?
10. ¿Cuántos estudiantes en promedio se presentan al evento?
11. ¿Cómo se concibe una finca en sentido empresarial?
12. ¿Cuáles son las categorías en las que son clasificadas los emprendimientos de los estudiantes?
13. Describa la premiación del evento
14. ¿Cómo es la organización del evento?

ANEXO B. EVIDENCIA FOTOGRAFICA DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS AGENTES CLAVE DEL IPRED



Evidencia entrevista
Ingeniero Ivan Darío Porras
- Profesional de apoyo del
programa Agroindustrial



Evidencia entrevista
Doctor Carlos Anibal
Vasquez - Coordinador del
programa Agroindustrial



Evidencia entrevista
Profesor Jose Felix Reyes -
Gestión de Proyectos -
Tecnología Empresarial



Evidencia entrevista
Profesora Yanira Sanabria
- Profesora
Comunicaciones -
Tecnología Empresarial



Evidencia entrevista
Claudia Calderón
Profesional de apoyo -
Programa de Tecnología
Empresarial



Evidencia entrevista
Margarita Rodríguez
Villabona - Coordinadora -
Programa de Tecnología
Empresarial



Evidencia entrevista
Jennifer Piñerez
Profesional asistente -
Tecnología Empresarial

ANEXO C. EVIDENCIA FOTOGRAFICA DE ASISTENCIA DEL EQUIPO INVESTIGADOR AL EVENTO EMPRENDEDORES (SEDE BUCARAMANGA Y SEDE BARRANCABERMEJA) Y AL ENCUENTRO DE EMPRENDEDORES.



Evidencia Evento
Emprendedores
Bucaramanga



Evidencia Evento
Emprendedores
Bucaramanga



Evidencia Evento
Emprendedores
Barrancabermeja



Evidencia Encuentro
Emprendedores
Bucaramanga

ANEXO D. ESTRUCTURA CURRICULAR DEL PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EMPRESARIAL

Áreas de formación	Niveles					
	I	II	III	IV	V	VI
	Ejes integradores					
	Identificación de la idea emprendedora	Contexto y planeamiento de la idea emprendedora	Plan de Mercadeo	Estudio Técnico	Estudio Financiero	Plan Emprendedor
Básica	Matemáticas I	Matemáticas II	Estadística I	Estadística II		
Profesional	Organización y empresa	Visión emprendedora	Matemáticas financieras	Costos	Administración financiera	Gestión de la calidad
	Contabilidad	Economía I	Mercadeo, ventas y publicidad	Gestión de métodos y tiempos	Economía II	Seguridad en el trabajo
				Gestión del talento humano	Comercio internacional	
					Administración de salarios	
Socio-Humanística	Desarrollo Humano	Legislación I	Legislación II /Contexto			Ética empresarial
Énfasis	Gestión del conocimiento	Metodología de la investigación				Formulación y evaluación de proyectos
Comunicación	Taller de lenguaje I	Taller de lenguaje II		Gestión de la comunicación empresarial	Inglés I	Inglés II
Créditos	18	18	18	18	17	16

ANEXO E. ESTRUCTURA CURRICULAR DEL PROGRAMA AGROINDUSTRIAL

CICLOS SEMESTRES	TÉCNICO PROFESIONAL				TECNÓLOGO		PROFESIONAL UNIVERSITARIO			
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
	Proyecto de producción agropecuaria			Proyecto de comercialización agropecuaria	Proyecto Agroindustrial		Proyecto Agronegocio Exportador			
					Proyecto de industrialización	Proyecto de comercialización agroindustrial	Proyecto empresa exportadora		Proyecto mercado externo	
	Campos de desempeño									
Áreas de formación integradas	Establecimiento de cultivo	Mantenimiento de cultivo	Procesos Pecuarios	Comercializa- ción Agropecuaria	Industrialización	Comercialización Agroindustrial	Innovación agroindustrial y aseguramiento de la calidad en los procesos agroindustriales			
Básicas agropecuarias, Emprendimiento agroindustrial, Desarrollo comunitario, Ética ambiental e Investigación				Exploración y desarrollo del mercado agropecuario 3	Estandarización de procesos agropecuarios 3	Evaluación de productos 3				
			Transacciones comerciales agropecuaria 4	Manejo de material genético 3	Gestión de la empresa agroindustrial 3	Estandarización de procesos agroindustriales 4				
	Condiciones Agro-ecológicas 3		Manejo de Nutrición animal 4		Aprovechamiento de subproductos agropecuarios 3	Transformación de productos de origen animal 4		Procesamiento de productos de exportación origen vegetal 4	Procesamiento de productos de exportación origen animal 4	Logística y servicios de apoyo a la exportación 4
	Diseño del Sistema Productivo Agroindustrial 4	Labores complementarias Agrícolas 4	Procesos de almacenamiento y transporte de productos agropecuarios 4	Atención a la salud para la Productividad Pecuaria 4	Transformación de productos de origen vegetal 4	Transacciones comerciales agroindustriales 3	El plan de negocios en los agronegocios 2	El proyecto de emprendimiento en agronegocios 3		Los mercados verdes y el biocomercio sostenible 2
	Visión de la producción agroindustrial 3	Prevención en Sanidad vegetal 4		Sistema reproductivo de la explotación pecuaria 4	Transformación primaria 4	Aprovechamiento de subproductos agroindustriales 2		Medidas sanitarias y fitosanitarias con fines de agronegocios para exportación 2	La inocuidad aplicada a los agronegocios 3	
	Adecuación del terreno 2	Cosecha 3	Prevención en sanidad pecuaria 2	Administración del recurso hídrico agropecuario 2	Procesos de almacenamiento y transporte de productos agroindustriales 3		Proyectos de exportación y cadena agroindustrial 3		La trazabilidad-rastreabilidad aplicada a los agronegocios 2	
	Manejo de Nutrición vegetal 4	Poscosecha 4	Labores complementarias pecuarias 4				Tratados internacionales y agronegocios 2	Certificaciones en agronegocios 2	Transferencia tecnológica para proyectos regionales 3	
	Manejo de Viveros 4	Conservación de suelos y aguas 2					Diseño de la investigación en agronegocios 3		Trabajo de grado: Diseño 3	Trabajo de grado: Implementación y evaluación 3
							Herramientas tecnológicas aplicadas a los agronegocios 3	Software de gestión gerencial aplicada a los agronegocios 3		Instrumentos de cooperación aplicados a los agronegocios 2
Créditos	20	17	18	16	20	16	13	14	15	11

ANEXO F. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO NACIONALES

CUESTIONARIO SOBRE CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO EN INSTITUCIONES NACIONALES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Estimado colaborador:

Agradecemos por dedicar en promedio 10 minutos de su tiempo para contestar las siguientes preguntas. El objeto de este cuestionario es investigar los diversos concursos de emprendimiento que se realizan en las instituciones de educación superior del país y, a partir de esto construir un benchmarking competitivo que servirá para identificar las mejores prácticas.

Instrucciones: Lea atentamente cada una de las preguntas y responda lo que considere se ajuste más a la realidad de su institución.

1. ¿Cuál es el nombre de la Institución de Educación Superior?

2. ¿En qué ciudad se encuentra ubicada la institución?

3. ¿La institución cuenta con concursos de emprendimiento, muestras empresariales que incluyan concursos de emprendimiento o eventos que incluyan concursos de emprendimiento?

- a. Si (pasa al módulo de concursos pregunta 4)
- b. No (pasa al mensaje El cuestionario ha concluido)

MODULO INFORMACIÓN DEL CONCURSO

4. ¿Cuál es el nombre del concurso? (Pasa a la pregunta 5)

5. ¿En qué año se creó el concurso? (Pasa a la pregunta 6)

6. ¿Cuántas veces se ha realizado el concurso? (Pasa a la pregunta 7)

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5
- f. 6
- g. Más de 6

7. ¿Cada cuánto se realiza el concurso? (Pasa a la pregunta 8)

- a. 2 veces al año
- b. 1 vez al año
- c. Cada dos años
- d. No hay un tiempo determinado
- e. Otro: _____

8. ¿Cuáles son los objetivos del concurso? (Pasa a la pregunta 9)

9. El concurso va orientado a: (Múltiple Respuesta) (Pasa a la pregunta 10)

- a. Idea de negocio
- b. Modelo de negocio
- c. Plan de negocios
- d. Prototipo
- e. Empresas constituida
- f. Otro: _____

10. Por favor haga un breve resumen sobre la/las fases con las que cuenta el concurso: (Pasa a la pregunta 11)

11. ¿Qué tipo de emprendimientos se presentan? (Múltiple Respuesta) (Pasa a la pregunta 12)

- a. Emprendimiento de Base tecnológica
- b. Emprendimiento Comercial o Tradicional
- c. Emprendimiento Social
- d. Emprendimiento Cultural
- e. Todos los anteriores

f. Otro: _____

12. ¿Cuánto dura el concurso? (Pasa a la pregunta 13)

13. ¿Dónde se realiza el concurso? (Pasa a la pregunta 14)

14. ¿Con qué recursos económicos es financiado el concurso? (Múltiple Respuesta) (Pasa a la pregunta 15)

- a. Recursos de la Universidad
- b. Recursos de entidades privadas
- c. Recursos de los participantes
- d. Recursos de entidades gubernamentales
- e. Otro: _____

MODULO PARTICIPANTES DEL CONCURSO

15. ¿En promedio cuantas personas se presentan? (Pasa a la pregunta 16)

16. ¿A quiénes va dirigido el concurso? (Múltiple Respuesta) (Pasa a la pregunta 17)

- a. Estudiantes de pregrado
- b. Estudiantes de posgrado
- c. Egresados
- d. Profesores
- e. Otro: _____

17. ¿Qué carreras o facultades participan en el concurso? (Pasa a la pregunta 18)

18. ¿Cómo se presentan los emprendimientos en el concurso? (Múltiple Respuesta) (Pasa a la pregunta 19)

- a. En stands
- b. De forma verbal mediante una presentación

- c. Con exposición de Posters
- d. Otro: _____

19. ¿Cuánto tiempo tiene el participante para exponer su emprendimiento?
(Pasa a la pregunta 20)

MODULO PREMIACIÓN Y JURADO

20. ¿Quiénes son los responsables y organizadores del concurso? (Pasa a la pregunta 21)

21. ¿Quiénes conforman el jurado que elige los mejores emprendimiento?
(Pasa a la pregunta 22)

22. ¿Cuáles son los criterios de premiación? (Pasa a la pregunta 23)

23. ¿Cómo es la premiación del concurso? (Especifique de qué manera están representados los premios) (Pasa a la pregunta 24)

24. Selecciones las entidades de apoyo al emprendimiento que participan en el concurso. (Múltiple Respuesta) (Pasa a la pregunta 25)

- a. Cámara de Comercio
- b. Incubadoras
- c. Empresas privadas
- d. Inversionistas
- e. Capital semilla
- f. Entidades gubernamentales
- g. Ninguna
- h. Otra: _____

25. ¿La institución cuenta con alguna página web relacionada con el concurso?

- a. Si (Pasa a la pregunta 26)
- b. No (Pasa a la pregunta 27)

26. Por favor escriba la dirección de la página Web (Pasa a la pregunta 27)

27. Seleccione las actividades extras a la presentación de los emprendimientos con las cuenta el concurso (Múltiple respuesta) (Pasa a la pregunta 28)

- a. Talleres
- b. Conferencias
- c. Ruedas de negocio
- d. Cursos de creatividad
- e. Exposiciones audiovisuales
- f. Encuentro de emprendedores
- g. Coloquios
- h. Conversatorios
- i. Paneles
- j. Ninguna
- k. Otra: _____

28. Por favor haga una breve descripción de las actividades extras (Ignore esta pregunta si el concurso no cuenta con actividades extras)

29. ¿La institución cuenta con OTRO concurso de emprendimiento, muestra empresarial que incluyan concursos de emprendimiento u otro evento que incluyan concursos de emprendimiento?

- a. Si (pasa al módulo de INFORMACIÓN DEL SEGUNDO CONCURSO)
- b. No (pasa al mensaje El cuestionario ha concluido)

MÓDULO INFORMACIÓN DEL SEGUNDO CONCURSO

RESPONDER DE NUEVO LAS PREGUNTAS 4 A LA 28.

30. La institución cuenta con OTRO concurso de emprendimiento, muestra empresarial que incluyan concursos de emprendimiento u otro evento que incluyan concursos de emprendimiento?

- a. Si (pasa al módulo de INFORMACIÓN DEL TERCER CONCURSO)
- b. No (pasa al mensaje El cuestionario ha concluido)

MÓDULO INFORMACIÓN DEL TERCER CONCURSO

RESPONDER DE NUEVO LAS PREGUNTAS 4 A LA 28.


Estimado colaborador, el cuestionario ha concluido. Agradecemos nos brinde los siguientes datos de contacto para hacerle llegar los resultados de la investigación:

Nombre del líder o coordinador del concurso:

Teléfono:

Correo electrónico:

ANEXO G. BENCHMARKING MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO

<h3>HARVARD UNIVERSITY</h3>	
HISTORIA Y CONTEXTO	
<p><i>Harvard University</i> es una universidad privada ubicada en Cambridge, Massachusetts (Estados Unidos), establecida en el año 1636. El nombre de Harvard proviene del primer benefactor de la Universidad, el joven ministro John Harvard, quien antes de su muerte en el año 1638 dejó su biblioteca y la mitad de su patrimonio a la universidad.</p> <p>La misión de Harvard es educar a los ciudadanos y a los líderes de las sociedades con él objetivo de aportar a la sociedad. Esto lo hace a través de su compromiso con el poder transformador de las Artes Liberales⁶⁸ y las Ciencias de Educación. <i>Harvard College</i> la cual es una de las escuelas de <i>Harvard University</i>, ofrece programas de pregrado con duración de cuatro años para jóvenes que desean obtener su primera certificación de estudios superiores. <i>Harvard University</i> incluye, además de Harvard College, 10 escuelas profesionales de posgrado.</p> <p>Actualmente la universidad cuenta con 6.700 estudiantes de pregrado y 14.500 estudiantes de postgrados y ha sido catalogada como la tercera mejor Universidad del mundo por el Ranking QS World University.</p> <p>Su metodología de educación ha llevado a sus egresados a ganar 47 premios Nobel y 48 premios Pulitzer; 32 egresados han sido también, cabezas de estado.</p>	

⁶⁸ En Estados Unidos, los estudios de pre-grado son una oportunidad para que los jóvenes exploren sus intereses académicos y personales, al mismo tiempo especializándose en un área de estudio. El término Artes Liberales (o Liberal Arts) se refiere a esta forma de aprendizaje.

Harvard es la institución educativa con mayor dotación financiera del mundo. Además de capital privado, recibe ayudas del gobierno, de instituciones de diversa índole, y de sus egresados.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

THE TECHNOLOGY AND ENTREPRENEURSHIP CENTER AT HARVARD (TECH)

The Technology and Entrepreneurship Center at Harvard (TECH), es el mayor mecanismo de apoyo al emprendimiento y a la innovación de los programas de pregrado de *Harvard University*.


La misión del TECH es avanzar en la comprensión y la práctica de la innovación y el emprendimiento, a través de la educación basada en la experiencia; iniciando, avanzando e informando los proyectos de los estudiantes.

TECH se basa en la creencia de que las fronteras entre disciplinas, personas, organizaciones e ideas, necesitan ser cruzadas continuamente para crear visiones que guíen hacia la innovación.

TECH opera con innovación desde la Escuela de Ingeniería y Ciencias Aplicadas de Harvard - una institución científica y tecnológica interdisciplinar.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DEL TECH

<p><i>The Harvard College Entrepreneurship Forum</i></p>	<p>Es una organización dirigida por estudiantes que trabaja para ayudar a los mismos, a canalizar su creatividad hacia la creación de empresas exitosas.</p>
<p><i>Innovation Fellows</i></p>	<p>Innovation Fellows invita a líderes académicos y profesionales a participar en la comunidad de la innovación de Harvard, compartiendo su trabajo independiente, y explorando, descubriendo y desarrollando con los estudiantes, conocimientos sobre la teoría y la práctica de la innovación y el emprendimiento.</p>
<p><i>The Expert in Residence (EiR) Program</i></p>	<p>El programa EiR ofrece asesoría personalizada de expertos a los estudiantes de pregrado en asuntos relacionados con sus nuevas empresas o planes de negocio.</p>
<p><i>Harvard Alumni Entrepreneurs</i></p>	<p>Harvard Alumni Entrepreneurs tiene como objetivo promocionar el espíritu empresarial.</p>

	Desde sus inicios, el grupo ha servido como punto de encuentro de empresarios de todo el mundo.
HARVARD COLLEGE INNOVATION CHALLENGE IMAGINE, INVENT, IMPACT (I3)	
DESCRIPCIÓN 	I3 es un concurso de Startups para estudiantes de pregrado de <i>Harvard University</i> . El Concurso se realiza una vez al año.
OBJETIVO	Entrenar, cultivar y mostrar el rápido crecimiento de los estudiantes emprendedores de Harvard.
PARTICIPANTES	Estudiantes de Pregrado de <i>Harvard University</i> .
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe participar en equipo • Los equipos deben estar formados solo por estudiantes de Pregrado
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>1° Etapa:</i> Los equipos deben llenar un formulario de inscripción, describiendo su idea de negocios. • <i>2° Etapa:</i> Los equipos deben grabar un corto vídeo describiendo su emprendimiento. Este vídeo será publicado en la página web del evento y en las redes sociales con el fin de obtener retroalimentación del público y de los jueces. Los vídeos serán evaluados por 50 egresados empresarios y otros profesionales de Harvard. En esta etapa se seleccionan los semifinalistas. • <i>3° Etapa:</i> Los semifinalistas presentan sus planes de negocio ante un panel de expertos y muestran un vídeo mejorado a los jueces. A partir de lo anterior se eligen los equipos ganadores.
PREMIACIÓN	Los equipos ganadores recibirán premios de los patrocinadores y la oportunidad de pasar 12 meses en la Incubadora de Negocios de Harvard. Categorías de premiación:

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>McKinley Family Grant for Innovation and Entrepreneurial Leadership in a Commercial Enterprise</i>: La fundación de la familia McKinley ofrece \$10.000 dólares al emprendimiento comercial más innovador. • <i>McKinley Family Grant for Innovation and Entrepreneurial Leadership in a Social Enterprise</i>: La fundación de la familia McKinley ofrece \$10.000 dólares al emprendimiento social más innovador. • <i>Public Sector Innovation Award</i>: Se ofrecen \$10.000 dólares al equipo que haya identificado mejor los problemas, desafíos y oportunidades del sector público y que a partir de eso haya creado un servicio o producto de valor. • <i>Senior Social Entrepreneurship Award</i>: \$5.000 dólares son entregados por la Sociedad Cooperativa de Harvard, la cual apoya la innovación social en la comunidad universitaria. En esta categoría el equipo ganador está formado por estudiantes de último Nivel, en otras palabras, que están cursando el cuarto año de su programa de pregrado.
LUGAR DE LA CLAUSURA	<i>Harvard Faculty Club</i>
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos en emprendimiento e innovación: Los estudiantes participantes del concurso pueden acceder a diferentes cursos ofrecidos por el TECH, con el objetivo de adquirir conocimientos que ayuden a la formación de su emprendimiento. <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Startup R&D</i>: Los estudiantes realizan trabajo de campo para desarrollar startups existentes o para explorar nuevas ideas y oportunidades para el diseño del startup.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Introduction to Computer Science</i>: enseña a los estudiantes a pensar algorítmicamente y a solucionar problemas de forma eficiente. El estudiante que toma este curso puede o no, tener experiencia en programación. ✓ <i>Engineering Sciences: Innovation in Science and Engineering</i>: Este curso explora los factores y condiciones que contribuyen a la innovación en la ciencia y en la ingeniería. ✓ <i>Innovation and Entrepreneurship: American Experience in Comparative Perspective</i>: Este curso provee diferentes perspectivas sobre la naturaleza de la innovación y el emprendimiento. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Seminarios de innovación e emprendimiento.</i> • <i>Talleres</i> • <i>Consultorías de oficina</i>
HARVARD BUSINESS SCHOOL (HBS)	
<p>Harvard Business School (HBS) es el principal lugar de desembarco para los emprendedores de posgrados. La escuela ofrece mecanismos de apoyo al emprendimiento que ayudan a los estudiantes y egresados de posgrado a desarrollar sus ideas de negocios.</p>	
MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE HARVARD BUSINESS SCHOOL	
Facultad de emprendimiento	<p>En la facultad de emprendimiento de negocios de Harvard se cuenta con los mejores líderes con experiencia en <i>Startups</i>. Ellos no solo escriben los casos de estudio utilizados en las escuelas de negocios del todo mundo, sino que traen a los protagonistas de estos casos para compartir su experiencia con los estudiantes.</p>
MBA y Cursos de Doctorado	<p>Los cursos impartidos en el MBA y en los Doctorados, suministran las bases para entender los procesos, las finanzas y el contexto global del</p>

	<p>emprendimiento. Los cursos cierran la brecha entre lo teórico y lo práctico, y ofrecen información invaluable para los <i>Startups</i> del mundo real.</p>
<p>Investigación</p>	<p>La investigación en emprendimiento de la universidad, se basa en la persecución y la búsqueda de oportunidades empresariales; financiación nacional e internacional de actividades empresariales; innovación tecnológica de empresas internacionales; entornos donde los emprendedores toman decisiones; y emprendimiento social.</p>
<p><i>Executive Education</i></p>	<p>Los empresarios pasan tiempo significativo con el profesorado de la escuela de negocios, resolviendo casos de estudio, que les ayudan a fomentar el liderazgo empresarial en sus organizaciones.</p>
<p><i>The California Research Center (CRC)</i></p>	<p>En julio de 1997, <i>Harvard Business School</i> inauguró en Silicon Valley el primero de sus centros de investigación fuera del campus universitario.</p> <p>El objetivo del centro es desarrollar herramientas para la investigación y la escritura de los casos de estudio de compañías de la costa este. Desde su inauguración el CRC ha ayudado a desarrollar más de 230 casos, los cuales han sido utilizados para la enseñanza en los programas de MBA y de Educación Ejecutiva.</p>
<p><i>The Social Enterprise Initiative At HBS</i></p>	<p>La iniciativa empresarial social en HBS, aplica prácticas de negocios innovadoras y disciplinas de gestión, para conducir sostenidamente el cambio social de alto impacto.</p> <p>La Iniciativa Empresarial Social se involucra con los sectores sin ánimo de lucro, con ánimo de lucro y públicos, para generar y compartir recursos, herramientas y conocimiento.</p>

	Los cursos que se centran en las empresas sociales están integrados en el plan de estudios del MBA y en el programa de Educación Ejecutiva.
--	---

THE ARTHUR ROCK CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP

En el 2003 el aventurero e icónico inversionista Arthur Rock, donó 25 millones de dólares para la creación de un centro en el campo de la gestión empresarial y fue así como el *The Arthur Rock Center for Entrepreneurship* se convirtió en el destino y epicentro de todas las iniciativas de emprendimiento de la escuela de negocios.

La misión del centro de emprendimiento consta de 3 ejes:



SERVICIOS DE ARTHUR ROCK CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP

<i>Rock Accelerator program</i>	El programa en la aceleradora dura 1 año, organiza de 10 a 20 equipos con un capital semilla de \$8.000 dólares e incluye mentoría especializada.
<i>Rock 100: The Network</i>	Rock 100: The Network está dirigida a los egresados de <i>Harvard University</i> . Es un evento que se realiza dos veces al año donde 100 egresados emprendedores de la red global de emprendimiento de la Universidad comparten experiencias altamente significativas, realizan mesas redondas y discuten casos de estudio.
<i>Rock Summer Fellows</i>	<i>Rock Summer Fellows</i> es un programa becario que provee \$6.000 dólares para el financiamiento y desarrollo de las ideas de negocios de los estudiantes de MBA. El programa como su nombre hace alusión es en el verano y dura de 10 a 12 semanas.

<i>Entrepreneurs-In-Residence</i>	Los Emprendedores en residencia son un grupo de inversionistas, fundadores de empresa y expertos de la industria, que dan asesoramiento a los estudiantes en materia de creación de empresas.
NEW VENTURE COMPETITION	
DESCRIPCIÓN	El concurso New Venture del centro de emprendimiento, apoya a los estudiantes y a los egresados en el lanzamiento de nuevas empresas comerciales y sociales.
MISIÓN	Resolver problemas del entorno, con el fin de lograr crecimiento de alto impacto en los negocios y la sociedad.
ORGANIZADORES	<i>The Arthur Rock Center for Entrepreneurship y The Social Enterprise Initiative At HBS</i>
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>New Venture Competition</i> para estudiantes. Dirigido a Emprendimientos de negocios y a Emprendimientos sociales. • <i>New Venture Competition</i> para egresados: Dirigido a egresados de los programas de posgrados de <i>Harvard University</i>. Es un concurso global, y la manera en que se evalúan los planes de negocio depende de la región del mundo donde se encuentre el egresado.
NEW VENTURE COMPETITION PARA ESTUDIANTES EMPREDIMIENTO DE NEGOCIOS	
DESCRIPCIÓN	El concurso New Venture es un programa de un año, dirigido a los estudiantes de la escuela de negocios de Harvard, el cual recompensa la mejor idea de negocio con \$50.000 dólares en efectivo. Todos los participantes se presentan ante inversionistas y empresarios, los cuales brindan retroalimentación a sus emprendimientos en cada ronda de la competencia. El concurso se realiza una vez al año.

OBJETIVO	Suministrar a los estudiantes una oportunidad única para llevar los principios del emprendimiento a la práctica mediante una experiencia integral de aprendizaje.
PARTICIPANTES	Estudiantes de la Escuela de Negocios de Harvard pertenecientes al centro de emprendimiento Arthur Rock, cuyos emprendimientos generen rentabilidad económica y un sustancial impacto en el mercado.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe participar en equipos. • Los equipos son interdisciplinarios, pueden participar estudiantes de otras escuelas de Harvard, y de otras universidades, e incluso personas que no sean estudiantes postgrado. • Cada equipo debe tener por lo menos un estudiante de la Escuela de Negocios de Harvard. • El estudiante de la HBS debe jugar un papel principal en la idea de negocio y ser accionista significativo si la equidad de la empresa ya se ha distribuido. • Un estudiante puede participar en máximo dos equipos. • Los equipos finalistas de la segunda ronda de premiación no podrán participar en posteriores versiones del concurso con la misma idea de negocios. • Los equipos finalistas de la primera etapa podrán competir en posteriores versiones del concurso con la misma idea de negocios, siempre y cuando demuestren crecimiento y mejoramiento de la idea.
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Registro 1:</i> Los equipos deben llenar un formulario de inscripción y entregar la descripción de su idea de negocio en un máximo de 3 páginas. • <i>Retroatimentación temprana:</i> Los equipos después del registro pueden acceder al

	<p>programa de retroalimentación temprana, donde sus ideas de negocio recibirán una evaluación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Registro 2:</i> Aquellos equipos que no pudieron inscribirse en el registro 1, pueden hacerlo después de la retroalimentación temprana. El formulario de inscripción es como un contrato, una vez se firme, no se puede salir de la competencia. • <i>Primera ronda de evaluación:</i> Todos los equipos inscritos deberán dar una presentación en vivo de sus ideas al panel de jueces. En esta ronda se elegirán los 10 mejores equipos, los cuales avanzarán a la siguiente ronda. • <i>Segunda ronda de evaluación:</i> Los 10 equipos serán distribuidos a otro panel de jueces conformados por empresarios e inversores. Estos serán juzgados según la descripción escrita de la idea de negocio y los mejores 4 pasarán a la final. • <i>Última ronda de evaluación y premiación (Evento de Clausura):</i> Los 4 equipos harán la última presentación ante los jueces; los ganadores serán anunciados en el evento de clausura, el cual es abierto al público.
PREMIACIÓN	El concurso otorga \$50.000 dólares al primer lugar, y \$25.000 dólares al segundo lugar.
LUGAR DE LA CLAUSURA	La premiación se lleva a cabo en el Burden Hall, auditorio de <i>Harvard University</i> .
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Business Track Experimentation Fund:</i> El fondo de experimentación de ideas de negocio, es un programa que ayuda a aquellos equipos que no tienen clara la viabilidad de su idea de negocio. El programa es paralelo al concurso, y es necesario estar inscrito al él para poder ser beneficiario. El fondo suministra \$1000 dólares a los equipos

	<p>inscritos, representados en estudios de mercado, pruebas beta de páginas web, herramientas de diseño de productos y otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Entrepreneurship in Residence</i>: Los participantes podrán acceder a asesorías por los emprendedores en residencia, antes o durante el concurso. • <i>Consejos Legales</i>: Los participantes podrán acceder a consejos legales relacionados con la protección de la propiedad intelectual y otros temas de interés, a través de empresas locales de asesoría legal. • <i>Building Teams</i>: En el caso de aquellos estudiantes que no tienen formado el equipo para participar en el concurso, el centro Rock organiza una reunión inicial (<i>Kickoff</i>), para organizarlos de manera que el equipo quede conformado de personas con diferentes habilidades y atributos.
<p>TÉRMINOS DE CONFIDENCIALIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las únicas personas que tendrán acceso a las ideas de negocio son los jueces del concurso y los mentores; Ellos acceden a firmar un acuerdo de confidencialidad y tienen el compromiso de retirarse si presentan algún conflicto de interés con la idea. • Los participantes tienen el derecho de colocar su idea como confidencial o de no mostrar información que consideren privada. • Si el participante tuvo o tiene algún problema particular con algún juez puede solicitar el cambio, y se le asignará otro.
<p>NEW VENTURE COMPETITION PARA ESTUDIANTES EMPREDIMIENTO SOCIAL</p>	
<p>DESCRIPCIÓN</p>	<p>New Venture Competition de emprendimiento social da la oportunidad a los estudiantes de posgrado de <i>Harvard University</i> de explorar el emprendimiento social y probar ideas innovadoras de impacto social en un ambiente</p>

	riguroso de apoyo. Los planes negocio pueden incluir ideas con ánimo de lucro, sin ánimo de lucro, o híbridas. El concurso se realiza una vez al año.
OBJETIVO	Suministrar a los estudiantes una oportunidad única para llevar los principios del emprendimiento a la práctica mediante una experiencia integral de aprendizaje.
PARTICIPANTES	Estudiantes de posgrado de <i>Harvard University</i>
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe participar en equipo. • Cada equipo debe tener por lo menos un estudiante de MBA de la HBS, o un estudiante perteneciente al centro público de liderazgo, o un estudiante que esté cursando durante el año que se realiza el concurso, algún curso relacionado con el emprendimiento social. • Cada equipo debe tener en su mayoría estudiantes de posgrado de Harvard y estos deben tener una participación significativa en el emprendimiento. • Se recomienda que los estudiantes participen en un solo equipo, sin embargo, si alguno quiere participar en más de un equipo debe contactar al comité organizador del concurso antes de entrar a la competencia. • <i>Normatividad de planes:</i> El concurso New Venture de emprendimiento social busca planes de negocio que cumplan con los siguientes criterios: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener como componente clave en sus actividades, la creación de valor social de manera significativa y sostenida. ✓ El concurso está diseñado para los proyectos que se encuentran ya sea en el concepto o fase piloto, es decir, aquellos que aún no han comenzado las operaciones regulares, y/o aquellos que están poniendo a prueba

	<p>los conceptos iniciales a través de operaciones experimentales básicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El proyecto es un esfuerzo independiente y opera independientemente de organizaciones existentes. ✓ Los proyectos pueden ser con ánimo de lucro, sin ánimo de lucro o Híbridos.
<p style="text-align: center;">ETAPAS Y CRITERIOS DE PREMIACIÓN</p>	<p>Los planes de negocios son evaluados por un grupo de filántropos, inversionistas, organizaciones de construcción de capacidad y empresarios sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera ronda de evaluación:</i> Todos los equipos inscritos deberán dar una presentación en vivo de sus ideas al panel de jueces. En esta ronda se elegirán los 10 mejores equipos, los cuales avanzarán a la siguiente ronda. • <i>Segunda ronda de evaluación:</i> Los 10 equipos serán distribuidos a otro panel de jueces conformados por empresarios e inversores. Estos serán juzgados según la descripción escrita de la idea de negocio y los mejores 4 pasarán a la final. <p><i>Última ronda de evaluación y premiación (Evento de Clausura):</i> Los 4 equipos harán la última presentación ante los jueces; los ganadores serán anunciados en el evento de clausura, el cual es abierto al público.</p> <p>Los jueces evalúan los planes según los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idea/Concepto: El concepto refleja el enfoque innovador del proyecto. El equipo tiene una comprensión clara del problema que trata de abordar, los motores económicos

	<p>y sociales del modelo, y la viabilidad del concepto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de valor social: El modelo de negocio realiza una contribución sustancial a la solución del problema que trata de abordar y se puede mantener durante un período de tiempo consistente generando el logro del impacto social deseado. • Personas: El equipo tiene o puede obtener en su defecto habilidades específicas, contactos y experiencia. El equipo comunica la idea y su potencial de manera efectiva. • Contexto: Las reglas del juego (políticas regulatorias, impuestos, políticas sociales) son favorables. La necesidad del mercado, el panorama competitivo, y los riesgos potenciales son identificados y manejables. • Recursos: El plan de financiación es moldeable en términos del capital necesario para poner en marcha y operar. Las fuentes de financiación son identificadas y un plan para asegurar la inversión inicial es articulado. • Medición del Desempeño: El plan tiene un enfoque viable para medir los resultados de la organización y proporciona un plan claro para ofrecer un alto rendimiento.
PREMIACIÓN	El concurso otorga \$50.000 dólares al primer lugar, y \$25.000 dólares al segundo lugar.
LUGAR DE LA CLAUSURA	La premiación se lleva a cabo en el Burden Hall, auditorio de <i>Harvard University</i> .
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Talleres</i>: Serie de talleres que cubren temas tales como: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Forma de desarrollar un plan de negocio de empresas sociales ✓ Identificación del mercado para empresas sociales. ✓ Modelos financieros.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pitching y presentación. • <i>Building Teams</i>: En el caso de aquellos estudiantes que no tienen formado el equipo para participar en el concurso, el centro Rock organiza una reunión inicial (<i>Kickoff</i>) para organizarlos de manera que el equipo quede conformado de personas con diferentes habilidades y atributos. • <i>Seminarios virtuales con egresados emprendedores sociales e inversionistas</i>. • <i>Conferencias de empresas sociales</i>. • <i>Harvard Innovation Lab (i-lab)</i>: desde el 2011 <i>i-lab</i> sirve como recurso para los estudiantes que están interesados en el emprendimiento y la innovación en Harvard. El programa se enfoca en ayudar a los estudiantes a crecer sus nuevas empresas desde cualquier etapa en que se encuentren y cubre todas las disciplinas. • <i>Center For Public Leadership</i>: Desde el 2000 el Centro para el Liderazgo Público ha preparado a sus estudiantes para ejercer el liderazgo en el mundo en respuesta a una rápida expansión de los retos económicos, políticos y sociales. • <i>Proyecto de Ley de Emprendimiento de Harvard</i>: Ofrece de manera gratuita investigación legal y análisis legal en todo el ciclo del proyecto social.
<p>TÉRMINOS DE CONFIDENCIALIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las únicas personas que tendrán acceso a las ideas de negocio son los jueces del concurso y los mentores; Ellos acceden a firmar un acuerdo de confidencialidad y tienen el compromiso de retirarse si presentan algún conflicto de interés con la idea. • Los participantes tienen el derecho de colocar su idea como confidencial o de no mostrar información que consideren privada.

- Si el participante tuvo o tiene algún problema particular con algún juez puede solicitar el cambio, y se le asignará otro.

Fuente Elaboración propia basado en Página web Harvard University

STANDFORD UNIVERSITY



HISTORIA Y CONTEXTO

Leland Stanford Junior University, conocida como *Stanford University*, se encuentra ubicada entre San Francisco y San José, en el corazón de Silicon Valley de California. Es una de las principales universidades de enseñanza e investigación del mundo, reconocida además por su enfoque emprendedor. Desde su apertura en 1891, Stanford se ha dedicado a la búsqueda de soluciones a grandes desafíos y a la preparación de sus estudiantes para el liderazgo, en un mundo complejo. Fue fundada por el entonces gobernador de California, Leland Stanford y su esposa Jane Stanford en honor a su hijo Leland Stanford Junior.

La misión de Stanford es preparar a los jóvenes para su éxito profesional y personal, de forma que contribuyan a la prosperidad de la sociedad.

La oferta académica comprende un gran número de programas de pregrado y posgrado así como programas para ejecutivos. Cuenta con 7 escuelas, 7.018 estudiantes de pregrado y 9.118 estudiantes de posgrado. La investigación es un área primordial en Stanford, por ende se destina un presupuesto de \$1.330.000.000 de dólares para su desarrollo.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

STANFORD ENTREPRENEURSHIP NETWORK -SEN-

El ecosistema emprendedor de Stanford es rico y diverso, con profundos vínculos con Silicon Valley y regiones de todo el mundo. Como tal, la actividad empresarial de la universidad está descentralizada y florece gracias al trabajo de los estudiantes, profesores y personal involucrado en los eventos e iniciativas para la comunidad de Stanford.

Uno de los rasgos característicos de Stanford es el espíritu emprendedor presente en todos los ámbitos de la universidad y que contribuyó, en gran medida, a la creación del tejido empresarial de Silicon Valley a partir de proyectos de investigación nacidos en la universidad. En la actualidad, existe un gran número de acuerdos entre Stanford y empresas de base tecnológica situadas en los alrededores, con el objetivo de que los estudiantes lleven a cabo proyectos de investigación en colaboración con las empresas.

Empresas como Google, Yahoo, Cisco Systems, Hewlett-Packard Company, Intuit, Silicon Graphics, y Sun Microsystems tienen su inicio en Stanford.

La Red de Emprendimiento de Stanford (SEN por las iniciales de su nombre en inglés, *Stanford Entrepreneurship Network*) es un grupo de trabajo de programas universitarios y estudiantes, que ofrece oportunidades a la comunidad de Stanford para aprender y explorar diversos aspectos del emprendimiento. Los esfuerzos empresariales en todo el campus de Stanford se coordinan a través del SEN. Este incluye a miembros del Centro de Estudios Empresariales de la Escuela de Negocios, el Programa Stanford de Nuevas Empresas Tecnológicas de la Escuela de Ingeniería, la Oficina de Patentes Tecnológicas, el Proyecto de redes de Silicon Valley, la Facultad de Derecho, BASES, y la Oficina de Relaciones Corporativas de Stanford.

La misión del SEN es apoyar la enseñanza del emprendimiento, la investigación y la colaboración en todo el campus -proporcionando un punto de contacto para toda la iniciativa empresarial-, actividades relacionadas, recursos y oportunidades de redes de trabajo en el campus.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DEL SEN

<p>Escuela de Posgrado de Negocios (GSB)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Center for Entrepreneurial Studies (CES)</i> • <i>Center for Social Innovation (CSI)</i> • <i>Stanford Institute for Innovation in Developing Economies (SEED)</i> • <i>Stanford Program on Regions of Innovation and Entrepreneurship (SPRIE)</i>
<p>Escuela de Ingeniería (SOE)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Asia Technology Initiative (ATI)</i> • <i>Epicenter (National Center for Engineering Pathways to Innovation)</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Stanford Institute for Electrical and Electronics Engineering (IEEE)</i> • <i>Stanford Technology Ventures Program (STVP)</i> • <i>US-Asia Technology Management Center (US-ATMC)</i>
Multidisciplinario	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Association of Industry-Minded Stanford Professionals (AIMS)</i> • <i>Cross-disciplinary Healthcare Innovation Partnership at Stanford (CHIPS)</i> • <i>European Entrepreneurship & Innovation</i> • <i>Hasso Plattner Institute of Design (d.school)</i> • <i>Graduate Program in Journalism: Digital Media at Stanford</i> • <i>Stanford mediaX</i> • <i>The Precourt Institute for Energy (PIE)</i> • <i>TomKat Innovation Transfer Program</i>
Grupos de estudiantes	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Asia-Pacific Student Entrepreneurship Society (ASES)</i> • <i>Business Association of Stanford Entrepreneurial Students (BASES)</i> • <i>Graduate School of Business (GSB) Entrepreneur Club</i> • <i>GSB Energy Club</i> • <i>Society for Entrepreneurship in Latin America (SELA)</i> • <i>Stanford Energy Club (SEC)</i> • <i>Stanford Law & Technology Association (SLATA)</i> • <i>Stanford Social Entrepreneurial Students' Association (SENSA)</i> • <i>Stanford Student Space Initiative (Stanford SSI)</i> • <i>Stanford Venture Capital Club (SVCC)</i> • <i>Stanford Women in Business (SWIB)</i> • <i>Stanford Law School Entrepreneurship Club (E-Club)</i>
Transferencia tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Office of Technology Licensing (OTL)</i>

Humanidades	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Stanford Social Innovation Review (SSIR)</i>
Afiliados de Standford	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Stanford Angels & Entrepreneurs (SA&E)</i> • <i>StartX</i>
<i>Stanford Technology Ventures Program (STVP)</i>	<p>STVP acelera la educación empresarial en Stanford y en todo el mundo.</p> <p>El Stanford Technology Ventures Program es el centro de emprendimiento de la escuela de Ingeniería de Stanford, ofrece cursos y programas extracurriculares para los estudiantes de Stanford, crea investigación académica sobre el alto impacto de empresas tecnológicas, y produce una gran y creciente colección de contenidos y experiencias on-line para las personas de todo el mundo.</p>
<i>eCorner Standford University's Entrepreneurship</i>	<p>Es una plataforma virtual que ofrece 3000 videos y podcasts gratuitos sobre emprendimiento e innovación de reconocidos emprendedores, directivos de empresas, políticos y otras personas de gran relevancia.</p>
<i>Epicenter (National Center for Engineering to Innovation)</i>	<p>Epicenter ofrece programas de emprendimiento e innovación para la facultad de ingeniería y estudiantes; se asocia con líderes en el mundo académico y el gobierno para construir una agenda nacional de iniciativas de emprendimiento en la ingeniería; realiza investigaciones sobre modelos de educación superior; acoge clases y recursos en línea; y forma las comunidades emprendedoras en la educación en ingeniería.</p>
<i>Pathways to Innovation Program</i>	<p>Pathways to Innovation Program, es creado y dirigido por Epicentro, está diseñado para ayudar a las instituciones a transformar la experiencia de sus estudiantes de ingeniería, e incorpora la innovación y el emprendimiento en una amplia gama de cursos, fortaleciendo las ofertas extracurriculares.</p>
<i>Graduate School of Business (GSB)</i>	<p>El GBS apoya a la comunidad de estudiantes emprendedores de posgrado de Stanford y</p>

	egresados, en el inicio y crecimiento de empresas perdurables que cambien vidas y cambien el mundo.
<i>Center for Entrepreneurial Studies (CES)</i>	El (CES) asiste a los estudiantes innovadores de posgrado de Stanford a lo largo de su trayectoria empresarial. Este conecta a los estudiantes con los recursos, la comunidad y la experiencia docente de renombre mundial, desmitificando y nutriendo su trayectoria empresarial.
<i>Business Association of Stanford Entrepreneurial Students (BASES)</i>	Es una de las organizaciones de emprendimiento dirigida por estudiantes más reconocida en el mundo, promueve la educación empresarial en la Universidad de Stanford con el fin de capacitar a la próxima generación de emprendedores. Trabaja con estudiantes excepcionales, líderes de opinión y destacados profesores e inversores para unir los mundos de la innovación, la academia y la industria.
SERVICIOS DE BASES	
<i>ETL</i>	Es una serie semanal de conferencias organizadas por BASES y el Programa de Empresas Tecnológicas de Stanford, que reúne líderes de la innovación de los negocios, finanzas, tecnología, educación y filantropía para compartir sus conocimientos con los aspirantes a empresarios de todo el mundo.
<i>Hackspace</i>	Un espacio dirigido a los estudiantes y a la comunidad de Silicon Valley donde se trabaja en equipo y se desarrollan productos y startups.
<i>Profesional Delopment</i>	Se ofrecen eventos y programas con el fin de conectar estudiantes emprendedores y proporcionarles los conocimientos necesarios para iniciar su desarrollo profesional.
<i>Freshman Battalion</i>	Es un programa de inmersión de un año, que recluta a los estudiantes de primer año más emprendedores y brillantes de Stanford para


	participar en el núcleo de BASES mediante concursos, giras de startup y pasantía de primavera de startup.
<i>E-Guide</i>	Se trata de un recurso virtual que muestra las asignaturas, organizaciones y laboratorios de emprendimiento de la universidad de Stanford.
<i>Career fair</i>	Conecta las empresas más innovadoras de Silicon Valley con talentos destacados en ingeniería, negocios y marketing de la Universidad de Stanford.
<i>Startup Lunch</i>	Son una serie de charlas interactivas dadas por los fundadores y altos ejecutivos de las Startup dirigidas a grupos de estudiantes de Stanford.
BASES CHALLENGE	
	<p>BASES Challenge es el concurso anual más antiguo y grande de Stanford; otorga financiación a los aspirantes a empresarios de Stanford, permitiendo que los equipos presenten sus nuevas empresas a líderes de la industria con el fin de recibir una contribución de \$100.000 dólares en premios y oportunidades de desarrollo.</p> <p>Trabaja con empresarios principiantes, estudiantes excepcionales y profesores e inversores destacados con el fin de unir el emprendimiento, la academia y la industria.</p>
OBJETIVO	Inspira, desarrolla y financia startups de Stanford.
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • BASES Challenge Global para emprendimiento de negocios • BASES Challenge Social para emprendimiento social
PARTICIPANTES	Dirigido a estudiantes y egresados de la Universidad de Stanford.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Los equipos de emprendimiento de negocios y emprendimiento social deberán presentar el mismo formulario de registro donde describan su idea.

	<ul style="list-style-type: none"> • Cada equipo debe tener al menos un estudiante (de pregrado o posgrado) o egresado de Stanford para participar. • El equipo debe asistir a la ronda inicial y a la ronda final. • Los equipos pueden subir el Pitch a una plataforma de comunicación de video (Skype, Google +) en la primera ronda de evaluación. • Al menos uno de los integrantes del equipo debe hacer la presentación del Pitch el día de la Final. • Cada equipo será juzgado con un conjunto integral de criterios, por lo cual todos los equipos son elegibles para ganar la categoría “ Mejor nueva empresa global” • Adicionalmente, cada equipo será juzgado de forma separada de acuerdo a dos criterios: Viabilidad global de la empresa e Impacto social de la empresa. • Los equipos mejor calificados en la categoría social, tendrán la oportunidad en la ronda final de hacer de forma separada la presentación del pitch para el premio “Mejor nueva empresa social”. • Los equipos que entran a las dos rondas (Global y Social) de Pitch de la etapa final, tendrán la oportunidad de competir por los dos premios. En caso de que un equipo gana en ambas categorías, sólo se les proporcionará el premio de mayor valor. • Los equipos que superen la primera ronda de Pitch tendrán acceso a programas de desarrollo empresarial y de mentoría, así como la oportunidad de competir en la final.
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • BASES Challenge Kickoff: Es la inauguración del concurso en la cual ganadores de versiones pasadas, aspirantes al concurso y

	<p>profesionales de la industria comparten su entusiasmo por el Bases Challenge.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El equipo debe enviar una descripción de la idea con la que va a competir, a través de la solicitud en línea del concurso. • Ronda de evaluación inicial: En esta ronda los equipos inscritos deben hacer una presentación (Pitch) en vivo de su idea de negocios ante los jurados. En esta etapa se realiza una preselección de las mejores ideas. • Ronda de evaluación final: Los equipos finalistas deben realizar una exhibición pública de sus nuevas empresas. Los finalistas de cada categoría realizan su última presentación en vivo ante el jurado; los ganadores serán anunciados en la ceremonia de premiación del concurso, la cual es pública.
<p style="text-align: center;">PREMIACIÓN</p>	<p>Los premios concedidos en el concurso son gestionados por BASES a través de un vínculo estratégico con importantes empresas que se adhieren al concurso como patrocinadores. Algunos de los patrocinadores son: Microsoft, Samsung, Oracle y Silicon Valley Bank.</p> <p>La premiación tiene las siguientes categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Global <p>Mejor nueva empresa global: US \$20.000 Segundo lugar: US \$15.000 Tercer lugar: US \$10.000</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social <p>Mejor nueva empresa social: US \$20.000 Segundo lugar: US \$15.000 Tercer lugar: US \$10.000</p> <ul style="list-style-type: none"> • Otros <p>US \$10.000 en otras categorías y premios especiales</p>
<p>LUGAR DE LA CLAUSURA</p>	<p>La Final se llevará a cabo en el Centro de Egresados de Arrillaga en el campus de Stanford.</p>

AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • <i>BASES Founds</i>: Es una iniciativa que busca eliminar las limitaciones financieras de los estudiantes que trabajan en sus emprendimientos. Para tener acceso al fondo los estudiantes deben realizar un trabajo legítimo. • <i>Talleres y asesoramiento de oficina</i>: Los equipos que superan la solicitud por escrito y la primera ronda de Pitch tienen acceso a las tutorías y asesorías de desarrollo para perfeccionar las ideas de negocio que presentaran en la final. • Conferencias de emprendedores exitosos: En el marco del concurso se invita a emprendedores exitosos de Stanford para que compartan su experiencia empresarial y brinden pequeñas asesorías.
----------------------------	---

Fuente Elaboración propia basado en Página web Standford University

BABSON COLLEGE	
HISTORIA Y CONTEXTO	
<p><i>Babson College</i> es una institución de educación superior emprendedora, ubicada en Wellesley, Massachusetts, Estados Unidos, creada por el empresario reconocido Roger Babson el 3 de septiembre de 1919.</p> <p>Desde sus inicios Roger Babson se propuso distinguir el instituto de las demás universidades, ofreciendo a sus estudiantes instrucciones en los negocios. El currículo ofrecido por <i>Babson College</i> fue dividido en 4 áreas: prácticas económicas, gestión financiera, psicología de negocios y eficiencia personal (la cual cubre temas como la ética, la higiene personal, y las relaciones interpersonales); este currículo tiene duración de un año, a diferencia de las otras instituciones que tienen duración de cuatro años, y se enfoca más en la experiencia práctica que en las lecturas teóricas.</p>	

La misión de Babson College es educar líderes empresarios que creen gran valor económico y social.

U.S News & World Report 2105, ha catalogado a *Babson College* la institución más emprendedora del mundo. Akio Toyoda, el presidente de Toyota, es egresado de la institución.

En la Actualidad *Babson College* cuenta con 2107 estudiantes de pregrado.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

Babson adopta el principio de que los estudiantes aprenden y se desarrollan mediante sus experiencias a través de sus años de pregrado, tanto en el aula como en toda la comunidad. Este enfoque de aprendizaje se centra en el desarrollo de destrezas y habilidades que preparen a los estudiantes para sus vidas profesionales; en igual medida, tiene como objetivo retar e influir en el crecimiento personal de sus alumnos, la comprensión de sí mismos, la aceptación de su responsabilidad con la comunidad, y la valoración de diversos puntos de vista. A través de este enfoque, Babson se esfuerza por crear un ambiente de aprendizaje y de vida que anima a los estudiantes a convertirse en individuos maduros y líderes de éxito en los negocios y la comunidad.

ENTREPRENEURIAL THOUGHT AND ACTION

Actúa, Aprende, Construye: Use el emprendimiento como una manera de ver el mundo y no solo para resolver problemas empresariales.



THE ARTHUR BLANK CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP

Desde 1998 *The Arthur Blank Center for Entrepreneurship* es el eje central del emprendimiento en Babson.

El centro se enfoca en expandir la práctica del emprendimiento a través de programas curriculares e iniciativas de investigación colaborativas globales que inspiran e informan el pensamiento y la acción empresarial (*Entrepreneurial Thought and Action*).

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DEL ARTHUR BLANK CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP

<p><i>Entrepreneurship Faculty</i></p>	<p>La filosofía de enseñanza de la facultad consiste en enlazar el programa ofrecido por un académico y la experiencia de un empresario, de manera que el estudiante tenga un balance de lo teórico con la aplicación en la vida real.</p>
<p><i>Babson College Entrepreneurship Research Conference</i></p>	<p>La Conferencia de Investigación Empresarial proporciona un espacio dinámico donde académicos y profesionales del mundo real, a través del diálogo, podrán vincular la teoría y la práctica.</p>
<p><i>The Diana Project</i></p>	<p>The Diana Project involucra actividades de investigación, foros y becas, cuyos epicentros son las mujeres empresarias y su crecimiento.</p>
<p><i>Successful Transgenerational Entrepreneurship Practices (STEP)</i></p>	<p>Fundada en 2005 por el Babson College en colaboración con seis filiales académicas de Europa, el Proyecto STEP es una iniciativa global de investigación aplicada, que explora el proceso emprendedor dentro de las familias empresariales y genera soluciones con aplicación inmediata.</p>
<p><i>Global Entrepreneurship Monitor (GEM)</i></p>	<p>GEM fue fundado en 1999 en un proyecto conjunto de <i>Babson College</i> y <i>London Business School</i>. GEM es el más grande y desarrollado programa de investigación en emprendimiento en el mundo y a diferencia de otros programas, compara y estudia el comportamiento de los individuos con respecto a la creación y la gestión de empresas.</p>
<p><i>The John E. And Alice L. Butler Venture Accelerator</i></p>	<p>Suministra un ecosistema donde los participantes viven y respiran el</p>

	emprendimiento. La aceleradora proporciona un amplio espacio de trabajo, programas de tutoría por pares, asesores expertos y otros recursos valiosos.
<i>Summer Venture Program</i>	Es una experiencia intensiva de 10 semanas diseñada para acelerar el desarrollo de los emprendimientos de los estudiantes.
<i>Clubs And Leadership</i>	Con más de 115 clubes de estudiantes y organizaciones en el campus, Babson fomenta un entorno que faculta el deseo de co-crear experiencias en asociación con otros.
<i>Events And Activities</i>	Muchos de los eventos y actividades que tienen lugar en el campus son iniciados y diseñados por los estudiantes, lo que les permite una oportunidad inmediata de aplicar y practicar el liderazgo empresarial.
<i>Price-Babson Symposium For Entrepreneurship Educators (SEE)</i>	SEE está dirigida a aquellos que tratan de aprender las mejores prácticas para la enseñanza del espíritu empresarial.
<i>Rocket Pitch</i>	Es un evento anual donde alumnos y egresados de pregrado y de posgrado presentan el pitch de sus ideas de negocio a una gran audiencia de estudiantes, facultades, emprendedores e inversores. Cada emprendedor tiene 3 minutos para presentar los elementos diferenciadores de sus ideas de negocio.
B.E.T.A. CHALLENGE	
DESCRIPCIÓN	Es un concurso de emprendimiento que reconoce los mayores logros empresariales alcanzados implementando el programa <i>Entrepreneurial Thought And Action</i> . El concurso se realiza una vez al año.
OBJETIVO	Reconocer los principales hitos que cada negocio ha logrado hasta la fecha y la credibilidad de sus metas futuras.
PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> Estudiantes de pregrado o posgrado de Babson College

	<ul style="list-style-type: none"> • Egresados de Babson College • Integrantes de John E. and Alice L. Butler Venture Accelerator
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>B.E.T.A. CHALLENGE</i> para estudiantes de pregrado. • <i>B.E.T.A. CHALLENGE</i> para estudiantes de posgrado. • <i>B.E.T.A. CHALLENGE</i> para egresados de posgrado.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los estudiantes que apliquen al concurso deben tener buen rendimiento académico. • Los participantes deben entregar un registro de sus notas y de sus registros disciplinarios. • Los egresados que estén aplicando a ser evaluadores en el concurso, no podrán ser participantes. • Los finalistas de versiones anteriores del concurso no podrán participar. • La participación es individual o en equipo. • Los estudiantes que participen deben tener patrocinador de la facultad • Los egresados que participen pueden o no, tener un patrocinador. • Requisitos del patrocinador: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Debe estar dispuesto a revisar y dar su opinión sobre el emprendimiento antes de la presentación. ✓ Debe ser miembro activo de la facultad. ✓ Debe estar familiarizado con los estudiantes. ✓ Debe dar permiso a los organizadores del concurso para contactarlo. • La facultad, el Staff, los mentores y los patrocinadores no pueden realizar inversión financiera, aceptar equidad o compensación, o remuneración de ningún tipo.

ETAPAS

- *Primera Etapa:* Los participantes deben subir a la página web del concurso el resumen ejecutivo (máximo dos páginas) y las diapositivas del emprendimiento que deberán tener:
 - ✓ Descripción de la empresa
 - ✓ Industria representada
 - ✓ Mercado objetivo
 - ✓ Propuesta de valor
 - ✓ Historial del equipo de trabajo
 - ✓ Funciones del equipo de trabajo
 - ✓ Hitos completados a la fecha
 - ✓ Línea de tiempo con las metas estipuladas
- *Segunda etapa:* los evaluadores (Egresados de Babson) revisan y asignan puntuación al material subido a la página web. Los seis mejores pasarán a la semifinal.
- *Tercera etapa:* los semifinalistas subirán a la página web material audiovisual del emprendimiento, actualizarán el resumen ejecutivo y responderán un cuestionario.
- *Cuarta etapa:* Los semifinalistas tendrán la oportunidad de interactuar con los miembros de la comunidad. Cada semifinalista tendrá un stand, el cual usará para presentar su emprendimiento. Los miembros de la comunidad podrán votar por los emprendimientos que quieran ver en la final. Los semifinalistas tendrán un minuto para presentar su pitch a un panel de jueces. En esta etapa se determinarán los 3 finalistas de cada categoría.
- *Quinta etapa:* Los finalistas deberán presentar su pitch al panel de jueces en un minuto; luego de esto los ganadores de cada categoría serán anunciados.

PREMIACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • \$20.000 dólares para el ganador de cada categoría. • \$2.500 dólares para el segundo lugar de cada categoría. • \$2.500 dólares para tercer lugar de cada categoría. • Los premios son para los emprendimientos, no para las personas.
LUGAR DE LA CLAUSURA	<i>Arthur Blank Center For Entrepreneurship</i>
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • Accesoria de los patrocinadores de la facultades

Fuente Elaboración propia basado en Página web Babson College.

MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY	
HISTORIA Y CONTEXTO	
<p><i>Massachusetts Institute of Technology (MIT)</i> es una universidad ubicada en el estado de Massachusetts, Estados Unidos. Fue constituida el 10 de abril de 1861 por el geólogo Willam Barton Rogers.</p> <p>La misión del MIT es avanzar en el conocimiento y la educación de los estudiantes en la ciencia, tecnología y otras áreas que le sirvan a la nación y al mundo. MIT se dedica a proporcionar a sus estudiantes una educación que combina el estudio académico riguroso y la emoción del descubrimiento, con el apoyo y la estimulación intelectual de una comunidad diversa.</p> <p>EL MIT tiene 5 escuelas (<i>MIT School of Science, MIT School of Engineering, MIT Sloan School of Management, MIT School of Humanities, Arts, and Social Sciences</i>) y una facultad (<i>Whitaker College of Health Sciences and Technology</i>). Actualmente cuenta con 4.512 estudiantes de pregrado y 6.807 estudiantes de posgrado. Su comunidad ha recibido 80 premios Nobel y ha sido catalogada como la mejor universidad del mundo según QS World University Rankings.</p>	
ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO	
<p>El énfasis del MIT <i>mens et manus</i>, mente y manos, es infundida en el currículo de emprendimiento, y aplica la metodología <i>aprender haciendo</i>.</p>	

MARTIN TRUST CENTER FOR MIT ENTREPRENEURSHIP

The Martin Trust Center For MIT Entrepreneurship suministra la experticia, el apoyo y las conexiones necesarias para que los estudiantes del MIT se conviertan en empresarios exitosos.

•El centro provee educación de alta calidad.

Estandar de rigor y excelencia

•El centro de emprendimiento trabaja de cerca con otros departamentos, laboratorios, centros y grupos del MIT.

Colaboración

•A través de los cursos, los programas y los asesoramientos ofrecidos, combinan una amplia gama de perspectivas criticas.

Diversidad

•Cada año se crean nuevos programas y actividades.

Experimentación

•Ni el centro ni la facultad toman ventaja de las nuevas empresas que asisten. Su único objetivo es el éxito empresarial del estudiante a largo plazo.

Intermediario honesto

•En todos los cursos y actividades, se opera con un modelo híbrido que fusiona perspectivas teoricas y practicas.

Mens et Manus

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO OFRECIDOS POR MARTIN TRUST CENTER FOR MIT ENTREPRENEURSHIP

MIT Global Founders' Skills Accelerator (MIT GFSA)

MIT FGSA es la aceleradora del MIT. Se enfoca en dar empoderamiento a los estudiantes para que construyan empresas innovadoras, que generen impacto y cambien el mundo. La aceleradora ayuda a los estudiantes a identificar su *beachhead market*⁶⁹,

⁶⁹ Es el segmento de mercado dominado donde se tendrán la fuerza (capital) para atacar mercados adyacentes con productos similares.

	construir el producto adecuado y asegurar sus clientes y aliados iniciales.
Jackson W. Goss Fellows Program	<i>The Jackson W. Goss Fellows Program</i> es una experiencia de 7 meses que combina el aprendizaje académico con la experiencia. El programa prepara a estudiantes del MIT en la creación, presentación y crecimiento exitoso de empresas de alto impacto.
t=0 Festival of Innovation and Entrepreneurship	Es un evento donde clubs de estudiantes, start-ups, organizaciones, y laboratorios, exponen los proyectos emprendedores más vanguardistas a la comunidad estudiantil.
StartIAP	Es programa mini-acelerador de 4 semanas. Los equipos participan el talleres prácticos sobre temas relacionados con su emprendimiento, tales como, gestión ágil de productos, responsabilidades legales y recaudación de fondos.
Student Clubs and Initiatives	<p>El MIT tiene acerca de 20 clubs e iniciativas con enfoque en emprendimiento. <i>The Martin Trust Center</i> provee asesoramiento programado a estos clubs.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ MIT \$100K Entrepreneurship Competition ✓ MIT Clean Energy Prize (CEP) ✓ Discover Entrepreneurship and Leadership (DEAL) ✓ Freshman Pre-Orientation Program (FPOP) ✓ The MIT Entrepreneurs Club (E-Club) ✓ MIT Entrepreneurship Review (MITER) ✓ MIT Global Startup Workshop (GSW)

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacking Arts Hacking Medicine MIT-China Innovation and Entrepreneurship Forum (MIT-CHIEF) ✓ MIT Sloan Entrepreneurs for International Development (SEID) ✓ MIT Sloan Entrepreneurship & Innovation Club ✓ StartLabs ✓ MIT Venture Capital and Private Equity Club ✓ VentureShips Club ✓ The Do Innovation Team at MIT ✓ MIT Energy Club ✓ MIT Energy Club at Sloan ✓ MIT Sloan Business Club ✓ MIT Sloan Data Analytics Club ✓ MIT Sloan Healthcare Club ✓ MIT Sloan Sales Club ✓ MIT Sloan Tech Club ✓ MIT Sloan Women in Management (SWIM) ✓ TechX TechLink ✓ MIT Water Club
<p><i>Sloan New Ventures Association</i></p>	<p>Es la asociación de nuevas empresas de la escuela de negocios del MIT. (<i>MIT Sloan Management</i>)</p>
<p><i>Entrepreneurs Club</i></p>	<p>Es un club académico de emprendimiento que se centra en desarrollar tópicos de la ciencia, ingeniería y creación de empresas de base tecnológica.</p>
<p><i>MIT Technology Licensing Office (TLO)</i></p>	<p>Su misión es incentivar la inversión comercial en el desarrollo de invenciones y descubrimientos, ayudando paralelamente a los inventores del MIT en la protección de sus tecnologías, y en la concesión de licencias de esas tecnologías a compañías existentes y start-ups.</p>

MIT Venture Mentoring Service (VMS)	Suministra un extenso y estructurado servicio de mentoría, a través de una red de ciento de mentores cualificados, la mayoría de los cuales son egresados.
MIT \$100K ENTREPRENEURSHIP COMPETITION	
DESCRIPCIÓN	En 1989 <i>Entrepreneurs Club</i> y <i>Sloan New Ventures Association</i> trabajaron conjuntamente en la creación de uno de las mayores competencias de planes de negocio del mundo, <i>The MIT Entrepreneurship Competition</i> . La competencia consta de 3 concursos independientes y sucesivos, <i>Pitch</i> , <i>Accelerate</i> y <i>Launch</i> .
OBJETIVO	Apoyar a estudiantes e investigadores de la comunidad del MIT para que muestren sus ideas de negocios y las conviertan en las empresas líderes del mañana.
PARTICIPANTES	Estudiantes de MIT y otras universidades.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • La participación es la competencia es gratuita. • Las postulaciones pueden realizarse individual o en equipo. • Cada equipo debe postular una idea de negocio. • Cada equipo debe tener por los menos un estudiante matriculado en el MIT. • Pueden participar estudiantes de pregrado, posgrado y candidatos a Posdoctorado. • Los equipos deben participar en los eventos de la competencia. • Un estudiante no puede participar en dos equipos. • Las ideas de negocio postuladas deben ser de autoría del equipo. • Los equipos deben mostrar cualquier tipo de financiación que tenga la idea

	<p>al momento de registrarse en la competencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los equipos no deben haber recibido financiación por parte de la universidad • Los equipos no deben haber recibido financiación de entidades no institucionales (familia, amigos, concursos, préstamos bancarios) mayores a los \$150.000 dólares.
<p>ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Concurso Pitch:</i> El concurso de pitch es acerca de desarrollar y mostrar la idea de negocios. Los equipos tienen 60 segundos para mostrar su pitch a los jueces. <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Primera etapa:</i> Los equipos registran la presentación con su pitch y reciben retroalimentación inmediata de los jueces. ✓ <i>Segunda etapa:</i> Las mejores ideas pasan a las semifinales y exponen su pitch ante la comunidad del MIT y ante los jueces; en ese momento reciben mentoría legal y empresarial. Se adjudican \$1.000 dólares a cada equipo. ✓ <i>Tercera etapa:</i> Los tres mejores equipos elegidos por los jueces, son premiados: \$5.000 dólares al ganador, \$2.000 dólares al segundo lugar y \$2.000 dólares al tercer lugar. Entregan un premio adicional de \$1.000 dólares al equipo elegido por la audiencia.

- **Concurso Accelerate:** El concurso tiene como objetivo convertir la idea de negocio en realidad. Los equipos trabajan en la creación de un prototipo de la idea de negocios.
 - ✓ **Primera etapa:** Los equipos deben responder un cuestionario acerca de su idea de negocio y acerca el prototipo. Luego de la revisión de los jueces, reciben retroalimentación y son seleccionadas las mejores ideas.
 - ✓ **Segunda etapa:** Los equipos semifinalistas presentan su pitch, sus objetivos y el presupuesto que necesitan para desarrollar el prototipo. En esta etapa reciben mentoría legal y empresarial, y retroalimentación por parte de los jueces. Se adjudican \$1.000 dólares a cada equipo para el desarrollo del prototipo.
 - ✓ **Tercera etapa:** Los equipos finalistas presentan el pitch junto con su prototipo a una gran audiencia y a los jueces. El mejor equipo recibe un premio de \$10.000 dólares y el equipo elegido por la audiencia recibe \$2.000 dólares.
- **Concurso Lunch:** Es un concurso de plan de negocios, donde los equipos compiten para planificar, generar prototipos, y preparar su empresa para el mercado.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Primera etapa:</i> los participantes diligencian el formulario de participación con su idea de negocio y reciben retroalimentación de los jueces. En esta etapa se le eligen las 55 mejores ideas. ✓ <i>Segunda etapa:</i> Los 55 equipos semifinalistas reciben mentoría legal y empresarial, invitación a eventos de emprendimiento y retroalimentación de los jueces. Se adjudican \$1.000 dólares a cada equipo para el desarrollo del prototipo y del plan de negocios. ✓ <i>Tercera etapa:</i> Los planes de negocio son revisados. Los participantes finalistas deben presentar su pitch ante los jueces y ante una gran audiencia. El mejor equipo recibe un premio de \$100.000 dólares y el segundo lugar recibe un premio de \$15.000 dólares para el desarrollo de su idea de negocios. <p><i>*Los ganadores del concurso Pitch y el concurso Accelerate, tendrán un lugar asegurado en la semifinal del concurso Lunch.</i></p> <p><i>*Para participar en el concurso Lunch no es necesario haber participado en los concursos Pitch y Accelerate.</i></p>
PREMIACIÓN	Los premios serán distribuidos equitativamente entre los miembros del equipo.

TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	Las únicas personas que tendrán acceso a los planes de negocio son los jueces del concurso y los mentores; Ellos acceden a firmar un acuerdo de confidencialidad y tienen el compromiso de retirarse si presentan algún conflicto de interés con la idea.
AYUDAS DEL CONCURSO	Las ayudas de cada concurso están descritas en cada etapa.

Fuente Elaboración propia basado en Página web, MIT

IMPERIAL COLLEGE LONDON	
HISTORIA Y CONTEXTO	
<p>El <i>Imperial College London</i> es una universidad de prestigio internacional, reconocida por sus excelentes metodologías de enseñanza e investigación. Está ubicada en el Corazón de Londres y es un espacio multidisciplinar para la educación, la investigación, la innovación y el emprendimiento.</p> <p>El <i>Imperial College London</i> fue fundado en el año 1907, con la unión del <i>City and Guilds College</i>, la <i>Royal School of Mines</i> y el <i>Royal College of Science</i> (todos ellos fundados entre 1845 y 1878). Estas entidades continuaron existiendo como escuelas de la universidad.</p> <p>La misión de la Universidad es lograr excelencia perdurable en la investigación y la educación de la ciencia, la ingeniería, la medicina y los negocios, con el objetivo de alcanzar beneficio en la sociedad.</p> <p>La Universidad cuenta con 4 facultades principales: Facultad de Ingeniería, Facultad de medicina, Facultad de Ciencias Naturales y La Escuela de Negocios. <i>Imperial College London</i> es catalogada como la tercera mejor universidad de Europa y la novena mejor universidad del mundo según <i>The Times Higher Education World University Rankings 2014-15</i>. Actualmente tiene 16.000 estudiantes matriculados en los programas de pregrado y posgrado.</p>	

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

IMPERIAL COLLEGE BUSINESS SCHOOL

Imperial College Business School inspira a las mejores mentes a convertirse en los líderes empresarios del futuro.

La Escuela proporciona el ambiente adecuado para fomentar el pensamiento innovador y emprendedor, dando lugar a ideas innovadoras que abren oportunidades de negocio.

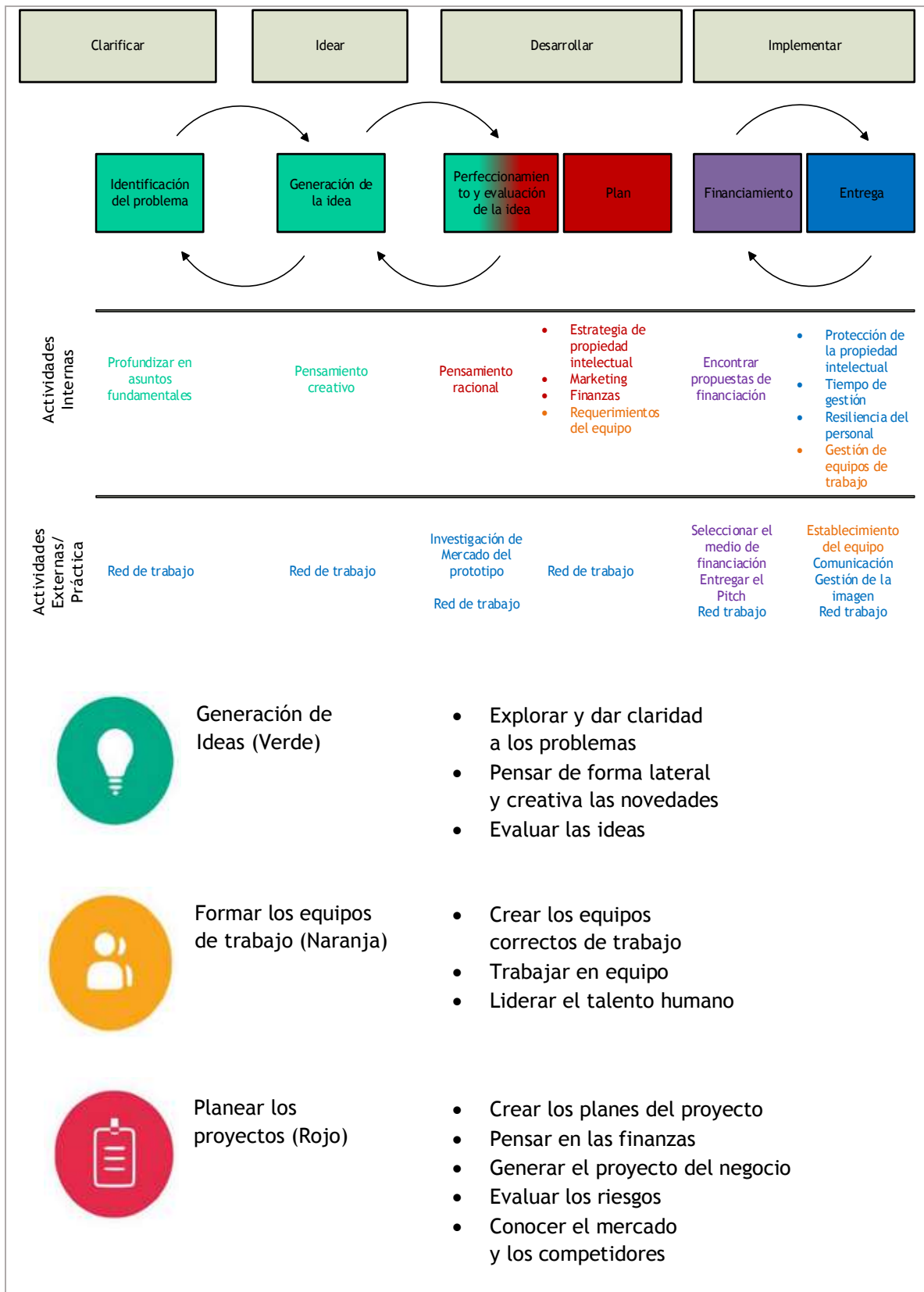
MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DEL *IMPERIAL COLLEGE BUSINESS SCHOOL*

- ***The Enterprise and Entrepreneurship Project (EE Project)***

EE Project es una iniciativa de dos años organizada por el Postdoc Development Centre y El Graduate School Project, que ofrece formación profesional, y promueve oportunidades de desarrollo, a los estudiantes de Doctorado, Postdoctorado y becarios en el campo empresarial y de emprendimiento.

EE Project ayuda a la construcción de la red de contactos profesionales, la generación de ideas innovadoras y la identificación de nuevas oportunidades.

EE Project utiliza un modelo de enseñanza basado en la Innovación que no solo permite la generación de ideas de negocio sino que se asegura de su puesta en marcha e impacto social.





Financiación
(Morado)

- Entender a la audiencia
- Escribir el plan de negocio
- Pitching del plan de negocio



Entregar
Resultados
(Azul)

- Demostrar el éxito
- Identificar la propiedad intelectual
- Gestionar los tiempos
- Comunicarse con los grupos de interés (*stakeholders*).
- Gestionar las finanzas



Habilidades que abarcan varios temas

- Tener una mentalidad empresarial
- Detectar la oportunidad adecuada
- Manejar su imagen
- Desarrollar resiliencia
- Entender la innovación como un proceso

Department of Innovation and Entrepreneurship

Las actividades de investigación en el Departamento de Innovación y Emprendimiento entregan una visión única de la innovación, el emprendimiento, la gestión de la tecnología y las tecnologías digitales. El departamento cuenta con proyectos de investigación valorizados en £ 25 millones de libras esterlinas.

Rajiv Gandhi Centre for Innovation & Entrepreneurship

El Centro de Innovación y Emprendimiento Rajiv Gandhi actúa como catalizador principal para la vinculación de la innovación y el emprendimiento dentro, y entre, las

	empresas e instituciones a nivel mundial y de la India.
<i>The Entrepreneurship Journey</i>	La Jornada de Emprendimiento es un módulo opcional que se puede tomar en lugar de una electiva en cualquier programa de posgrado. Se trata de una experiencia empresarial en vivo que ofrece una visión de los retos de la introducción de productos y servicios al mercado.
<i>Thinkspace</i>	La incubadora de negocios <i>Thinkspace</i> trabaja con pequeñas y grandes empresas, proporcionándoles espacios innovadores de alta calidad.
<i>Imperial College Business School's Entrepreneurship Hub</i>	<i>Entrepreneurship Hub</i> es el centro de emprendimiento del <i>Imperial College London</i> , su objetivo es traducir las ideas desarrolladas por la comunidad académica, en guías y herramientas prácticas que les servirán a los emprendedores y empresarios a activar las áreas de innovación, emprendimiento y diseño. <i>Entrepreneurship Hub</i> tiene como objetivo mejorar la cultura empresarial en el <i>Imperial College London</i> , dando a los estudiantes la oportunidad de explorar ideas emprendedoras y desarrollar habilidades empresariales prácticas.
SERVICIOS DE ENTREPRENEURSHIP HUB	
<i>Innovation, Entrepreneurship & Design Projects</i>	<i>IE&D Projects</i> es el módulo práctico de la Escuela de Negocios del <i>Imperial College London</i> y es incorporado específicamente en el programa de MBA. Operando como parte de un equipo multidisciplinario, los estudiantes de pregrado podrán trabajar con estudiantes destacados del MBA y diseñadores, en el desarrollo de su idea. Los estudiantes trabajan en su idea en talleres prácticos de 3 meses, donde reciben

	consejos y guías, de académicos y entrenadores profesionales.
<i>IE&D Toolbox For New Business</i>	<i>IE&D Toolbox For New Business</i> ayuda a los estudiantes en su trayectoria empresarial, detallando los pasos para llevar a cabo el desarrollo de una nueva idea de negocio y proporcionando recursos y asesoramiento en cada etapa del emprendimiento.
<i>The Innovation, Entrepreneurship & Design Fellow's Programme</i>	<i>The Innovation, Entrepreneurship & Design Fellow's Programme</i> es un taller de un día diseñado para optimizar las habilidades empresariales de los estudiantes. El curso empieza con ejercicios de autoevaluación y se centra en aprender y practicar de forma rápida como la inteligencia emocional y los cambios de comportamiento influyen para lograr el éxito empresarial sostenido.
<i>Best Practice In Innovation, Entrepreneurship & Design</i>	Es una serie de conferencias anuales donde académicos y científicos muestran sus resultados de investigación en materia de emprendimiento e innovación.
<i>IE&D Bootcamps</i>	<i>IE&D Bootcamps</i> es un programa dirigido a empresas que desean obtener entrenamiento intensivo en intraemprendimiento.
I&E START! CHALLENGE	
DESCRIPCIÓN	<i>I&E Start Challenge</i> es un concurso de planes de negocio ofrecido por el <i>Imperial College London</i> y organizado por su centro de emprendimiento <i>Entrepreneurship Hub</i> . El concurso se lleva a cabo en la Universidad desde el año 2009, y ofrece al mejor plan de negocio 10.000 libras esterlinas.
OBJETIVO	Ayudar a los estudiantes a desarrollar sus ideas de negocios de forma innovadora.
PARTICIPANTES	El concurso está abierto a todos los estudiantes de la Escuela de Negocios.

<p style="text-align: center;">REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe participar en equipo • El equipo debe tener mínimo 3 integrantes. • El 50% del equipo debe estar matriculado en el <i>Imperial College London</i>. • El equipo debe nombrar un líder, el cual los representará durante todo el concurso. • El premio se entregará a nombre del líder del equipo.
<p style="text-align: center;">ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Los equipos deben enviar un correo electrónico confirmando su participación en el concurso. En el correo deben colocar los nombres de los integrantes, el nombre del equipo y la idea de negocio. • <i>Segunda etapa:</i> Los equipos deben subir su pitch y el resumen ejecutivo de su plan de negocios a la plataforma web del concurso. El pitch debe tener una duración máxima de 5 minutos y el resumen debe tener máximo 300 palabras. En esta etapa se realiza la primera preselección. • <i>Tercera etapa:</i> Los equipos semifinalistas presentarán su pitch a puerta cerrada a un panel de jueces profesionales. El pitch debe durar 15 minutos. Habrá una sesión de preguntas y respuestas por parte de los jueces de 10 minutos. En esta etapa se seleccionan los 3 semifinalistas. • <i>Cuarta etapa:</i> Los 3 equipos semifinalistas presentarán su pitch ante una audiencia en vivo al estilo de <i>Dragon's Den</i>⁷⁰. Los

⁷⁰ Dragons' Den is un reality de televisión que muestra a emprendedores del Reino Unido presentar su pitching a una mesa de jurados formados por inversionistas de renombre, con el objetivo de obtener capital para expandir o desarrollar su empresa a cambio de una parte de esta.

	jueces de esta etapa son diferentes a la etapa anterior. El pitch debe tener una duración máxima de 7 minutos. En esta etapa se selecciona el equipo ganador.
PREMIACIÓN	<p>El concurso otorga 10.000 libras esterlinas al equipo ganador. El premio se entregará en forma de cheque. La escuela de Negocios no se responsabilizará por cualquier disputa en el equipo.</p> <p>Criterios de elección del equipo ganador:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de valor del mercado de la oportunidad de negocio • Ventaja competitiva del producto y del modelo de negocios • Habilidad y aptitud del equipo • Conciencia del potencial de la empresa
LUGAR DE LA CLAUSURA	<i>Entrepreneurship HUB</i>
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los participantes del concurso reciben retroalimentación de los jueces • <i>Pitching</i>: Los participantes podrán acceder a una serie de guías en la página web del concurso, para presentar su pitching de forma correcta. • <i>Innovation, Entrepreneurship & Design Projects</i>: Los equipos podrán participar en el concurso con la idea de negocio desarrollada en el programa, siempre y cuando obtengan autorización confirmada del líder del proyecto o alguna persona que tenga derecho sobre la propiedad intelectual de la idea.
TÉRMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	Las únicas personas que tendrán acceso planes de negocio son los jueces del concurso y los mentores.

Fuente Elaboración propia basado en Página web Imperial College London

HISTORIA Y CONTEXTO

La Universitat de Barcelona es la principal universidad pública de Cataluña, fue fundada en 1450 por el rey Alfonso el Magnánimo y se encuentra ubicada en la ciudad de Barcelona. La misión de la UB es la presentación del servicio público (de calidad) de la enseñanza superior, principalmente por medio del estudio, la docencia, la investigación y la gestión eficaz de la transparencia del conocimiento.

Es la mejor universidad de España según el ranking *QS World University Rankings* y se posiciona entre las 200 mejores universidades a nivel mundial. Es reconocida como el principal centro de investigación universitario de España y uno de los más importantes de Europa, tanto por el número de programas de investigación como por la excelencia lograda en este campo. Cuenta con 19 facultades y escuelas, 64.819 estudiantes y 1.545 programa académicos, convirtiéndola en la universidad con mayor número de estudiantes y la más amplia y completa oferta formativa.

La Universitat de Barcelona considera la calidad en la docencia uno de sus objetivos prioritarios, por ello trabaja por la mejora continua, dando impulso y apoyo a la innovación docente y estimulando actividades de intercambio de docentes.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

La visión de la *Universitat de Barcelona* en términos de emprendimiento es la de sobresalir impulsando y apoyando las iniciativas emprendedoras. Por ello busca potenciar sus capacidades en el campo de la formación, la promoción del emprendimiento, así como en la orientación y el acompañamiento de las iniciativas emprendedoras del profesorado, investigadores, estudiantes y egresados. El emprendimiento en la *Universitat de Barcelona* tiene la colaboración de un conjunto de personas reconocidas, que comparten los objetivos de sobresalir en emprendimiento, en todas sus vertientes y dimensiones, como una de las herramientas de conexión entre universidad y sociedad, en beneficio de ciudadanos de su entorno.

<p style="text-align: center;">Grupo UB</p>	<p>El <i>Grupo Universitat de Barcelona</i> se configura como un grupo de entidades con autonomía jurídica y patrimonial, bajo la dirección de la Universidad de Barcelona. A través de estos entes, la UB cumple sus estrategias en los diversos campos del conocimiento y desarrolla determinadas políticas para hacer efectiva la transferencia de conocimiento a la sociedad a la cual sirve, garantizando la coherencia y las sinergias más adecuadas. Las entidades que conforman el Grupo UB son <i>Fundación Bosch i Gimpera, Cultura Innovadora y Científica, Fundación Parque Científico de Barcelona, Fundación Instituto de Formación Continua (IL 3-UB), Fundación Josep Finestres, Fundación Solidaritat UB</i></p>
<p style="text-align: center;">La Fundació Bosch i Gimpera (FBG)</p>	<p>La FBG centra su actividad en la promoción y gestión de la transferencia de conocimiento y tecnología que se genera en la Universidad de Barcelona. Su objetivo es conseguir que las capacidades científico-técnicas y los resultados de la investigación generados en la UB lleguen al mercado a través de contratos de I + D + i, de consultoría y servicios, o bien sea a través de la protección, valorización y licencia de patentes o de creación de nuevas empresas basadas en el conocimiento.</p>
<p style="text-align: center;">Alumnes Universitat de Barcelona</p>	<p>Es la asociación oficial de egresados de la UB y busca establecer una relación sólida entre la <i>Universitat de Barcelona</i>, proporcionando a sus asociados un espacio de servicios y de intercambio de conocimiento, relaciones, oportunidades, crecimiento profesional y ventajas.</p> <p>En el marco del emprendimiento, el Punto de Información y Asesoramiento en Creación de Empresas Sociales de Alumni UB tiene como misión la de estimular la vocación emprendedora</p>

	<p>en los graduados y postgraduados de la <i>Universitat de Barcelona</i>, y, al mismo tiempo, poner a su disposición herramientas útiles para su futuro profesional trabajando por cuenta propio, ofreciendo al mismo tiempo un valor añadido y tangible a la sociedad de la que forma parte.</p>
<p><i>Emprenedoria Social UB</i></p>	<p>El servicio de emprendimiento social del Comisionado del Rector para Participación, Empleabilidad y Emprendimiento Social de la <i>Universitat de Barcelona</i> está abierto a cualquier persona joven -entre 18 y 35 años- que forme o haya formado parte de la comunidad universitaria UB.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Coworking</i> • <i>Incubación</i> • <i>Social Startup Meeting Barcelona</i>
<p style="text-align: center;"><i>Barcelona Institut Emprenedoria (BIE)</i></p> <p>El BIE es una iniciativa de la <i>Universitat de Barcelona</i> y la <i>Fundación Bosch i Gimpera</i> que se encarga de desarrollar, impulsar y promocionar todos los programas y actividades del campo del emprendimiento. El BIE Promueve, apoya y colabora en las iniciativas emprendedoras surgidas de la Universidad de Barcelona, convirtiéndose en el centro de referencia para todo el alumnado, actual y antiguo, y todo el profesorado en la búsqueda de sinergias para mejor uso de los recursos, tanto internos como externos.</p> <p>El BIE actúa a través de 4 áreas que se listan a continuación:</p>	

Apoyo al emprendedor

Fomento del emprendimiento

Relaciones internas en la UB

Relaciones externas con las organizaciones y las empresas

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DEL BIE

Asesoramiento y apoyo a la creación de empresas

El objetivo del asesoramiento es dinamizar en materia de innovación tecnológica, las empresas y los centros de investigación de la Universidad, así como fomentar y catalizar las relaciones entre ellos en materia de investigación y desarrollo tecnológico, mediante la promoción de proyectos en colaboración, la difusión de los recursos tecnológicos y científicos entre el sector empresarial, la transferencia de tecnología y la creación de empresas de base tecnológica (EBT). Para el asesoramiento en materia de transferencia tecnológica se ha hecho una alianza con la *Fundació Bosch i Gimpera (FBG)*.

- Información sobre los requisitos para abrir una empresa.
- Talleres en competencias emprendedoras: negociación, creatividad, comunicación, etc.
- Asistencia en la confección del plan de negocio.
- Análisis de la viabilidad del proyecto.
- Búsqueda de socios para colaborar en la puesta en marcha del proyecto.

	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación y guía en la búsqueda de subvenciones, ayudas y líneas de financiación favorables al proyecto.
<p>Programa de Mentoría BIE-Mentoring</p>	<p>Con el objetivo de favorecer la creación y el crecimiento de iniciativas emprendedoras de la comunidad UB, el BIE crea el Programa de Mentorías dirigido a jóvenes emprendedores. Expertos destacados y con trayectorias reconocidas asesoran y orientan durante seis meses los proyectos que participan.</p>
<p>Recursos y actividades disponibles para los emprendedores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Financiación • Asesoramiento • Formación y sesiones divulgativas dentro del grupo UB • Ayudas y premios para emprendedores • Espacios de co-working • Plataformas de formación para emprendedores • Concurso de ideas
<p><i>Social Start-up Meeting</i></p>	<p>El Social Start-up Meeting es un encuentro de un fin de semana en el que intervienen personas con diferentes perfiles profesionales (programación, diseño, marketing, desarrollo de productos, etc.), emprendedores con inquietudes sociales. Tiene por objetivo fomentar iniciativas emprendedoras sociales cooperativas, de base social, tecnológica, medio ambiental, cultural, etc, que se puedan desarrollar con negocio después del encuentro.</p>
<p>Formación, Investigación y Divulgación</p>	<p>El (BIE) se propone incrementar la oferta en formación sobre Emprendimiento, incrementar la investigación en este tópico, y que todo el valor generado en relación al emprendimiento sea</p>

	transferido y divulgado en la comunidad UB y la sociedad. En razón de ello, ofrece cursos de formación, jornadas y seminarios, masters y publicaciones relacionadas con emprendimiento.
Premi Emprèn!UB	
	Premi Emprèn!UB es un concurso anual de la <i>Universitat de Barcelona</i> que busca impulsar la innovación y estimular el espíritu colaborativo y emprendedor de los estudiantes de la UB, premiando los proyectos de calidad que sean una propuestas de futuras empresas con impacto en la sociedad.
OBJETIVO	Promover el espíritu y la cultura emprendedora del alumnado de la <i>Universitat de Barcelona</i> , e impulsar la creación de empresas derivadas de proyectos empresariales de excelencia, mediante la concesión de un premio y una retribución a los dos mejores proyectos.
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Premi Emprèn!UB</i> presenta única categoría.
PARTICIPANTES	Dirigido a estudiantes y recién egresados (que no excedan los 3 años de graduación) de la <i>Universitat de Barcelona</i> .
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Los proyectos deben ser originales y deben desarrollar iniciativas en cualquiera de las ramas de conocimiento contenidas en los planes de estudios de la <i>Universitat de Barcelona</i> : <ul style="list-style-type: none"> - Artes y Humanidades - Ciencias Experimentales y Cálculo - Ciencias de la salud - Ciencias sociales, económicas y jurídicas - Ingeniería y Arquitectura • Se pueden presentar proyectos elaborados por un participante o por un grupo de máximo cuatro estudiantes y recién egresados de la UB.

	<ul style="list-style-type: none"> • Los proyectos colectivos deben tener un coordinador que esté matriculado en la UB o sea reciente egresado de la UB. • Se aceptan proyectos formalmente constituidos con posterioridad a la fecha límite de inscripción. • Se pueden presentar los proyectos no seleccionados como finalistas en ediciones anteriores del Premio si cumplen las condiciones mencionadas. • El formulario de inscripción al concurso debe incluir: <ul style="list-style-type: none"> a) Un breve curriculum del alumno o alumnos, si se trata de un grupo, de una extensión máxima de una página por alumno. b) Una síntesis de como máximo tres páginas en el que se exponga lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> - Equipo emprendedor (con datos de contacto) - Título del proyecto - Descripción de la problemática o necesidad a la que se da respuesta - Breve resumen de la idea de negocio - Producto o servicio que se ofrece - Mercado o ámbito de actuación - Propuesta de financiación inicial - Previsión de ingresos y gastos - Sostenibilidad económica
ETAPAS	<p>El concurso consta de dos etapas y de un periodo formativo que sólo se ofrece a los diez proyectos que se seleccionen en la primera etapa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera Etapa:</i> Los participantes presentan el formulario de inscripción, que se puede descargar de la web del concurso <p>Los proyectos se seleccionan de acuerdo con los criterios y las ponderaciones que se mencionan en Criterios de selección del concurso.</p>

	<p>En esta fase se seleccionan diez proyectos por su calidad u oportunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Segunda etapa:</i> <p>Los diez proyectos seleccionados en la primera etapa elaboran y presentan su plan de empresa. Los diez proyectos que pasan la primera etapa acceden a una formación específica y una tutoría con expertos, para elaborar el plan de empresa según el modelo estándar que se facilitará. Los proyectos que hayan elaborado el plan de empresa y hayan hecho la defensa oral se consideran proyectos finalistas y concursan para acceder al premio y la retribución. En esta etapa el jurado delibera para seleccionar al ganador. Los premios son entregados en el acto público.</p>
<p>PREMIACIÓN</p>	<p>Hay un solo premio. A criterio del jurado se puede otorgar, además, una retribución. La dotación es la siguiente:*</p> <p>Primer Premio € 5.000 Retribución € 3000</p> <p>* Los importes del premio y la retribución están sujetos a la normativa fiscal vigente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El premio y la retribución se destinarán a gastos relacionados con el desarrollo del proyecto empresarial. • Se procura premiar proyectos de ámbitos relacionados con las diferentes áreas de conocimiento de la UB. • El concurso puede quedar deshabilitado si la Comisión de Selección considera que ninguno de los proyectos presentados cumple las condiciones y los criterios estipulados para el concurso, o si considera que no tienen la calidad necesaria. • El resultado y la fecha de entrega del Premio se hacen públicos a través de la página web del concurso.

	<p>Criterios de selección: Los proyectos se seleccionan teniendo en cuenta el espíritu emprendedor, así como los criterios y las ponderaciones siguientes: Criterios de ponderación en la primera etapa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grado de innovación 30% • Viabilidad y sostenibilidad económica 30% • Plan de desarrollo 20% • Equipo emprendedor 20% <p>Criterios de ponderación en la segunda etapa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viabilidad, sostenibilidad y potencial de desarrollo del Plan de empresa 35 % • Grado de innovación 15% • Calidad del Plan de empresa y defensa oral 20% • Perfil y grado de implicación del equipo de emprendedores 15% • Impacto en la sociedad 15% <p>Los encargados de seleccionar los proyectos (Comisión de Selección) en las dos fases son profesionales del BIE y del Consejo Social de la UB.</p>
LUGAR DE LA CLAUSURA	Barcelona Institut d'Emprenedoria
AYUDAS DEL CONCURSO	<i>Fase de Formación:</i> Los proyectos seleccionados en la primera etapa reciben formación y tutoría por parte de expertos con el fin de desarrollar el plan de empresa de sus proyectos. La fase de formación consta de tres sesiones presenciales realizadas durante un mes.
TÉRMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	La información que se recoja estará disponible en cualquier momento para que la <i>Universitat de Barcelona</i> la consulte. En cualquiera de los casos de difusión de resultados, se debe hacer siempre una referencia especial al convenio para el impulso del espíritu y

la cultura emprendedora del alumnado universitario.

Fuente Elaboración propia basado en Página web Universitat de Barcelona

TECHNISCHE UNIVERSITÄT MÜNCHEN



HISTORIA Y CONTEXTO

Technische Universität München (TUM) es una de las mejores universidades de Europa, ubicada en Múnich, Alemania. Fue fundada en 1868 por el rey King Ludwig II.

Desde sus inicios TUM ha sido pionera en innovación. Su misión es: “Invertimos en talento. El reconocimiento es nuestro pago”.

TUM está comprometida con el progreso y la innovación en los campos de la ciencia que prometen mejoramiento sostenido en la forma en como los individuos y la sociedad viven; también está fuertemente ligada con el concepto de universidad emprendedora y competitiva, esto la lleva a conducir proactivamente resultados de investigación en procesos de innovación orientados al mercado, y a fomentar el espíritu empresarial en todos los aspectos de la vida universitaria.

La universidad cuenta con 13 facultades, 3 centros de investigación integrados y 6 centros de investigación corporativos. En la actualidad cuenta con 37.343 estudiantes y 13 de sus egresados han recibido el premio Nobel.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

TUM SCHOOL OF MANAGEMENT

Es el lugar donde la tecnología se enlaza con la gestión. *TUM School of Management* canaliza el entusiasmo de los estudiantes y los investigadores por la innovación y la tecnología hacia la creación de nuevos productos, suministrándoles las habilidades en gestión necesarias.

Las actividades de la escuela están estructuradas en 5 departamentos académicos: Innovación e Emprendimiento, Gestión y Operación de la cadena de suministro, Finanzas y Contabilidad, Mercadeo, y Estrategia y Liderazgo en Economía y Política.

La educación en emprendimiento en TUM instruye y acompaña a sus participantes a través de todas las fases de establecer un negocio, asegurándoles que el contenido y el método de instrucción están orientados en la praxis y en las necesidades básicas.


UNTERNEHMERTUM

UnternehmerTUM el centro de innovación y creación de empresas en TUM, acompaña y apoya Start-ups y compañías establecidas, a fundar un negocio exitoso - desde la idea inicial hasta la etapa de crecimiento.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE UNTERNEHMERTUM

<i>Tum Start-Up Consulting</i>	Proporciona consejos y asistencia práctica en todos los campos y en todas las etapas de la puesta en marcha de la idea de negocio.
<i>Start-Up Evenings At The Tum Faculties</i>	Empresarios cuentan su experiencia en la creación de su empresa, hacen recomendaciones a los estudiantes y les dan ánimo para entablar la aventura de crear su propio negocio.
<i>Developing Business Models</i>	Ayuda a la creación y desarrollo de modelos de negocios que sean flexibles al cambio.
<i>Business Plan Basic Seminar</i>	A través de este seminario los estudiantes pueden crear su idea de negocio en equipo y mirar su viabilidad en el mercado con el objetivo de establecer un plan de negocio estructurado.
<i>Business-Plan Advanced Seminar</i>	A través de este seminario los estudiantes podrán desarrollar el concepto de su negocio, y el plan de negocios, con retroalimentación y opiniones de expertos.
<i>Climate-Kic Acceleration Program</i>	El programa está dirigido a equipos de estudiantes con ideas de negocio en el campo de tecnología limpia. Expertos en el campo

	ayudarán en la creación del plan de negocios y en la obtención de habilidades empresariales.
<i>Workshop - Identifying Opportunities</i>	Este taller ayuda a desarrollar rápidamente una comprensión inicial de las posibles aplicaciones de la tecnología y el potencial para la explotación de la misma. El taller está dirigido a equipos de integrantes de grupos de investigación de todas las universidades.
<i>Commercialising Research Results</i>	El programa está dirigido a empresas y start-ups que están desarrollando una nueva tecnología y que desean averiguar el potencial comercial y los grupos de clientes relevantes de esta.
<i>Technology Entrepreneurship Lab</i>	Este seminario ayuda en el establecimiento de empresas de base tecnológica.
<i>Spring School</i>	Identifica a los nuevos negocios oportunidades en el campo tecnológico de los materiales avanzados.
<i>E-Camp</i>	Es un entrenamiento intensivo de 3 días que desarrolla habilidades empresariales en estudiantes de Doctorado y Post - Doctorado.
<i>Medtech Bootcamp</i>	Es un entrenamiento intensivo de 5 días donde 12 equipos formados por médicos científicos, ingenieros y emprendedores desarrollan su idea de negocio.
<i>Think.Make.Start</i>	Este programa ayuda a desarrollar y construir productos innovadores en 14 días, proporcionando ayuda de grupos interdisciplinarios en una atmosfera creativa.
<i>Maker</i>	Es un taller dirigido a jóvenes emprendedores menores de 16 años de edad. Estimula el pensamiento empresarial, fomenta el conocimiento del emprendimiento, enseña una actitud básica positiva hacia la industria y el espíritu empresarial, y usa el enfoque del FABRICANTE (aprendizaje “hágalo usted mismo”).
<i>Team Building</i>	El programa ayuda en la búsqueda de personal adecuado a través de su red de talento humano.

<i>Team Development</i>	Es un taller que ayuda en la distribución de tareas y funciones en los miembros del equipo.
<i>Makerspace</i>	<i>MakerSpace</i> es un taller de alta tecnología de 1.500 metros cuadrados, abierto al público, que ofrece a sus miembros el acceso a máquinas, herramientas, software, y el acompañamiento de una comunidad de apoyo creativa.
<i>Tum Entrepreneurship Research Institute</i>	Provee un amplio rango de lecturas y seminarios a los estudiantes de TUM en materia de emprendimiento.
<i>The TUM Patent And Licensing Office</i>	La Oficina de Patentes y Licencias de TUM comercializa activamente nuevas tecnologías en muchos sectores, y es responsable de la negociación de los contratos (acuerdos de confidencialidad, las opciones, la concesión de licencias y acuerdos de adquisición, etc.).
TUM IDEAWARD	
	Es un concurso de emprendimiento anual de base tecnológica, que incentiva a los investigadores de TUM a convertir sus ideas de innovadoras en empresas.
OBJETIVO	Este concurso anual tiene como objetivo animar a los investigadores a crear sus propias empresas innovadoras.
PARTICIPANTES	Estudiantes científicos de TUM u de otras Universidades.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Se puede participar de forma individual o en equipo. • El 50% de los integrantes del equipo deben estar matriculados en TUM. • Quedarán excluidas de participar en el concurso, aquellas ideas que se han implementado en empresas o sociedad ya existentes.
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> los participantes deben enviar vía correo electrónico el formulario de inscripción con una breve descripción de la

	<p>idea, la cual debe incluir los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Contenido innovador ✓ Mercado objetivo y competencia ✓ Equipo de trabajo ✓ Perspectivas de realización <p>La descripción de la idea será examinada por <i>UnternehmerTUM</i>, <i>TUM's start-up consultation service</i> y <i>TUM's patent and licensing office</i>. Las 10 mejores ideas pasarán a la segunda etapa del concurso.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Segunda etapa:</i> los participantes seleccionados deberán entregar un documento de 10 páginas, donde detallen su idea de negocio, y la hoja de vida de los integrantes del equipo; adicionalmente deberán exponer su idea a los jurados. Las tres mejores ideas serán elegidas.
PREMIACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Primer lugar: 15.000 Euros • Segundo lugar: 12.500 Euros • Tercer Lugar: 10.000 Euros • Los tres mejores equipos recibirán coaching del programa <i>Tum Start-Up Consulting</i>.
LUGAR DE LA CLAUSURA	<i>TUM registration hall</i>
TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Las ideas y documentos presentados, se mantendrán en extrema confidencialidad. Solo se utilizarán en el proceso del concurso.

Fuente Elaboración propia basado en Página web Technische Universität München

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



HISTORIA Y CONTEXTO

La Universidad Nacional Autónoma de México ubicada en Ciudad de México, fue fundada el 21 de septiembre de 1551 con el nombre de la Real y Pontificia Universidad de México.

Tiene como propósito primordial estar al servicio del país y de la humanidad, formar profesionistas útiles a la sociedad, organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura.

La Universidad Nacional Autónoma de México es la Universidad más grande de América, alberga a más de 300.000 estudiantes ubicados desde la educación bachiller hasta doctorados. Tiene cerca de 6.000 investigadores y realiza más de 8.000 proyectos de investigación al año.

Las áreas del conocimiento en donde cuenta con alto prestigio son principalmente las ciencias de la salud, la nanotecnología, la química en sus diferentes subespecialidades y aplicaciones y diversas ramas de la ingeniería, aunque los alumnos se encuentran insertos en múltiples ramas científicas, técnicas y humanísticas.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO INNOVAUNAM

InnovaUNAM tiene como misión crear espacios para la creación de empresas de estudiantes, académicos y egresados de la misma Universidad, mediante procesos de preincubación, incubación y postincubación soportados por servicios de consultoría, capacitación y asesoría empresarial.

Una gran parte de las actividades científicas y tecnológicas que en ella se realizan pueden, potencialmente, traducirse en productos o servicios de alto valor agregado con características que les permitan incursionar en los mercados, a través de esquemas de licenciamiento o bien, mediante la creación de empresas que son apoyadas por el Sistema de Incubadoras de Empresas InnovaUNAM, que actualmente cuenta con 9 incubadoras para atender a toda la comunidad

universitaria de la UNAM. En la identificación de estas oportunidades de negocio, se inserta como parte del servicio de InnovaUNAM, el análisis de brechas tecnológicas (ABT).

ANÁLISIS DE BRECHAS TECNOLÓGICAS (ABT)

Uno de los servicios diferenciales que InnovaUNAM ofrece con mayor valor agregado es la realización de un análisis de brechas tecnológicas (AB T), el cual permite al emprendedor comprender la ubicación de su desarrollo tecnológico con respecto a tecnologías similares que compiten actualmente en el mercado; esto es, el usuario principal del AB T es el emprendedor.

El AB T comprende temas que permiten ubicar no solo el estado del arte de la tecnología –como complemento al conocimiento del desarrollador/emprendedor, sino que considera un análisis de tecnologías similares que actualmente se comercializan, las características técnicas que permiten compararla con sus equivalentes en el mercado, las empresas que las comercializan y las diversas aplicaciones que tienen o incluso su potencial de aplicación–.

PROCESO DE DESARROLLO DEL ABT



MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO OFRECIDOS POR LA UNAM

<i>Aprende a Emprender</i>	Programa de formación en innovación y emprendimiento universitario.
<i>Vincula UNAM</i>	Programa de vinculación con los sectores productivo y social, nacional e internacional.
<i>Avanza UNAM</i>	Programa de fortalecimiento de capacidades internas.
<i>Servicios Tecnológicos</i>	<p>Es el área responsable de vincular las necesidades planteadas por las empresas, instituciones de gobierno y sociedad en general, con el entorno universitario.</p> <p>La UNAM ofrece a las empresas cursos, talleres, diplomados y seminarios para la ampliación y actualización de conocimientos que propicien la</p>

	<p>superación profesional de su personal. Estas actividades se realizan de acuerdo a las necesidades de las empresas conforme a contenidos, duración, lugar, frecuencia, entre otros.</p>
Laboratorio De Innovación	<p>El Laboratorio de Innovación es un espacio propicio para favorecer el trabajo en red y fomentar la eficiencia en la producción de ideas de negocios que puedan dar lugar a proyectos empresariales.</p>
Preincubadoras	<p>La pre-incubación es un proceso de formación en el que se acompaña a los emprendedores en la definición inicial de su proyecto empresarial, brindándoles asesoría para la definición e integración de un modelo de negocio.</p> <p>Servicios ofrecidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taller de Emprendimiento de Base Tecnológica (TEBT): El objetivo principal de este taller es formar empresarios y crear empresas de alto valor agregado, muchas de las cuales surgen de emprendedores vinculados al quehacer científico, quienes pueden ofrecer al mercado soluciones que son resultado de la aplicación y transformación del conocimiento científico y tecnológico en productos y servicios que dan respuesta a una necesidad identificada en el mercado. Suele abarcar sectores de software especializado, computación, consultoría en TICs, multimedia, diseño de microprocesadores y biotecnología, entre otros. • Programa de Innovación y Creación de Empresas (PICE): Esta oferta de Preincubación para proyectos empresariales de tecnología intermedia se realiza en la Facultad de Ingeniería. El PICE está dirigido a la comunidad universitaria y al público general. • Taller Plan de Negocios (CENAPyME): La propuesta formativa para la generación de negocios tradicionales de la comunidad

	<p>universitaria es la desarrollada por la Facultad de Contaduría y Administración, específicamente en el Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (CENAPyME). Este taller está dirigido a personas de cualquier formación; y tiene como objetivo dar a conocer a los participantes los elementos que contiene un modelo de negocios, así como la relación entre ellos; se realiza un ejercicio de planeación estratégica vertido en la matriz FODA y se dan elementos para comprender y participar activamente en el contexto empresarial.</p>
<p><i>Incubadora</i></p>	<p>Apoya la creación de empresas tradicionales, de tecnología intermedia y de alta tecnología de la comunidad universitaria, tanto a alumnos, egresados y académicos. Se integran con una incubadora de alta tecnología, tres incubadoras de tecnología intermedia y cinco incubadoras de negocios tradicionales.</p> <p>Servicios ofrecidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas de capacitación empresarial. • Gestión de apoyos económicos para consultoría especializada. • Programa de mentoría empresarial. • Asesoría especializada. • Una amplia red de contactos. • Apoyo para el acceso a fuentes de financiamiento. • Servicios tecnológicos (equipos, laboratorios, pruebas, etc.). • Préstamo de salas de juntas, entre otros servicios. <p>Incubadoras de la UNAM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incubadora de Empresas de la Unidad Central • Incubadora de Empresas de la Facultad de Contaduría y Administración

	<ul style="list-style-type: none"> • Incubadora de Empresas de la Facultad de Artes y Diseño • Incubadora de Empresas de la FES Acatlán • Incubadora de Empresas de la Facultad de Ingeniería • Incubadora de Empresas de la FES Aragón • Incubadora de Empresas Tradicionales y de Tecnología Intermedia • Incubadora de Empresas de la Facultad de Arquitectura • Incubadora de Empresas de la Facultad de Economía • Incubadora de Empresas de la Facultad de Arquitectura
CONCURSO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL	
DESCRIPCIÓN	Es un concurso de emprendimiento social organizado por la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad nacional autónoma de México, a través de la Escuela de Emprendedores sociales.
OBJETIVO	Fomentar el emprendimiento social a través de la investigación y el desarrollo de planes de negocio sociales.
PARTICIPANTES	Estudiantes de cualquier semestre de las Licenciaturas de Contaduría, Administración e Informática.
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de negocios (Proyecto de inversión social) • Ponencia
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Podrán participar los alumnos regulares con promedio mínimo de 8.0 inscritos en cualquier semestre de las Licenciaturas de Contaduría, Administración e Informática. • Los trabajos deberán ser inéditos. Se podrá participar en una de las siguientes categorías: <ul style="list-style-type: none"> • Ponencia

	<p>Objetivo: Fomentar las líneas de investigación en emprendimiento social a fin de extender el conocimiento teórico y práctico en dicha materia. Se evaluará la originalidad y sustentación de la ponencia, así como su posible señalamiento de nuevas líneas de investigación sobre esta área de conocimiento. La participación será de carácter individual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de negocios (proyecto de inversión social): Objetivo: Estimular la cultura de emprendimiento social mediante la elaboración de un plan de negocios. Los participantes deberán realizar una propuesta teórica para el desarrollo de un proyecto de inversión social orientado a mejorar las condiciones de vida de sus destinatarios. Se evaluará la factibilidad, el impacto social, la innovación y la autosuficiencia económica del proyecto. Se podrá participar de manera individual o en equipos de 2 o 3 integrantes. En el caso de grupos de 3 participantes, uno de ellos podrá ser estudiante de alguna licenciatura ajena a la FCA perteneciente a la UNAM.
<p style="text-align: center;">ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Los equipos deberán entregar un documento impreso (resumen ejecutivo y trabajo en extenso) firmado con seudónimo; un sobre cerrado que contenga en su interior el formato de inscripción descargable de la página www.fca.unam.mx llenado debidamente, historial académico y copia de tira de materias del semestre en curso de cada uno de los integrantes y que tenga escrito en su exterior el

	<p>título del trabajo, seudónimo y categoría en que participa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Segunda etapa:</i> Se elegirán los tres mejores proyectos.
PREMIACIÓN	<p>Se premiará a los primeros 3 lugares de cada categoría de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primer lugar: Representarán a la FCA en el Tercer Encuentro Estudiantil de Intercambio Académico “Emprendimiento Social” en la Universidad Autónoma de Zacatecas con todos los gastos pagados para cada uno de los integrantes. Una beca para cursar cualquiera de los diplomados que imparte la FCA-UNAM, suscripción digital a la revista Emprendedores UNAM por 1 año y un paquete de libros sobre emprendimiento social. • Segundo lugar: Suscripción digital a la revista Emprendedores UNAM por 1 año y un paquete de libros de emprendimiento social. • Tercer lugar: Un paquete de libros de emprendimiento social

Fuente Elaboración propia basada en Página web Universidad Autónoma de México

UNIVERSIDAD DE CHILE	
HISTORIA Y CONTEXTO	
<p>Fundada en 1842, la Universidad de Chile es la principal y más antigua institución de educación superior del estado, de carácter nacional y público. Fue creada por la ley, el 19 de noviembre de 1842 e inaugurada el 17 de septiembre de 1843.</p> <p>La misión de la universidad de Chile está dividida en tres partes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La generación, desarrollo, integración y comunicación del saber en todas las áreas del conocimiento y dominios de la cultura, constituyen la misión y el 	

fundamento de las actividades de la Universidad, conforman la complejidad de su quehacer y orientan la educación que ella imparte.

- La Universidad asume con vocación de excelencia la formación de personas y la contribución al desarrollo espiritual y material de la Nación. Cumple su misión a través de las funciones de docencia, investigación y creación en las ciencias y las tecnologías, las humanidades y las artes, y de extensión del conocimiento y la cultura en toda su amplitud. Procura ejercer estas funciones con el más alto nivel de exigencia.
- Es responsabilidad de la Universidad contribuir con el desarrollo del patrimonio cultural y la identidad nacionales y con el perfeccionamiento del sistema educacional del país.

La Universidad ofrece 36 programas de doctorado, 119 programas de magíster y 69 carreras y licenciaturas terminales. Al 2014 contaba con 39.838 estudiantes matriculados.

La Universidad se encuentra en el puesto número 220 en el ranking de mejores universidades QS World University. 20 presidentes de Chile han sido egresados de esta.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

NEXO RSU

Nexo RSU es la unidad de la Facultad de Economía y Negocios (FEN) de la Universidad de Chile que está orientada a promover y difundir la responsabilidad social universitaria para lograr una formación integral de la comunidad educativa, a través de la vinculación de la academia con la ciudadanía y la co-creación de cambios sociales que aportan a la construcción de una sociedad sustentable.

El objetivo principal es formar líderes para el desarrollo sostenible y la vinculación entre las organizaciones y sus comunidades.

Desde 2010 se trabaja potenciando el emprendimiento e innovación social en el ámbito de la academia y de la comunidad.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEXORSU

Práctica Social

Su objetivo principal es aproximar al estudiante al ejercicio responsable de la profesión, al compromiso ético y la vinculación con la distintas problemáticas sociales, económicas y medioambientales reales que afectan a terceros,

	con el objeto de experimentarlos en contexto reales.
EcoFEN	EcoFEN, por un Campus Sustentable, existe para enfrentar la crisis ecológica global desde el espacio local.
Barrio Andrés Bello	Barrio Andrés Bello (BAB), tiene como objetivo desarrollar una política de inclusión comunitaria de FEN con el vecindario, mediante iniciativas que aborden la formación ciudadana, cultura, deporte y medio ambiente, con el fin de potenciar el capital social comunitario del barrio Andrés Bello en forma armónica y sustentable. En el proyecto participan académicos de las facultades de Derecho, Arquitectura y Urbanismo, Economía y Negocios y el Instituto de Asuntos Públicos. Hasta la fecha son 42 los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial que han participado en el proyecto, los que han demostrado su compromiso e interés con la ciudadanía.
Metodología de “Aprendizaje y Servicio” (A+S)	A+S es una metodología educativa que combina el currículo académico con el servicio a la ciudadanía, generando espacios destinados a responder necesidades de la comunidad en el marco de cursos semestrales obligatorios y electivos de pregrado, entregando un servicio de calidad hacia personas y organizaciones que lo necesiten. A+S consta de tres actores que participan y cumplen un rol fundamental en el éxito del proceso: 1. Estudiantes: Que ponen en juego sus aprendizajes y conocimientos académicos durante la actividad de servicio. 2. Docentes: Que guían el proceso de aprendizaje de los estudiantes y coordinarán la actividad de servicio con la comunidad.

	3. Socios-comunitarios: personas y/o organizaciones que trabajan en forma colaborativa con estudiantes y docentes durante la actividad de servicio para satisfacer algunas de sus necesidades.
FENLab	Es una iniciativa que busca fomentar el emprendimiento social, cultural, medioambiental y/o empresarial en FEN, mediante capacitaciones, mentorías y fondos concursables, para así complementar la formación del estudiante.
Centro Intelis	El Centro INTELIS del Departamento de Economía de la Universidad de Chile es un centro de investigación y análisis de carácter académico, orientado al estudio de los fenómenos de la Innovación y Emprendimiento tanto desde su perspectiva teórica, como empírica e institucional.
CREAFEN	
DESCRIPCIÓN	CreaFEN es un fondo concursable para emprendimientos estudiantiles en distintas etapas de desarrollo.
OBJETIVO	Apoyar a la profesionalización de las iniciativas estudiantiles de la Facultad, con el fin de aportar a la formación integral de los alumnos.
CATEGORÍAS	Existen dos categorías a las que se puede postular, las cuales tienen diferentes especificaciones, ambas incluyen financiamiento, mentorías, capacitaciones y talleres. <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos jóvenes: Dirigido a estudiantes FEN que puedan demostrar experiencia en emprendimiento de mínimo 6 meses, y que deseen concretar un proyecto en las áreas cultural, social y/o medioambiental. • Proyectos de continuidad: Dirigido a proyectos FEN de las áreas cultural, social y/o

	<p>medioambiental, que puedan demostrar mínimo 18 meses de trabajo continuo.</p>
<p>PARTICIPANTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los estudiantes regulares de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile que acrediten experiencia en la creación de proyectos estudiantiles. • Las organizaciones estudiantiles de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, con la excepción de agrupaciones que dependan directa o indirectamente de otra unidad de la Facultad de Economía y Negocios o las que sean suplementos de organismos de carácter privado. <p>Excepciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los proyectos que cuenten -al momento de postular- con aporte monetario a través el Fondo de Desarrollo Institucional FDI-MINEDUC, Línea Iniciativas Estudiantiles del MINEDUC, quedarán fuera de concurso. No obstante, se podrán incluir los aportes institucionales que la Facultad debe aportar para el cumplimiento de los proyectos presentados a fondos externos. • En el caso de aquellas iniciativas que cuenten -al momento de postular- con fondos obtenidos mediante otros fondos concursables (externos-internos), sólo podrán solicitar financiamiento al concurso para el desarrollo de nuevas actividades, lo que debe quedar debidamente explicitado en la formulación de la presentación del proyecto. • Los proyectos que cuenten con menos de 4 miembros totales, o que cuenten con menos de 2 miembros de FEN quedarán fuera de concurso. • Proyectos que dependan directa o indirectamente de otra unidad de la Facultad

	<p>de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.</p> <ul style="list-style-type: none"> • No podrán participar proyectos que hayan postulado tres años consecutivos³ a la misma categoría. (Se podrá postular hasta 3 veces consecutivas, al cuarto año quedará fuera de concurso).
<p>REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<p>El concurso CreaFEN se enmarca en el emprendimiento social, cultural y medioambiental por lo que todas las iniciativas que postulen deberán encontrarse en el contexto de las áreas temáticas que se especifican a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación artística y extensión cultural: Proyectos de creación artística, y promoción de la cultura y las artes. Ejemplo de iniciativas son: Obras plásticas, ciclos de cine, festivales de música, teatro o danza, presentaciones integrales de diversas expresiones artísticas, entre otros. • Compromiso Social: Proyectos de acción comunitaria, que contribuyan a la formación de estudiantes consientes de los desafíos sociales del país, a través de acciones sustentables, cultural y localmente pertinentes. Por ejemplo: escuelas de fortalecimiento de capacidades y destrezas escolares para jóvenes de comunidades económica y socialmente desfavorecidas, capacitación a organizaciones o individuos que no tengan acceso a educación formal, entre otros. • Creación de espacios y canales de discusión y/o debate: Proyectos y/o actividades destinadas a generar y favorecer el encuentro y el diálogo pluralista entre los estudiantes y los diversos actores del mundo universitario y/o nacional, ya sea a través de propuestas

	<p>presenciales (congresos, seminarios, charlas, etc.) o a través canales de comunicación masivos. Por ejemplo: Revistas, blogs, talleres, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento Verde: Iniciativas que promuevan el cuidado del medio ambiente y el posicionamiento de la facultad como líder en desarrollo sustentable. Por ejemplo: Talleres de eficiencia energética para la comunidad, feria de apuntes, modelo de negocios para sistemas de reciclaje, entre otros. <p>Será motivo de inhabilitación la presentación de proyectos, que busquen cumplir o colaborar con objetivos de organismos o instituciones de carácter privado.</p>
<p>ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Los postulantes deberán completar el formulario de postulación tipo con la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación de la necesidad o problemática a tratar ✓ Identificación del beneficiario ✓ Propuesta de solución, plan de acción y metodología a utilizar ✓ Objetivo general y específicos del proyecto ✓ Carta gantt de actividades e hitos a realizar durante el periodo de ejecución ✓ Plan de comunicaciones y difusión ✓ Resultados esperados ✓ Indicadores de medición ✓ Presupuesto y proyección de costos totales ✓ Justificación de recursos solicitados a FENLab

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carta de justificación de trabajo previo en emprendimiento y/o trayectoria del proyecto. ✓ Documentos adjuntos: cartas de auspicios, compromiso de aportes externos, patrocinios, planos, fotografías, videos, etc. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Segunda etapa:</i> se llevará a cabo la selección de finalistas que deberán realizar su pitch final frente a la comisión evaluadora, quienes realizarán preguntas y decidirán quienes serán los ganadores.
<p style="text-align: center;">PREMIACIÓN</p>	<p>El fondo total de CreaFEN corresponde a un total de \$8.000.000 pesos chilenos, el cual se divide en dos categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos jóvenes: Se considerará en esta categoría los proyectos propuestos por alumnos de FEN que tengan mínimo 6 meses de experiencia en emprendimiento demostrables, esta categoría contará con un fondo total a distribuir de \$5.000.000 pesos chilenos, con tope adjudicable de \$1.000.000 pesos de chilenos. • Proyectos de continuidad: Se considerará en esta categoría todo proyecto con más de 18 meses de antigüedad demostrables y contará con un fondo total a distribuir de \$3.000.000 pesos chilenos, con tope adjudicable de \$1.500.000 pesos chilenos. Los fondos se podrán utilizar en temas de asesorías internas, postulaciones a fondos externos, mentorías, recursos humanos, campaña comunicacional. <p>Criterios para evaluación de los proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comisión de evaluación preseleccionará los proyectos mejor calificados. Posteriormente, se dictaminarán las iniciativas a las que se les otorgarán fondos. Para ello, se utilizará una

	<p>pauta de evaluación en la que se calificará con nota de 1 a 7, los siguientes ítems:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creatividad e innovación ✓ Coherencia y calidad de la formulación del proyecto ✓ Autoevaluación e indicadores de medición ✓ Factibilidad financiera y sustentabilidad ✓ Antecedentes previos <p>Los proyectos que se adjudiquen fondos deberán cumplir con ciertas responsabilidades y compromisos específicos con FENLab. Entre ellos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones periódicas con la coordinadora de proyectos estudiantiles para hacer seguimiento de los fondos y actividades del proyecto. • Participar del anuario de Fenlab (entregando material fotográfico y la descripción de las actividades de su proyecto durante el año). • Entregar un informe de avance en la mitad del periodo de ejecución. • Entregar un informe final al término del periodo de ejecución.
<p>AYUDAS DEL CONCURSO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Capacitaciones:</i> Cada hito a desarrollar incluirá principalmente actividades de aprendizaje experiencial, en el cual a través de juegos prácticos se busca conectar y empoderar a los alumnos en el manejo de sus proyectos y voluntarios. Para esto se contará con la participación de expertos internos y/o externos de la Facultad. *Se deberá cumplir con un mínimo de asistencia al 80% de los talleres de capacitación. En caso que algún proyecto estudiantil no cumpla con la asistencia mínima exigida, FENLab podrá

	<p>disponer al congelamiento de los fondos y/o retiro completo del financiamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Mentorías:</i> Los proyectos contarán con la posibilidad de tener mentores los que cumplirán el rol de guiar a los estudiantes encargados en el proceso de implementación de sus proyectos, brindar apoyo con el fin de profesionalizar éstas iniciativas y lograr cumplir las metas propuestas, utilizando eficientemente los recursos disponibles. <p><i>Responsabilidades del mentor:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar un “diagnóstico” de las necesidades del proyecto antes de comenzar el trabajo conjunto y fijar metas. • Desarrollar un plan de trabajo de 4 meses de duración para cumplir con las metas fijadas. • Asistir mínimo 1 vez al lugar de ejecución del proyecto (terreno). • Apoyar a profesionalizar el proyecto: hacer seguimiento de los objetivos y metas del proyecto. Si no están claros, el mentor guiará la definición de estos en conjunto con los estudiantes. • Reunirse con el proyecto al que asesora de manera frecuente (una vez al mes mínimo) y fijar metas y objetivos en conjunto con el proyecto para cada reunión. • Apoyar la postulación de fondos, en la medida que sea solicitado. • Reunión una vez al mes con la coordinación del Programa de mentorías para comentar avances y buscar soluciones a posibles dificultades. • Participar de una reunión de cierre para evaluar el Programa de mentorías.
INICIAFEN	
DESCRIPCIÓN	IniciaFEN es un fondo concursable para estudiantes con espíritu emprendedor que

	tengan ideas innovadoras en una primera etapa de ideación.
OBJETIVO	Potenciar las habilidades de liderazgo, creatividad, trabajo en equipo, responsabilidad social, resolución de conflictos, entre otras, que son fundamentales en la formación de los estudiantes de la Facultad. El concurso responde a la necesidad identificada de propiciar una cultura de emprendimiento en la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.
PARTICIPANTES	Podrán participar los estudiantes regulares de la Facultad de Economía y Negocios. No podrán postular los alumnos con ideas o proyectos que tengan las siguientes condiciones: <ul style="list-style-type: none"> • Aquellos que cuenten con financiamiento. • Aquellos que sean parte de organismos de carácter privado. • Aquellos que cuenten con menos de 2 miembros de FEN. • Proyectos que ya estén en funcionamiento
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	Las postulaciones de IniciaFEN deberán cumplir con los siguientes requisitos: Las ideas de emprendimiento deben ser creativas e innovadoras y enmarcarse en el contexto de una o más de las siguientes áreas temáticas: <ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento de negocios: Ideas innovadoras que estén orientadas a satisfacer necesidades del mercado con un servicio y/o producto concreto. • Emprendimiento Cultural: Ideas en relación a la creación artística, y promoción de la cultura y las artes.

	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento Social: Ideas que contribuyan a la formación de estudiantes conscientes de los desafíos sociales del país. • Emprendimiento Verde: ideas que promuevan el cuidado del medio ambiente y el posicionamiento de la facultad como líder en desarrollo sustentable.
<p style="text-align: center;">ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Los postulantes deberán completar el formulario de postulación on-line con la siguiente información respecto a su idea: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación de una necesidad y/o oportunidad ✓ Identificación de cliente y/o usuario. ✓ Propuesta de solución y prototipo - propuesta de valor. ✓ Descripción de habilidades y competencias del equipo en relación con el contexto y temática de la idea. ✓ Presupuesto para ejecutar piloto y/o construir un prototipo (Detallar los ítem de costo y/o inversión que requiere la ejecución del piloto o prototipo, indicando además el aporte propio y solicitado). ✓ Identificar principales fuentes de ingreso durante la ejecución del proyecto. ✓ Enviar adjunto un elevator pitch (video) de su idea. El video debe contener una presentación sobre la idea de negocio desarrollada, con una extensión mínima de 3 minutos y máxima de 5 minutos • <i>Segunda etapa:</i> Se seleccionarán los finalistas, estos se reunirán con la comisión evaluadora, quienes realizarán preguntas y decidirán quienes serán los ganadores.

<p>PREMIACIÓN</p>	<p>El fondo total de IniciaFEN corresponde a un total de \$2.000.000 pesos chilenos, que se repartirán en 4 ganadores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tres de estas ideas ganadoras serán destinados para estudiantes de 1er año de cualquiera de las tres carreras de la facultad. • Una idea para de los estudiantes de las otras generaciones. <p>Disposiciones del fondo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comisión evaluadora puede disponer una re-itemización de los costos de la iniciativa, atendiendo la naturaleza del proyecto y resguardando su viabilidad. • Las decisiones de la comisión son inapelables. • Los equipamientos adquiridos mediante el Fondo deben quedar inventariados en FEN, siendo ésta la responsable del uso y administración posterior a la ejecución de los proyectos. • El fondo no permite financiar ningún tipo de infraestructura, ya sea remodelación de espacios, incorporación de equipamiento de alta complejidad que requiera fijación al piso, murallas o techo, entre otros. Siendo la comisión responsable de considerar dentro de esta excepción otro tipo de instalaciones. • FENLab y la DAE premiará a los proyectos que cumplan y/o superen el estándar especificados en las bases, en caso contrario se utilizarán los fondos para otras actividades de FENLab. • Todo proyecto estudiantil que se adjudique fondos deberá participar de manera obligatoria activamente de los eventos, talleres y actividades de FENLab en pos del
--------------------------	--

	<p>desarrollo sostenible de la iniciativa estudiantil.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <p>La comisión de evaluación preseleccionará los proyectos mejor calificados. Posteriormente, se dictaminarán las iniciativas a las que se les otorgarán fondos. Para ello, se utilizará una pauta de evaluación en la que se calificará con nota de 1 a 7, los siguientes ítems:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad e Innovación • Coherencia y calidad de la formulación del proyecto • Vinculación con el medio • Factibilidad técnica y económica <p>Es importante destacar que en la evaluación de estas iniciativas se considerará el impacto externo, como también el impacto intra-facultad.</p>
--	---

AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo desde el curso de "Gestión y empresas" • IniciaWorkshop • Charlas específicas
----------------------------	---

FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS (FCFM)

La Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile está localizada en el campus Beauchef en Santiago de Chile, es el principal centro académico del país en investigación y formación de recurso humano en Ingeniería y Ciencias. Este año 2015, la FCFM ha comenzado la implementación de su plan estratégico en el marco del programa “Una Nueva Ingeniería para el 2030” de la Corporación de Fomento de la Producción. Esta iniciativa busca aumentar la relevancia e impacto de las actividades de formación, investigación y desarrollo, transferencia tecnológica, innovación y emprendimiento en base a ciencia y tecnología de un conjunto de facultades de ingeniería en Chile. En este contexto, la FCFM ha iniciado el programa OpenBeauchef: De la invención a la innovación.

PROGRAMA OPENBEAUCHEF

El programa OpenBeauchef tiene como misión fundamental generar y promover las condiciones en la FCFM que permitan pasar de la invención, referida a nuevos conceptos o productos que derivan de ideas de individuos o desde la investigación científica y tecnológica, a la innovación, entendida como la comercialización o utilización de dicha invención por los usuarios en virtud de su propio mérito e impacto. Está orientado prioritariamente a investigadores, estudiantes y profesionales tecnológicos de la FCFM con interés en emprender e innovar, poniendo las ideas transformadoras al centro, basadas en conocimiento generado total o parcialmente en la facultad, estimulando el aprendizaje y la experimentación así como la transferencia de prácticas hacia el resto de la Universidad de Chile. Con un carácter multidisciplinario e inclusivo, convoca a personas de variada formación y experiencia, e involucra en todos los niveles a colaboradores externos provenientes de entidades de diversa naturaleza.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE OPENBEAUCHEF

<i>OpenLab</i>	OpenLab está especialmente diseñado para generar un lugar de encuentro para actividades cooperativas que permitan la interacción entre los diversos actores de la innovación, incluyendo por cierto a los estudiantes, investigadores y creadores de las diversas facultades de la Universidad de Chile, en conjunto con participantes de la academia, mundo empresarial, ámbito público, egresados e inversionistas, entre otros.
<i>LabFab</i>	El FabLab de la Universidad de Chile, es el mayor taller de diseño y fabricación digital en Chile, para uso abierto y compartido.
<i>GIE-3eraMisión</i>	La GIE-3eraMisión tiene como tarea principal el llevar adelante los programas, su financiamiento, su control y medición de indicadores de desempeño, junto con la gestión de la selección de las iniciativas, entre otras tareas. Es una unidad muy especializada y sus funciones son administrar y hacer que este ecosistema crezca en forma sustentable, mucho más allá de los conceptos de ser una incubadora, aceleradora o mentora.

CONCURSO PHILAE

DESCRIPCIÓN	El nombre del evento principal es “Descubrir y atraer cometas lejanos”, donde se ha creado el “Concurso Philae”, exclusivo para estudiantes de pregrado.
OBJETIVO	Levantar un conjunto de iniciativas con base científica y tecnológica, vinculadas con el medio intelectual y creativo, propio del ambiente de la facultad y universidad.
CATEGORÍAS	<p>Podrán ser presentadas de manera online todo tipo de propuestas, no obstante, solo tendrán oportunidad de pasar el primer filtro aquellas propuestas con potencial innovador y/o de comercialización basadas en el desarrollo de actividades científicas y/o tecnológicas que se encuentren en cualquiera de las siguientes dos categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descubriendo cometas: ideas que están germinando y que poseen un potencial innovador, pero que aún no tienen prototipo ni un modelo de negocio válido. • Explorando cometas: ideas con mayor grado de avance, producto de un proceso de madurez y evolución que contienen elementos de validación del producto/servicio y del modelo de negocio, lo que permite evidenciar la existencia de una potencial innovación asociada.
PARTICIPANTES	<p>Los requisitos mínimos para postular son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cada equipo puede estar conformado por un mínimo de 3 y máximo de 5 integrantes. • Cada equipo debe poseer al menos dos estudiantes matriculados en la FCFM y puede presentar entre 1 y 3 estudiantes de pregrado externos a la FCFM o a la Universidad de Chile.

	<ul style="list-style-type: none"> • Cada equipo debe presentar un “encargado principal”, el cual será identificado por su RUT (que además identificará la postulación), el cual actuará como contraparte oficial del equipo y se denominará “postulante”. En casos eventuales, se solicitarán antecedentes adicionales para verificar información suministrada en la postulación, los que deberán entregarse obligatoriamente. • Los estudiantes de pregrado que se presenten en este concurso en calidad de postulante, aceptan renunciar a participar en el concurso paralelo Halley.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Las postulaciones solo se realizan en línea. Se debe completar el formulario disponible en la página web; este es el único canal de postulación válido, por lo que no se aceptará otro tipo de entregas. • Cada estudiante sólo puede ser parte de un equipo al momento de postulación. • Cada equipo puede postular solo una idea o proyecto. • Una iniciativa solo puede ser presentada una vez y en una sola categoría. • Los equipos no deben haber aceptado contribución monetaria institucional alguna para la idea o proyecto presentado.
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Postulación y primer filtro. Luego de postular en línea, se informará en el sitio web oficial del concurso, la aceptación de los postulantes que cumple con los requisitos mínimos para seguir adelante. Para ello, un jurado evaluará las postulaciones en su propio mérito y contenido, teniendo en consideración los siguientes puntos genéricos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Factibilidad de llevarla a cabo

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Impacto eventual en la sociedad ✓ Coherencia de respuestas ✓ Novedad y simpleza ✓ Claridad de la formulación de la idea ✓ Claridad del problema que intenta resolver ✓ Impacto científico o tecnológico asociado. <p>Esta etapa tendrá una calificación de 1 a 7, las notas iguales o menores a 4 serán descalificadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Segunda etapa:</i> Talleres de preparación 1 y semifinales. Los equipos seleccionados en el primer filtro podrán profundizar y avanzar en sus proyectos, para lo cual se les ofrecerán diversos apoyos e instancias de trabajo, tales como talleres, apoyos metodológicos, ect. Se espera que los equipos logren validaciones mínimas en terreno de las hipótesis de su proyecto y que obtengan feedback de sus usuarios potenciales, demostrando un proceso iterativo de diseño. <p>La seminifinal consiste en una presentación en vivo de los postulantes a un jurado cuidadosamente elegido. El equipo tendrá un tiempo máximo de 8 minutos para explicar y convencer, en la forma que deseen, la razón por la cual deben pasar a la etapa final. Pueden utilizar cualquier medio de comunicación audiovisual disponible.</p> <p>Esta etapa será calificada con cuatro notas (Excelente - Bueno - Regular - Apático), asignándose 10, 8, 5 y 3 puntos respectivamente por cada jurado, y sólo basado en la impresión instantánea que dejó en general el pitch o performance.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tercera etapa: Talleres de preparación 2 y final. Los equipos seleccionados en el
--	---

	<p>segundo filtro podrán profundizar y avanzar en sus proyectos, para la cual se les ofrecerán apoyos e instancias de trabajo avanzadas. Se espera que los equipos logren validaciones mínimas en terreno de las hipótesis de su proyecto y que obtengan <i>feedback</i> de sus usuarios potenciales, demostrando un proceso iterativo de diseño. El evento final consiste en una presentación en el <i>workshop</i>. Esta presentación tendrá un jurado en vivo que evaluará las presentaciones de las iniciativas. Esta etapa permitirá presentar a los 5 mejores puntajes por categoría. Las pautas de presentación serán informadas oportunamente y orientarán a enfatizar las iniciativas en función de parámetros clásicos de impacto, relevancia, avance, factibilidad, etc. Los postulantes conocerán con la debida anticipación las preguntas que su presentación debe aclarar. Se exigirá a los seleccionados completar un formulario escrito sobre su idea. Las presentaciones serán de 15 minutos, más 10 minutos de preguntas del jurado, estrictamente controladas.</p>
<p>PREMIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todas las postulaciones que fueron descalificadas inicialmente formarán parte del archivo de “potenciales cometas” del nuevo laboratorio de emprendimiento OpenLab. • Las postulaciones que superen el primer filtro (y no sean semifinalistas) obtendrán un cupón de 3 horas de servicios, mentorías y talleres que ofrecerá OpenLab. • Las postulaciones que superen el segundo filtro y sean finalistas obtendrán un cupón de 20 horas de servicios, mentorías y talleres

	<p>que ofrecerá OpenLab. Además, recibirán un cupón de 100 horas disponibles para utilizar el espacio coworking que ofrecerá OpenLab.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Además de lo anterior, el premio total directo del evento es de \$12 millones de pesos chilenos, donde por categoría son: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Categoría 1: Descubriendo cometas: se premiará la validación de una versión preliminar de un modelo de negocio (problema y solución conceptual). 1er Lugar: \$1.000.000 de pesos chilenos. ✓ Categoría 2: Explorando cometas: Se premiará la validación de un modelo de negocio (validación de prototipo funcional y potencial comercial). 1er lugar: \$3.000.000 de pesos chilenos. 2do Lugar: \$2.000.000 de pesos chilenos. 3er Lugar: \$1.000.000 de pesos chilenos. <p>Adicionalmente, el jurado otorgará 4 premios especiales en distintas categorías, los cuales suman \$4.000.000 y pueden ser otorgados a cualquiera de las postulaciones.</p>
<p>TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD</p>	<p>OpenBeauchef no adquiere con estos premios ningún derecho de propiedad intelectual de la idea presentada. Los eventuales emprendimientos deberán mencionar que éstos han sido apoyados por OpenBeauchef, indicándolo explícitamente en cualquier documento resultante de esta iniciativa. OpenBeauchef podrá mencionar en sus documentos y difusión, que estos proyectos han sido apoyados por el ecosistema.</p>
<p style="text-align: center;">CONCURSO HALLEY</p>	

DESCRIPCIÓN	El nombre del evento principal es “Descubrir y atraer cometas lejanos”, donde se ha creado el “Concurso Halley”.
OBJETIVO	Levantar un conjunto de iniciativas con base científica y tecnológica, vinculadas con el medio intelectual y creativo.
CATEGORÍAS	<p>El concurso tiene 3 categorías basadas en el concepto señalado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nube de Oort: Ideas germinales que aún no han sido desarrolladas pero que reflejan un potencial innovación por parte del creador. • Cinturón de Kuiper: Ideas avanzadas, producto de un proceso de madurez y evolución que contienen elementos de validación técnicos e industriales que permiten validar una potencial innovación asociada. • Cinturón de Asteroides: Iniciativas en fase muy avanzada, probablemente ya con propósitos y etapas de validación empíricas, con una cercanía con el usuario que la utilizará.
PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe participar individual o en equipos de máximo 5 personas. No se aceptan postulaciones de organizaciones. • Al menos un miembro del equipo debe estar ligado a la Facultad de Ciencias Física y matemáticas en jornada parcial o jornada completa a través de un contrato permanente • Los estudiantes deben estar en calidad de alumno de pregrado o postgrado.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Las postulaciones sólo se harán en línea. • Un postulante puede postular a más de una iniciativa, sin límites. • Una iniciativa sólo puede ser presentada una vez y en una sola categoría. Si el jurado encuentra que la misma iniciativa es

	<p>presentada más de una vez, incluso con cambios formales y con intención de aumentar posibilidades, arriesga la eliminación de todas ellas.</p>
<p>ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Leve brillo del cometa. Consiste en la aceptación de los postulantes que cumplen con los requisitos mínimos para seguir adelante. Para ello un jurado evaluará las postulaciones en su propio mérito y contenido, y tendrán en consideración lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Factibilidad de llevar a cabo la idea ✓ Impacto eventual en la sociedad ✓ Coherencia de respuestas ✓ Novedad y simpleza ✓ Claridad de la formulación de la idea ✓ Claridad del problema que intenta resolver ✓ Impacto científico o tecnológico asociado <p>En esta etapa tendrá una calificación de 1 a 7, y las notas iguales o menores que 4 serán descalificadas.</p> • <i>Segunda etapa:</i> Los cometas adquieren una identidad. Consiste en una presentación en vivo de los postulantes ante un jurado cuidadosamente elegido. El equipo de creadores tendrá un tiempo máximo de 8 minutos para explicar y convencer, en la forma que lo deseen, la razón por la cual deben pasar a la etapa final. Pueden usar cualquier medio de comunicación audiovisual disponible, pero el objetivo de esta etapa es medir la pasión involucrada, la creatividad en la comunicación y la capacidad de trabajo del equipo. Esta etapa será calificada con cuatro notas (Excelente - Bueno - Regular - Apático), asignándose 10,

	<p>8, 5 y 3 puntos respectivamente por cada jurado, y sólo basado en la impresión instantánea que dejó en general el pitch o performance.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tercera etapa:</i> Los cometas descubiertos son explorados. El evento final consiste en una presentación en el <i>workshop</i>. Esta presentación tendrá un jurado en vivo que evaluará las presentaciones de las iniciativas. Esta etapa permitirá presentar a los 5 mejores puntajes por categoría. Las pautas de presentación serán informadas oportunamente y orientarán a enfatizar las iniciativas en función de parámetros clásicos de impacto, relevancia, avance, factibilidad, etc. Los postulantes conocerán con la debida anticipación las preguntas que su presentación debe aclarar. Se exigirá a los seleccionados completar un formulario escrito sobre su idea. Las presentaciones serán de 15 minutos, más 10 minutos de preguntas del jurado, estrictamente controladas.
<p>PREMIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todas las postulaciones que fueron descalificadas inicialmente formarán parte del archivo de “potenciales cometas” del nuevo laboratorio de emprendimiento OpenLab. • Las postulaciones que superaron la etapa de leve brillo tendrán acceso nivel “base” de OpenLab, teniendo derecho a usar un cupón de ayuda equivalente a 1 hora de mentoría con el tipo de experto que se ajuste a la necesidad que el equipo requiera. • Las postulaciones que superaron la eta de “adquirir identidad” tendrán derecho a un cupón de ayuda adicional de 3 horas de mentoría, más la certificación en calidad

	<p>“cometas” del espacio de coworking denominado Openlab por un total de 40 horas disponibles a usar durante un plazo máximo de 10 semanas. Podrán también utilizar los servicios y talleres que ese espacio ofrecerá.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las postulaciones que fueron clasificadas para la etapa final, tendrán adicionalmente un cupón de ayuda de 10 horas de mentoría, más la certificación para uso en calidad de “cometas explorados” del espacio de coworking denominado OpenLab por un total de 120 horas disponibles durante 16 semanas. Podrán también usar los servicios y talleres que ese espacio ofrecerá. <p>El premio total directo del concurso es de \$48.000.000 de pesos chilenos, asignados a los vencedores de cada categoría de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primer lugar: \$8.000.000 de pesos chilenos para uso en el desarrollo del proyecto, cuya utilización el participante deberá declarar antes de la presentación. • Segundo lugar: \$5.000.000 de pesos chilenos para uso en el desarrollo del proyecto, cuya utilización el participante deberá declarar antes de la presentación. • Tercer Lugar: \$3.000.000 de pesos chilenos para uso en el desarrollo del proyecto, cuya utilización el participante deberá declarar antes de la presentación.
<p>TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD</p>	<p>OpenBeauchef no adquiere con estos premios ningún derecho de propiedad intelectual de la idea presentada. Los eventuales emprendimientos deberán mencionar que éstos han sido apoyados por OpenBeauchef, indicándolo explícitamente en cualquier documento resultante de esta iniciativa.</p>

OpenBeauchef podrá mencionar en sus documentos y difusión, que estos proyectos han sido apoyados por el ecosistema.

Fuente propia basado en Página web Universidad de Chile

UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE



HISTORIA Y CONTEXTO

La Pontificia Universidad Católica de Chile —coloquialmente conocida como «la Católica», «la UC» o «la PUC»— es una de las tres universidades eclesiásticas en el sistema universitario chileno. La Pontificia Universidad Católica de Chile fue fundada el 21 de junio de 1888 por iniciativa del Arzobispo de Santiago, Monseñor Mariano Casanova, con el objetivo de ser una institución que integrara la excelencia académica y una formación inspirada en la doctrina cristiana.

La Pontificia Universidad Católica de Chile tiene por misión fundamental propender al cultivo de la ciencia, el arte y demás manifestaciones del espíritu, como, asimismo, a la formación de profesionales de nivel superior, a través de la docencia, investigación, creación y comunicación reconociendo como característica propia el aporte orientador y normativo de la fe católica en todas sus actividades y respetando, al mismo tiempo, la legítima autonomía de las diferentes áreas del saber.

Al igual que el año pasado, la Universidad Católica mantiene su liderazgo a nivel nacional como la mejor institución de educación superior del país, según la agencia Quacquarelli Symonds (QS) en su nuevo índice de las mejores universidades del mundo.

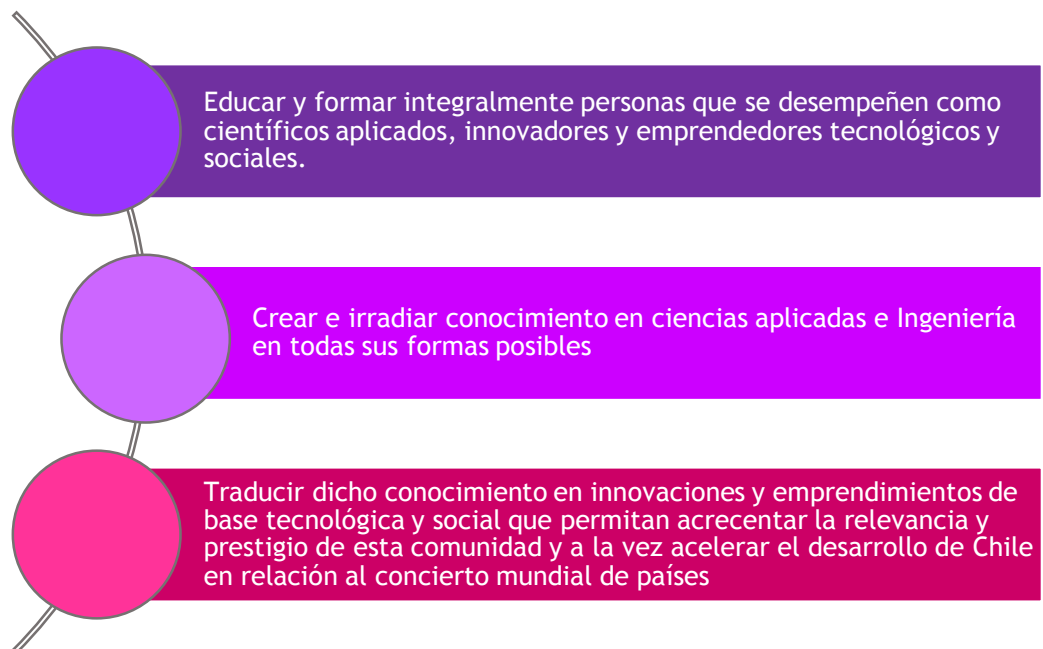
La Universidad está integrada por 31 unidades académicas entre las cuales se cuentan 18 facultades, un programa de estudios generales y una sede regional. La universidad ofrece 100 programas de pregrado, 86 programas de magíster, 24 especialidades y 35 programas de doctorado; Actualmente cuenta con 23613

alumnos regulares de Pregrado, 3048 alumnos regulares de Magíster y 1027 alumnos regulares de Doctorado.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

La Escuela de Ingeniería de la Pontificia Universidad Católica de Chile es reconocida como una de las mejores instituciones académicas y de investigación de la región. Ingeniería UC prepara a los estudiantes para que se desempeñen como científicos aplicados, como innovadores, emprendedores o como profesionales destacados en el amplio campo de la ingeniería y se conviertan así en agentes positivos de cambio y movilidad social para el país.

La misión de la Escuela de Ingeniería tiene tres enfoques:



MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE LA ESCUELA DE INGENIERIA

<p><i>Dirección de Transferencia y Desarrollo (DTD)</i></p>	<p>La Universidad Católica cuenta con la Dirección de Transferencia y Desarrollo (DTD) para impulsar y proteger los resultados de las investigaciones que realizan académicos de las distintas unidades de la Universidad, además de apoyar a los investigadores en el proceso de transferencia.</p>
<p><i>Alianzas y Redes de Innovación</i></p>	<p>La universidad cree que desarrollar alianzas efectivas que impulsen el descubrimiento, la innovación de base científica-tecnológica, y el emprendimiento, con las mejores instituciones,</p>

	<p>llevará a Ingeniería UC a ser un ente clave en el desarrollo de la Ingeniería.</p> <p>Destaca especialmente la firma de un convenio por tres años con MIT que crea el MIT Chile PUC Seed Fund, enmarcado en el MIT Science and Technology Initiatives (MISTI), programa que busca promover la investigación aplicada entre profesores de la UC y de MIT. Además, el 2012 se afianzaron los lazos con el Stanford Technology Venture Program, con un apalancamiento del convenio firmado el 2010 para el entrenamiento de profesores en enseñanza de innovación y emprendimiento (i+e).</p>
<p><i>Certificado Académico en Innovación</i></p>	<p>Es un punto de encuentro entre profesores y alumnos interesados en la innovación y el emprendimiento. Es un programa interdisciplinario de especialización menor dirigida a alumnos de pregrado de todas las facultades UC y coordinada por la Escuela de Ingeniería.</p> <p>El certificado ha sido discutido, analizado y diseñado en conjunto con Stanford Technology Ventures Program. Su estructura contempla cinco áreas obligatorias, cada una compuesta por una serie de cursos optativos. Los alumnos deben aprobar un curso de cada área para completar los 50 créditos requeridos por el programa.</p> <p>Estas áreas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de Emprendimiento • Creación de oportunidades • Desarrollo de clientes y mercados • Financiamiento y Aspectos Legales para Emprendimientos • Modelos de Negocio y Estrategia

<p><i>Magíster en Innovación</i></p>	<p>Creado por la Escuela de Ingeniería y por la Escuela de Administración UC, es el primer postgrado en conjunto de estas dos unidades académicas.</p> <p>El programa cuenta con alianzas internacionales con agentes de liderazgo mundial, como el acuerdo exclusivo con la Universidad de Stanford. El Magíster está orientado a ejecutivos y profesionales que, desde diversas áreas de acción, requieran de mayores conocimientos y habilidades en las áreas de innovación, emprendimiento, liderar proyectos de innovación, etc.</p>
<p><i>Ángeles UC</i></p>	<p>Red de ejecutivos inversionistas que apoya con financiamiento el crecimiento de nuevas empresas.</p>
<p><i>Dictuc</i></p>	<p>Empresa de la Escuela de Ingeniería UC que se encarga de transferir conocimiento desde la Universidad hacia la sociedad. Apoya la incubación de nuevos negocios a partir de emprendimientos de base tecnológica, con el objetivo de transformarlos en empresas sustentables y de alcance global.</p>
<p><i>Centro de Políticas Públicas UC</i></p>	<p>Organización que vincula el quehacer académico de la UC con los principales desafíos del país en el ámbito de las políticas públicas.</p>
<p><i>Incuba UC</i></p>	<p>Incuba UC es la Incubadora de negocios de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Con casi una década de experiencia en incubación de emprendimientos innovadores, apoyo a proyectos de I+D, inicio de la comercialización, aceleramiento de emprendimientos e internacionalización de negocios, facilita el desarrollo de negocios exitosos y su escalamiento a nivel global mediante el acceso a diversas redes de contacto, subsidios públicos e inversionistas privados.</p>

<i>Emprende UC</i>	Programa global de la UC que fomenta el emprendimiento en la comunidad universitaria y apoya la creación de emprendimientos de alto impacto económico y social.
<i>Concurso Jump Chile</i>	<p>El Concurso Jump Chile es una iniciativa increíble organizada por la Pontificia Universidad Católica de Chile, a través de EmprendeUC, y SURA, junto al diario El Mercurio. Su objetivo principal es el de despertar y fomentar la Innovación y el Emprendimiento en la comunidad de jóvenes emprendedores de nuestro país, que hasta ahora no han contado con un espacio que no sólo les permita mostrar sus ideas de negocios, sino que se convierta en guía permanente para ellos.</p> <p>El certamen invita a todos los estudiantes de pre y postgrado de universidades, centros de formación técnica e institutos profesionales de Chile, a postular con sus ideas, tesis, investigaciones y proyectos, mediante la elaboración de un modelo de negocio.</p>
<i>Centro de Innovación UC Anacleto Angelini</i>	El Centro de Innovación UC Anacleto Angelini es un espacio concebido para promover una ecología pro innovación y emprendimiento, abierto a todas las facultades de nuestra universidad. Concebido como un centro multidisciplinario y generalista, acoge en su interior tanto proyectos de innovación como iniciativas de emprendimiento, de alto impacto económico, social y cultural.
CONCURSO BRAINUC -BUSINESS, RESEARCH, ACCELERATION, INNOVATION.	
DESCRIPCIÓN	Es un concurso de innovación y emprendimiento de base científico-tecnológica organizado por el Centro de Innovación UC Anacleto Angelini, la Dirección de Transferencia y Desarrollo y la Escuela de Ingeniería.

	BrainUC trabaja con proyectos que se encuentran en la fase de perfeccionamiento de prototipos y desarrollo de modelo de negocio
OBJETIVO	Impulsar proyectos provenientes de instituciones de educación superior, que impliquen un desarrollo, avance o uso inédito de nuevo conocimiento de las áreas de ciencia y tecnología, proveniente de los laboratorios y salas de clases, y que ayuden a resolver necesidades de la industria, el Estado y la sociedad.
PARTICIPANTES	Alumnos de pre y postgrado (magíster y doctorado), académicos e investigadores, que estudien o trabajen en establecimientos de educación superior de Chile, que desarrollen proyectos de base científico-tecnológica y que cuenten con al menos un prototipo básico □ (prueba de concepto) que sustente la idea.
CATEGORÍAS	Si bien la competencia no tiene categorías y pueden participar proyectos de cualquier área, que tengan una base científico-tecnológica, BrainUC 2015 invita especialmente a equipos cuyos proyectos tengan impacto en los sectores: <ul style="list-style-type: none"> • Energía • Alimentos • Minería • Astroingeniería • Biomedicina • Educación
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Para postular los equipos deben tener un prototipo básico α desarrollado (prueba de concepto, no necesariamente funcional) que represente un paso siguiente a la etapa de generación de la idea, que tenga potencial de comercialización/uso y que proponga un modelo de negocios preliminar. No se aceptarán ideas de negocios o ideas de

	<p>investigación que no se sustenten en una prueba simple de concepto.</p> <ul style="list-style-type: none">• A lo largo de la competencia los proyectos deberán evolucionar de un prototipo básico α (prueba de concepto) a uno avanzado (idealmente β), y este nivel de desarrollo será medido a través de dos etapas de selección.• Cada persona puede postular y participar como integrante de un solo equipo. Si una persona se registra en más de un grupo, ambos proyectos serán considerados fuera de bases y serán eliminados.• Cada equipo puede estar formado por entre 1 (uno) y 5 (cinco) integrantes, pudiendo sumar y/o eliminar personas del equipo hasta finalizar la ETAPA 2. La ETAPA 2 es la última instancia en la que se pueden modificar los equipos. Una vez que se envía la nómina definitiva de integrantes no se pueden realizar más cambios.• Cada equipo debe estar conformado por al menos un alumno de pre o postgrado, académico o investigador de cualquier institución de educación superior del país.• Cada equipo debe designar a un representante, quien actuará como contacto principal con el comité organizador de BrainUC. Esta persona será responsable de mantener informado a todo su grupo de lo que anuncie o solicite la organización.• A todos los equipos postulantes se les solicitará un documento oficial emitido por la institución de estudio/trabajo que acredite la condición de alumno regular, profesor y/o investigador de al menos un integrante. A quienes se encuentren en etapa de tesis y no sean alumnos regulares de una institución de educación superior se les solicitará una carta
--	---

	<p>de la escuela a la que pertenecen, que respalde esta condición. La organización del certamen informará a través del sitio web en qué plazo los participantes deberán cumplir con este requerimiento.</p> <ul style="list-style-type: none">• Cada equipo deberá tener algún integrante que esté capacitado para presentar su proyecto en inglés, en la final de la competencia.• La organización de BrainUC presume que los proyectos postulados son de autoría de uno o más de los integrantes que forman cada equipo, que tienen el derecho a utilizar la tecnología o los resultados de investigación para llevar adelante el proyecto, y, asimismo, que no existen terceros que tengan derechos de uso o explotación comercial respecto de esos resultados. Los proyectos basados en ideas o prototipos que no sean propios o no tengan derecho a utilizar la I + D quedarán descalificados de la competencia. <p>No serán elegibles:</p> <ul style="list-style-type: none">• Los equipos que cuenten con uno o más integrantes que estén participando en más de una postulación. En ese caso ambos proyectos serán declarados fuera de bases.• Los equipos que posean algún integrante que sea juez o parte del comité organizador y/o evaluador del concurso BrainUC 2015, o que tenga alguna relación con los mismos que pueda poner a algún integrante de la organización en situación de conflicto de intereses.• Los equipos que no cumplan con las entregas en los plazos y formas requeridos por la organización.• Proyectos que no sean de base científica-tecnológica.
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos que presenten sólo una idea de negocio sin un prototipo básico o pruebas de concepto que la valide. • Proyectos de categorías que no son permitidas: armamento, sustancias ilícitas, tabaco, proyectos reñidos con la moral y cualquier actividad que esté fuera de la ley. • Proyectos que atenten contra personas, grupo de personas o instituciones.
<p style="text-align: center;">ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Postulación. Los equipos deben completar un formulario que contenga: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Oportunidad/problema detectado ✓ Mercado objetivo ✓ Propuesta de solución y equipo. Deben presentar un prototipo básico α (prueba de concepto). En esta primera etapa las postulaciones son evaluadas de la siguiente forma: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de la Idea. Fundamentación científico-tecnológica: 20% ✓ Prototipo alfa. Demostración de principio de funcionamiento y factibilidad técnica: 20% ✓ Oportunidad de mercado y justificación: 20% ✓ Originalidad, creatividad e innovación: 20% ✓ Equipo: 20% Se seleccionarán los proyectos que avanzan a la siguiente etapa. • <i>Segunda etapa:</i> Bootcamp. Los seleccionados podrán participar en talleres orientados a entrenar a los equipos para el desarrollo de sus prototipos y modelos de negocios. Al finalizar esta segunda etapa los equipos deben presentar: (1) un video de su pitch en que se evidencie el avance hacia un prototipo α, (2) un modelo de negocio, y (3) el equipo

	<p>definitivo del proyecto. Tras la evaluación de los antecedentes enviados (video, modelo de negocios y equipo definitivo) un comité experto, compuesto por destacados académicos y profesionales, definirá un grupo de proyectos finalistas para pasar a la tercera etapa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tercera etapa: Mentorías.</i> En ella se entrega mentoría técnica y de negocios dedicada a cada equipo, además de un capital para prototipado (de hasta \$500.000 pesos chilenos) para el desarrollo de avances en los prototipos. • <i>Cuarta etapa: Final.</i> Se realiza la selección de los ganadores del concurso. Este evento comienza con una feria en la cual los equipos finalistas deberán exhibir sus prototipos al jurado y público, seguido por una sesión de presentaciones. La jornada finaliza con la premiación de los equipos ganadores.
<p style="text-align: center;">PREMIACIÓN</p>	<p>Los finalistas de BrainUC reciben como premio un capital (de hasta \$500.000 pesos chilenos) en la ETAPA 3 para el desarrollo de avances en los prototipos. Junto con ello tienen acceso a precios preferenciales, al espacio Co-work del Centro de Innovación UC Anacleto Angelini para el desarrollo de sus proyectos que presentarán en la final.</p> <p>Los ganadores de la final reciben como premio dinero en efectivo para avanzar el desarrollo de los proyectos y se reparte de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Primer lugar: \$15.000.000</i> • <i>Segundo lugar: \$8.000.000</i> • <i>Tercer lugar: \$5.000.000</i> <p>Para ejecutar la entrega del premio en efectivo, el representante del equipo debe entregar a la organización todos sus datos (nombre completo, Rut y dirección). El premio se entregará en dos</p>

	<p>partes. La primera parte estará disponible dentro de los dos primeros meses a contar de la fecha de la premiación de BrainUC. La segunda parte se entrega en la medida que el equipo demuestre los resultados esperados según mutuo acuerdo.</p>
<p>TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD</p>	<p>La organización sugiere que los equipos verifiquen las políticas de Propiedad Intelectual de sus propias instituciones de educación superior (IES) antes de postular a BrainUC. Adicionalmente, se solicita en la ETAPA 2 que cada equipo presente una carta de la institución o instituciones que representan, en la que cual se explicita que si la universidad (IES) es dueña de la PI asociada al proyecto, los equipos cuentan con su consentimiento para su uso. Esta autorización es parte de los requisitos para permitir la continuidad en la competencia. Además, la organización delimita el uso y tratamiento de la información que los participantes entregarán a la organización durante el desarrollo del concurso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El título del proyecto será de dominio público como descripción principal del proyecto. • Toda la información solicitada por el comité organizador y/o evaluador será tratada con absoluta confidencialidad y su uso estará limitado a la evaluación y seguimiento del proyecto.

Fuente propia basado en Página web Universidad Católica de Chile

- **UNIVERSIDADES NACIONALES**

UNIVERSIDAD EAFIT



HISTORIA Y CONTEXTO

La Universidad EAFIT (antes Escuela de Administración, Finanzas e Instituto Tecnológico) es una universidad privada ubicada en la ciudad de Medellín, Colombia, fundada en el año 1971 por varios empresarios de Medellín.

La Universidad EAFIT tiene la misión de contribuir al progreso social, económico, científico y cultural del país, mediante el desarrollo de programas de pregrado y de posgrado -en un ambiente de pluralismo ideológico y de excelencia académica- para la formación de personas competentes internacionalmente; y con la realización de procesos de investigación científica y aplicada, en interacción permanente con los sectores empresarial, gubernamental y académico.

En la actualidad la Universidad, además de la Escuela de Administración, cuenta con otras cuatro escuelas: Ingeniería, Ciencias y Humanidades, Derecho, y Economía y Finanzas.

EAFIT Se encuentra en el puesto número 77 en el ranking QS de las mejores universidades de Latinoamérica.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

EL CENTRO PARA LA INNOVACIÓN, CONSULTORÍA Y EMPRESARISMO (CICE)

El Centro para la Innovación, Consultoría y Empresarismo (CICE) de la Universidad EAFIT, fue creado en el año 2006 para ofrecer soluciones a empresas, gobiernos, instituciones educativas, emprendedores, organizaciones sociales y demás entes de la sociedad, mediante la prestación de servicios y productos que están sustentados en el conocimiento y experiencia de las diferentes áreas académicas y de investigación de la Universidad.

A través de su actividad el CICE realiza transferencia de tecnología y conocimientos con el fin de contribuir al desarrollo social y económico de la región y el país.

Gracias a la experiencia adquirida ha llegado a diferentes regiones de Colombia, Estados Unidos, India y varios países de Latinoamérica con la implementación de proyectos en diversos temas y alcances. Gobiernos, pequeñas y grandes empresas, fundaciones sociales y ONG han encontrado en la Universidad EAFIT un aliado que no solo diseña proyectos a partir de la transferencia de tecnología y conocimiento, sino que está en capacidad de ejecutarlos con un alto nivel de eficiencia, calidad y el respaldo que brindan más de 50 años de experiencia institucional.

El CICE como plataforma de gestión de proyectos y unidad de negocios trabaja en tres frentes específicos con el propósito de contribuir al desarrollo social y económico de la región y el país:

CONSULTORÍA

Este componente se concentra en la asesoría y consultoría en temas tan diversos y amplios como el conocimiento generado al interior de la Universidad por medio de sus cinco escuelas (Economía y Finanzas, Administración, Ciencias y Humanidades, Derecho e Ingeniería).

EMPRESARISMO

Es la denominación que la Universidad le da al programa de emprendimiento, con el que realiza una serie de actividades para sensibilizar, brindar conocimiento, asesorar y concretar proyectos empresariales diferenciadores. En este componente se manejan dos líneas, el acompañamiento a emprendedores (start up) y la generación de nuevos negocios del conocimiento (spin off).

Spin Off

Aunque hacen parte del componente de Empresarismo del CICE, reciben un lugar especial ya que se constituyen como nuevos negocios del conocimiento que dinamizan y vuelven más pertinente la investigación desarrollada por la Universidad.

EMPRESARISMO

El programa de Empresarismo de la Universidad EAFIT, busca contribuir a la generación, apropiación y transferencia de conocimiento en pro del desarrollo del país, con dinámicas de alto valor, que propicien condiciones favorables para los públicos que se atienden. Además contribuye al fortalecimiento de la cultura y las capacidades emprendedoras e innovadoras de los jóvenes, empresas, instituciones educativas y de la sociedad en general.

El programa, propicia espacios de encuentro entre emprendedores, empresarios y potenciales inversionistas alrededor de iniciativas de alto valor e impacto para el ámbito nacional y latinoamericano.

De la misma forma, busca convertir a la Universidad y al CICE en referente latinoamericano en la incorporación de la innovación al medio empresarial, a través de creativas figuras que aseguren una interacción constante entre empresas, emprendedores e investigadores universitarios.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DEL PROGRAMA DE EMPRESARISMO

<p><i>Convocatoria Tienda de las Ideas</i></p>	<p>El programa busca aplicar los conceptos desarrollados en las asignaturas asociadas al Programa de Empresarismo, para generar soluciones a tres retos de la Universidad EAFIT, a la vez que se convierte en un calentamiento para la estructuración de ideas para el Concurso de Iniciativas Empresariales. El equipo de estudiantes que genere la mejor solución a cada uno de los retos recibirá \$1.000.000 de pesos.</p>
<p><i>Campamento de Verano en Innovación y Emprendimiento</i></p>	<p>Desde hace nueve años, el Programa de Empresarismo de la Universidad EAFIT viene realizando el Campamento de Verano, contando con la presencia de universidades de diferentes regiones de Colombia y de otros países como Perú, Chile, México, Panamá y Ecuador, logrando así compartir experiencias que han generado transformaciones de alto impacto en las comunidades.</p>
<p><i>Cátedra de Innovación Empresarial José Gutiérrez Gómez</i></p>	<p>La Cátedra es un espacio diseñado para propiciar un punto de encuentro entre las empresas y la Universidad alrededor de problemáticas comunes de país, mostrando cómo los desarrollos de empresas de alto impacto, sustentadas en el conocimiento y la innovación, generan transformaciones sociales, culturales y económicas.</p>

<p><i>Encuentro Internacional de Creativos Empresariales Científicos EAFIT</i></p>	<p>Esta actividad que se realiza anualmente, busca generar el espacio para que emprendedores, creativos, empresarios y desarrolladores de productos y servicios novedosos, vean las diversas formas como pueden contribuir al desarrollo de los países desde sus conocimientos, habilidades y capacidades para innovar.</p>
<p><i>Escuela de Inversionistas</i></p>	<p>La Escuela de Inversionistas genera el espacio para que emprendedores, inversionistas, académicos y empresarios conozcan elementos básicos a tener presente en la financiación de proyectos dinámicos en el contexto latinoamericano.</p>
<p><i>Miércoles de Empresarismo</i></p>	<p>Los “Miércoles de empresarismo” buscan sensibilizar a la comunidad estudiantil en general sobre diversos temas de emprendimiento, innovación y gestión de compañías de alto impacto, con el objetivo de estimular y promover espacios de reflexión y aprendizaje que permita a los estudiantes apropiarse de conocimientos y ver cómo estos se materializan en empresas.</p>
<p><i>Grupo de Investigación en Innovación y Empresarismo (GUIE)</i></p>	<p>El grupo busca fortalecer las capacidades de empresas e instituciones educativas y promover su mejora, puesta en marcha y fortalecimiento, a través del desarrollo de casos empresariales y metodologías propias para tal fin, que aseguren el aprendizaje. Asimismo definir y evaluar el estado y las tendencias que favorecen la expresión de los factores distintivos de los emprendedores de EAFIT en sus iniciativas.</p>
<p>CONCURSO DE INICIATIVAS EMPRESARIALES EAFIT</p>	
<p>DESCRIPCIÓN</p>	<p>Es un concurso de emprendimiento que busca entregar herramientas que potencien el emprendimiento, incentivando en los participantes competencias como el trabajo en equipo, liderazgo, proactividad y responsabilidad social, propiciando un espacio</p>

	para el desarrollo de los proyectos. El concurso se realiza una vez al año.
OBJETIVO	Fortalecer la cultura de emprendimiento e innovación a través de la identificación de las nuevas generaciones de emprendedores audaces, creativos y valientes que estén dispuestos a asumir el reto de crear empresas que logren transformar positivamente la sociedad, y que porten con orgullo la marca EAFIT: innovadoras, internacionales y comprometidas con el desarrollo social, económico, científico y cultural del país.
PARTICIPANTES	El Concurso busca la participación de estudiantes, docentes empleados, investigadores y egresados que a través de sus ideas permitan evidenciar el espíritu emprendedor de la comunidad de EAFIT.
CATEGORÍAS	<p>El concurso cuenta con 4 categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnológica: Categoría enfocada en iniciativas que utilicen herramientas tecnológicas, relacionadas con electricidad, electrónica, informática y telecomunicaciones, entre otras. • Cultural: Categoría orientada a ideas que buscan promover espacios de esparcimiento y fomento de la cultural en todas sus esferas, promoviendo las artes y el desenvolvimiento del ser humano. • Social/Tradicional: Categoría para las propuestas que buscan resolver problemas sociales o necesidades del común, con orientación al concepto de emprendimiento social y/o tradicional. • Retadora: Categoría para las iniciativas que deseen resolver el reto: ¿Cómo lograr la creación y puesta en marcha de más iniciativas innovadoras por parte de la comunidad eafitense?

<p style="text-align: center;">REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El equipo real de trabajo debe estar compuesto por personas de diferentes programas académicos o escuelas de la Universidad, o de varias universidades, teniendo como mínimo un miembro de la comunidad eafitense. Este equipo multidisciplinario debe complementar sus saberes y hacer notar que existe un respeto por el otro, que se tolera la diferencia y se promueve el pluralismo y la excelencia académica. • Las iniciativas de negocio propuestas no solo debe contribuir a que los emprendedores se desarrollen (crezcan material e intelectualmente) sino que también lo haga la comunidad en que ellos habitan. • Las iniciativas deben tener descritos los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Concepto de negocio ✓ Factor diferenciador ✓ Mercado ✓ Modelo de Negocio ✓ Equipo Emprendedor ✓ Consideraciones financieras
<p style="text-align: center;">ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> los interesados en participar deberán asistir a dos talleres: <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Taller de inspiración</i> ✓ <i>Taller de creación</i> • <i>Segunda etapa:</i> Todos los equipos participantes deberán diligenciar la inscripción en línea en la página del Concurso. Luego se deberá diligenciar el formato para la presentación de la iniciativa empresarial, según las indicaciones entregadas los días de los talleres y acorde a la guía disponible en la página del concurso. • <i>Tercera etapa:</i> Primera fase eliminatoria. Las iniciativas empresariales presentadas serán

	<p>evaluadas mínimo por dos jurados independientes, quienes entregarán una calificación cuantitativa y un concepto cualitativo sobre los aspectos que deben mejorarse de cada proyecto. Se anunciarán en la página web del Concurso las iniciativas empresariales por categoría que pasarán a la siguiente fase, para posteriormente realizar el envío de la retroalimentación a todos los grupos participantes.</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Cuarta etapa:</i> Mejoramiento de las ideas. Las iniciativas empresariales que pasaron a la primera fase eliminatoria deberán refinar sus ideas de acuerdo con las observaciones hechas por los jurados en la etapa anterior, ingresando a la plataforma y editando la información correspondiente. Para esto se ofrece dos talleres de transformación de ideas.• <i>Quinta etapa:</i> Segunda fase eliminatoria. Las iniciativas serán sometidas a una segunda evaluación por parte de un grupo de jurados conformado por personas de las áreas administrativas, de investigación, de la academia y del medio empresarial. Se anunciarán los finalistas por categorías del Concurso, para posteriormente enviar la retroalimentación a todos los grupos participantes.• <i>Sexta etapa:</i> Mejoramiento de ideas. Las iniciativas empresariales que pasaron a la segunda fase eliminatoria deberán refinar sus ideas de acuerdo con las observaciones hechas por los jurados en la etapa anterior, ingresando a la plataforma y editando la información correspondiente. Para esto se ofrece un taller de transformación de ideas.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Séptima etapa:</i> Fase eliminatoria final. Las iniciativas serán sometidas a la evaluación de dos grupos de jurados. Uno de ellos realizará la revisión del formato escrito y emitirá su concepto; el otro grupo de jurados calificará la sustentación oral que deben realizar los finalistas. Los resultados emitidos serán computados para definir los ganadores del Concurso.
<p>PREMIACIÓN</p>	<p>Teniendo muy presentes los principios que rigen el emprendimiento en la Universidad, los emprendedores se evaluarán según el énfasis que tenga su iniciativa en los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potencial de la iniciativa: Hace referencia a la clara identificación de las necesidades de los clientes, el tamaño del mercado y tendencia positiva de crecimiento. • Equipo de trabajo: Equipo con conocimiento y experiencia en el tema, y red de aliados y contactos claramente identificados para el desarrollo de la iniciativa empresarial. • Factor diferenciador: Forma creativa de llegar al cliente; procesos innovadores que potencian el proyecto; diferenciación sustancial frente a la competencia. Se tiene en cuenta el grado de novedad, proceso, forma de organización, así como las ventajas y las habilidades en que se soportan para llegar eficientemente a los clientes.
<p>AYUDAS DEL CONCURSO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A través de casos exitosos se les indica a los emprendedores la manera cómo pueden transformar su idea de negocio en una oportunidad. • Por medio de talleres teórico-prácticos se orienta a los participantes sobre cómo adquirir información, aliados y recursos para sacar adelante sus iniciativas.

* Los talleres de asesoría realizados por parte de personal del CICE no son de obligatoria asistencia, pero sí se consideran vitales para brindar respuesta a las diferentes inquietudes que puedan tener los concursantes, esto con el fin de tener en las diferentes etapas excelentes iniciativas empresariales.

UNIVERSIDAD DE CALDAS



HISTORIA Y CONTEXTO

La Universidad de Caldas es una universidad pública fundada en el año 1913 y ubicada en la ciudad de Manizales, Colombia.

La Universidad de Caldas, tiene la misión de generar, apropiar, difundir y aplicar conocimientos, mediante procesos curriculares, investigativos y de proyección, para contribuir a formar integralmente ciudadanos útiles a la sociedad, aportar soluciones a los problemas regionales y nacionales y contribuir al desarrollo sustentable y a la integración del centro-occidente colombiano.

En la actualidad la Universidad cuenta con la Facultad de Ciencias Agropecuarias, la Facultad de Ingenierías, la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, la Facultad de Ciencias para la Salud, la Facultad de Artes y Humanidades y la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales; también ofrece programas de Posgrados y Educación a distancia.

La universidad de Caldas se encuentra en el rango 201-300 del Ranking de las mejores universidades de Latinoamérica de QS.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

La Unidad de emprendimiento de la Universidad de Caldas tiene como misión fortalecer la cultura del emprendimiento y fomentar la creación de empresas innovadoras, creativas y basadas en el conocimiento; en la comunidad de la


Universidad de Caldas e integrarla con la región para el desarrollo social y económico de Colombia.

La Unidad de Emprendimiento ha desarrollado convenios con entidades públicas y privadas como, la Alcaldía de Manizales, el Comité de Cafeteros de Caldas, Fundación Luker, entre otras.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO

<p><i>Kumbre</i></p>	<p>Es un semillero de proyección en emprendimiento, innovación y conocimiento. En Kumbre utilizan metodologías innovadoras para desarrollar habilidades de liderazgo y emprendimiento en la comunidad universitaria.</p>
<p><i>Asociación de Emprendedores de la Universidad de Caldas (ASES)</i></p>	<p>La Asociación de Emprendedores de la Universidad de Caldas brinda oportunidades de desarrollo en emprendimiento para los estudiantes, a través de la promoción de productos y servicios dentro de la Universidad.</p>

U CALDAS EMPRENDE

	<p>Es un concurso de emprendimiento, que busca promover la generación de nuevas ideas de negocio que aporten a la renovación de mercados en la región centro sur de Colombia y contribuir profesionales emprendedores para el desarrollo socioeconómico de los estudiantes Universitarios y de la sociedad en general. El concurso se realiza dos veces al año.</p>
<p>OBJETIVO</p>	<p>Impulsar el espíritu emprendedor y la innovación en los estudiantes de la Universidad de Caldas, con la interacción de los docentes de pregrado que orientan las cátedras afines con el emprendimiento y la Unidad de Emprendimiento.</p>
<p>PARTICIPANTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Podrán participar los alumnos de la Universidad de Caldas que estén cursando una asignatura afín con el emprendimiento o asignaturas de gestión de proyectos de los diferentes programas de pregrado o posgrado inscritas en el concurso.

CATEGORÍAS

- **Categoría Explora:** Es la etapa inicial, en la cual se visualiza una idea de negocio, que puede evolucionar hasta tener un modelo de negocio. En esta categoría el estudiante realiza un estudio de viabilidad, indaga el mercado, valida el producto o servicio e identifica el usuario potencial.

Al final del concurso los proyectos deberán cumplir con los siguientes entregables:

- ✓ Problema identificado,
- ✓ Clara de la solución del problema
- ✓ Prototipo rápido o producto mínimo viable
- ✓ Identificación y descripción del usuario-cliente
- ✓ Validación inicial con clientes, proveedores, personas del sector o industria.

- **Categoría Persigue:** Los estudiantes cuentan con una oportunidad de negocios identificada, pueden contar con un estudio de viabilidad inicial, un modelo de negocio y un prototipo inicial, ventas iniciales o un proyecto. Los emprendedores pueden estar realizando pruebas con un poco de experiencia en el sector.

Al final del concurso los proyectos deberán cumplir con los siguientes entregables:

- ✓ Problema identificado
- ✓ Ideación clara de la solución del problema
- ✓ Prototipo rápido o producto mínimo viable
- ✓ Identificación y descripción del usuario-cliente
- ✓ Ventas iniciales, validación inicial con clientes, proveedores, personas del sector o industria

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Modelo de Negocios Canvas ✓ Concepto de empresa y propuesta de valor ✓ Matriz de Pestel, identificación de riesgos y factores de éxito <p>* Los organizadores del concurso podrán ubicar la iniciativa de negocio en alguna categoría, de acuerdo al nivel de desarrollo de la iniciativa emprendedora a presentar y la sugerencia del profesor.</p>
<p style="text-align: center;">REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se podrá participar de forma individual o colectiva y si es en grupos Preferiblemente máximo 3 participantes. • La propuesta presentada por el estudiante al concurso, debe ser una iniciativa emprendedora y de negocio viable comercialmente de cualquier sector. • Solo se puede presentar una Iniciativa por participante o grupo de participantes. • No se admitirán iniciativas emprendedoras que ya estén constituidas como empresa con fecha anterior a la inscripción en el concurso.
<p style="text-align: center;">ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Inscripción del emprendedor o equipo de emprendedores en la página web del concurso. • <i>Segunda etapa:</i> Desarrollo de la idea de negocio. Una vez enviada la inscripción del emprendedor, se continúa en el proceso de creación y validación de la idea de negocio durante el transcurso de la asignatura. • <i>Tercera etapa:</i> Selección de las 3 iniciativas por asignatura. Cada docente seleccionará las 3 mejores iniciativas de la cátedra, con el apoyo de la Unidad de Emprendimiento de acuerdo a los “criterios de valoración de las iniciativas emprendedoras”. • <i>Quinta etapa:</i> El Comité de selección elegirá las 10 mejores iniciativas.

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sexta etapa:</i> Las 10 iniciativas finalistas deben exponer y explicar la idea de negocio (Elevator Pitch), en máximo de ocho minutos ante el equipo de jurados. Se valorará la presentación de un video explicativo de duración máxima de 3 minutos para recalcar los aspectos más destacados del equipo emprendedor y de la idea de negocio. • El equipo de jurados elegirán a los 4 mejores emprendimientos.
PREMIACIÓN	<p>Las propuestas recibidas y que cumplan los requisitos de la convocatoria se valorarán atendiendo a los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación clara de la oportunidad, necesidad, problema, o deseo de los potenciales clientes. • Generación de ventas tempranas o potenciales clientes identificados, contactados y con intención de compra. • Propuesta de valor para el cliente, potencial innovador, diferenciación y originalidad de la idea de negocio • Producto mínimo viable⁷¹ y Factibilidad técnica del producto • Potencial del mercado y de crecimiento del emprendimiento • Nivel de compromiso de los emprendedores y equipo de trabajo <p>La premiación se realizará en una fecha concertada, los premios están sujetos a las capacidades y lineamientos de la Unidad de emprendimiento, sujetos a retenciones y cumplimiento de las leyes nacionales vigentes.</p> <p><i>Categoría 1:</i></p>

⁷¹ Un producto viable mínimo es la versión de un nuevo producto o servicio que permite a un Emprendedor recolectar, con el menor esfuerzo posible, la máxima cantidad de conocimiento validado sobre sus potenciales clientes. Se utiliza para obtener un conocimiento rápido y cuantitativo del mercado de un producto, o de algunas funcionalidades en particular.

	<p>Primer puesto: \$300.000 pesos Segundo puesto: \$200.000 pesos <i>Categoría 2:</i> Primer puesto: \$500.000 pesos Segundo puesto: \$400.000 pesos * Las facultades, departamentos, programas y otras dependencias de la Universidad podrán aportar premios especiales.</p>
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes participantes podrán validar ante la Universidad los créditos correspondientes para efectos de Trabajos de grado y reconocimientos de créditos académicos. • Los estudiantes participantes reciben soporte y acompañamiento en la formación de su iniciativa de negocio dentro de las asignaturas de emprendimiento. • Los estudiantes participantes reciben talleres, cursos de creatividad, exposiciones audiovisuales y Conversatorios.
TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	<p>Los organizadores y el Comité de Selección se comprometen a mantener la confidencialidad de los proyectos/ideas empresariales recibidos y a garantizar la protección de los datos individuales.</p>

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA



HISTORIA Y CONTEXTO

La Universitaria Agustiniiana (UNIAGUSTINIANA) es una institución de educación superior fundada en el año 2007 en la ciudad de Bogotá, Colombia.

La razón de ser de UNIAGUSTINIANA son los estudiantes a quienes educan para que sean líderes y buscadores incansables de la verdad, bajo los principios

agustinianos de interioridad, libertad, amistad y sentido comunitario. Forman profesionales que con su calidad, su compromiso social, sus valores éticos y morales, contribuyan a la construcción y el compromiso con el desarrollo del país. Su propósito es liderar procesos educativos con abnegación y calidad, cuyos resultados visibles sean la creación de nuevas condiciones de vida donde la justicia, la solidaridad y el desarrollo individual y colectivo, sean el factor común y posible para todos.

En la actualidad UNIAGUSTINIANA ofrece 9 programas de pregrado, 2 licenciaturas, dos programas de tecnología y 5 programas de posgrados.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL AGUSTINIANO (CEDEA)

En la Universitaria Agustiniiana valoran y apoyan las iniciativas de carácter emprendedor. Todo parte de una idea, esta puede surgir de la observación del entorno.

La misión de CEDEA es contribuir a la generación de emprendedores y empresas que impacten comunidades, creando bienestar y riqueza de manera responsable, basados en los principios agustinianos de interioridad, libertad, amistad y sentido comunitario.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE CEDEA

<p><i>Red Emprendedora</i></p>	<p>Actualmente el CEDEA, participa activamente en diferentes programas y proyectos; consolidando información y ofreciendo una asesoría permanente a los emprendedores Agustiniianos; para que optimicen el apoyo y la ayuda financiera de las diferentes entidades que promueven la creación de empresa.</p> <p>Entre los programas que participa se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa SUE • Bogotá Emprende • Red de Emprendedores Destapa Futuro • Fondo emprender - SENA
<p><i>Semana Agustiniiana, una mirada al emprendimiento</i></p>	<p>El objetivo de la Semana Agustiniiana es integrar en una sola actividad los emprendimientos existentes en los diferentes programas, para</p>

	concretar de manera asertiva un trabajo en común entre directivas, docentes y estudiantes.
MUESTRA EMPRESARIAL UNIAGUSTINIANA	
DESCRIPCIÓN	La Muestra Empresarial, es un espacio académico-pedagógico que fomenta entre los jóvenes emprendedores de la UNIVERSITARIA AGUSTINIANA el desarrollo de su creatividad, ingenio e interés empresarial y su compromiso social a través de la presentación de sus propuestas de emprendimiento, de preferencia interdisciplinarios, que evidencien el proceso de creación de empresas y/o innovación social.
OBJETIVO	Generar un espacio de interacción institucional donde se exponga la propuesta de emprendimiento que permita a los estudiantes, reforzar y consolidar sólidos proyectos, en desarrollo de sus competencias profesionales, que a futuro sean de gran utilidad para su crecimiento laboral, empresarial y contribución al desarrollo social.
PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los estudiantes de la UNIVERSITARIA AGUSTINIANA están invitados a participar y registrar sus propuestas emprendedoras en la Muestra Empresarial, sin embargo, los estudiantes que se encuentren cursando las asignaturas de Formulación de Proyectos y/o Evaluación de Proyectos, deberán registrar de manera obligatoria sus ideas de negocio y/o emprendimiento social. • Para los egresados de la Uniagustiniana y los estudiantes de los Colegios Agustinos, e igualmente para los asistentes que presenten propuestas de emprendimiento procedentes de otras Instituciones de Educación Superior, su participación en este evento es bajo la calidad de Invitados especiales. Aquellas propuestas de egresados que sean seleccionadas, contarán con la asesoría,

	<p>dirección y apoyo del Comité Docente establecido por el Comité Organizador para apoyar a todos aquellos participantes que vayan a presentar sus Propuestas o empresas constituidas, en el marco, de la Muestra Empresarial.</p>
<p style="text-align: center;">CATEGORÍAS</p>	<p>Las Propuestas de Emprendimiento que se presenten, se clasifican en una de las siguientes tres categorías: IDEA DE NEGOCIO, PLAN DE NEGOCIO Y EMPRESA EN OPERACIÓN. Para cualquiera de las tres categorías, hay que estructurar y diseñar su presentación, con base en la Ficha Técnica establecida para esta Muestra Empresarial. El desarrollo de esta Ficha Técnica arrojará información relacionada con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta Idea Emprendedora. ¿Qué se quiere hacer? (Proyecto empresarial, social o innovador) • Descripción de la Idea Emprendedora (Misión y Visión). • Estructura Jurídica. Tipo de Empresa (Comercial, del sector solidario, fundación, etc.) • Ubicación (Municipio, departamento, zona rural o urbana) • Interdisciplinaria (participantes de diferentes programas, participación en clusters, cadenas productivas, desarrollo regional) • Potencial de Mercado (Cifras del potencial a nivel regional, nacional e internacional) • Ventaja Competitiva o Impacto social (Ventaja que le permite asegurar el éxito) • Recursos Requeridos. En cuanto a: formación y número de personas, máquinas y herramientas, espacios físicos, etc. • Capital de Inversión (Cuantificar el monto de la inversión)

	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades o alternativas de Financiación • Impacto Ambiental y socioeconómico de la Idea
<p style="text-align: center;">REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer grupos de trabajo de máximo cuatro personas. Y mínimo dos. Cada grupo deberá identificar el miembro responsable del equipo. Se dará mayor importancia y reconocimiento a grupos interdisciplinarios (diferentes programas académicos). • El estudiante o equipo que sean seleccionados para presentar su Propuesta durante el día de exposición de la Muestra Empresarial, deberán mantener el mismo grupo de personas establecido durante el proceso de inscripción de su Propuesta Emprendedora. • El Comité Docente tendrá como función primordial, la de asesorar y guiar a aquellos estudiantes y/o grupos de estudiantes que inscribieron sus propuestas emprendedoras. Su mayor responsabilidad será la de brindar apoyo académico y formativo para que los proyectos inscritos evidencien un alto grado de calidad, seriedad y compromiso respecto a las exigencias y parámetros establecidos por la UNIVERSITARIA AGUSTINIANA a través de su Comité Organizador de la Muestra Empresarial. A cada Docente Asesor se le asignarán un grupo de Propuestas para revisar, guiar y orientar académicamente. A su vez, el Comité Docente deberá responder asertivamente las dudas e inquietudes que tengan los egresados y estudiantes de pregrado o posgrado que vayan a presentar sus Propuestas de Emprendimiento en cuanto al contenido del material a exponer. • Los participantes deben certificar las asesorías y tutorías recibidas por parte del Comité Docente de Muestra Empresarial.

	<ul style="list-style-type: none"> • El Comité Docente seleccionará las mejores Propuestas inscritas teniendo en cuenta el contenido de las mismas y el desarrollo de la Ficha Técnica de Muestra Empresarial. Esta instancia se encargará de dar a conocer ante la comunidad UNIAGUSTINIANA los proyectos que se presentarán durante el día de ejecución de Muestra Empresarial. • Establecer grupos de trabajo de máximo cuatro personas. Y mínimo dos. Cada grupo deberá identificar el miembro responsable del equipo. Se dará mayor importancia y reconocimiento a grupos interdisciplinarios (diferentes programas académicos). • Las propuestas inscritas para participar en la Muestra Empresarial obtendrán una calificación equivalente a un determinado porcentaje del tercer corte del semestre académico en curso.
<p>ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Los equipos deben inscribirse a la muestra empresarial y adjuntar la ficha técnica de la propuesta empresarial. • <i>Segunda etapa:</i> Proceso evaluativo de las propuestas inscritas. Las Propuestas inscritos para participar en el proceso, serán revisadas, analizadas y evaluadas por el Comité Evaluador de Muestra Empresarial. Este comité informara a la comunidad universitaria cuales fueron las Propuestas Emprendedoras aprobadas para participar. • <i>Tercera etapa:</i> Cada equipo en competencia deberá presentar, en power point su Propuesta Emprendedora, quince días antes de la realización de la Muestra Empresarial. Cada uno de estos archivos electrónicos serán suministrados a los Jurados asignados para que así cuenten con mayor conocimiento y

	<p>preparación respecto de las Propuestas a evaluar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Cuarta etapa:</i> Entrega y asignación de Stands. Cada uno de los equipos seleccionados para presentar su Propuesta Emprendedora ante la comunidad UNIAGUSTINIANA y demás asistentes a la Muestra Empresarial, contará con un stand o espacio de trabajo cómodo y de alta calidad que facilitará la exposición y presentación del mismo. Este Stand se entregará un día antes de la muestra empresarial. • <i>Quinta etapa:</i> Muestra empresarial. Se llevará a cabo la muestra empresarial y se anunciarán los ganadores.
<p style="text-align: center;">PREMIACIÓN</p>	<p>El Comité Organizador de la Muestra Empresarial, delegará a funcionarios externos de la Institución para que formen el equipo de Jurados. Este grupo evaluará la pertinencia de las Propuestas en competencia y elegirá los tres primeros lugares teniendo en cuenta los parámetros de calificación previamente establecidos. Los Jurados evaluarán las Propuestas de Emprendimiento teniendo en cuenta las siguientes variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Desarrollo de la Ficha Técnica (35%)</i> • Innovación de la Idea (20%) • Viabilidad de la Idea (20%) • Pertinencia y manejo de Tema (25%) <p>La UNIVERSITARIA AGUSTINIANA a través de su Comité de Muestra Empresarial, premiará a las cinco Propuestas Emprendedoras que hayan cumplido con el proceso establecido y que hayan obtenido las mejores calificaciones de los Jurados. Los tres primeros lugares corresponden al puntaje presentado por el Jurado y el cuarto lugar corresponde al “stand” que logra la mayor votación entre los visitantes a la Muestra</p>

Empresarial. La premiación se asignará de la siguiente manera:

POSICIÓN	PREMIO	CATEGORÍA
Primer Lugar	\$2'000.000	Puntaje Jurado
Segundo Lugar	\$1'500.000	Puntaje Jurado
Tercer Lugar	\$1'000.000	Puntaje Jurado
Cuarto Lugar	\$ 500.000	Mayor Votación
Reconocimiento Especial	\$ 500.000	Colegios Agustonianos

* Los premios no se entregan en dinero en efectivo.

* Los dineros de los premios se aplicaran únicamente de las siguientes formas: a) Cubrir los gastos en que incurran los ganadores para asistir a seminarios, cursos, foros y otras modalidades de capacitación relacionadas con el desarrollo de su Propuesta de Emprendimiento premiada; b) el monto del premio podrá ser aplicado para cubrir el valor monetario de la matrícula c) El monto del premio podrá ser para adquirir insumos, maquinaria o equipo relacionados con el objeto social del emprendimiento premiado.

* El grupo ganador del premio solo podrá elegir una de las tres formas para hacer efectivo su reconocimiento, no se realizaran entregas parciales.

* Los valores monetarios a que hace referencia la tabla de premios no es aplicable, para los participantes bajo la modalidad de invitados especiales.

AYUDAS DEL CONCURSO

- Se citarán al espacio de la Muestra Empresarial, empresarios y representantes de entidades que puedan brindar servicios de asesoría y consultoría en temas de emprendimiento a los diferentes miembros de la comunidad UNIAGUSTINIANA.
- Asesorías y tutorías recibidas por parte del Comité Docente de Muestra Empresarial.

	<ul style="list-style-type: none"> • La UNIVERSITARIA AGUSTINIANA promoverá la presentación de los proyectos más destacados y representativos en espacios externos a la Institución. De esta manera, se dará a conocer ante la comunidad y la sociedad en general los avances estudiantiles en torno al emprendimiento y al proceso de creación de empresa. • El CEDEA y el Comité de Emprendimiento, realizará labores de seguimiento a todos los proyectos estudiantiles, que participaron de la Muestra Empresarial, una vez finalizado el evento. De esta manera se hará el seguimiento al desarrollo de las Propuestas emprendedoras de los estudiantes y egresados de la UNIVERSITARIA AGUSTINIANA como de los Colegios Agustonianos de Bogotá.
--	---

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE	
HISTORIA Y CONTEXTO	
<p>La Universidad Autónoma de Occidente (UAO) es una universidad privada, fundada en 1969 en la ciudad de Cali, Colombia.</p>	
<p>La Universidad Autónoma de Occidente tiene como misión integrar, con perspectiva internacional, las funciones sustantivas de docencia, investigación y proyección social para contribuir a la formación de personas con visión humanística, creativas y emprendedoras, a la generación de conocimiento y a la solución de problemas del entorno regional, nacional e internacional.</p>	
<p>Actualmente la universidad cuenta con cuatro facultades: Ciencias Básicas, Ciencias Económicas y Administrativas, Comunicación Social, Ingeniería, Humanidades. También ofrece programas de posgrado y tecnología.</p>	
ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO	

CENTRO INSTITUCIONAL DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

La Universidad Autónoma de Occidente concibe, en un sentido amplio, el emprendimiento como una expresión de actitud de vida, tendiente a la concepción, diseño y ejecución de soluciones innovadoras, responsables y efectivas a problemas del entorno, las cuales, además de generadoras de valor social deben constituir alternativas reales para el desarrollo individual.

En respuesta a esta necesidad se creó, en el año 2009, el Centro Institucional de Emprendimiento Empresarial (CIEE), con el propósito de atender el desarrollo del emprendimiento empresarial como uno de los sellos distintivos en la formación profesional que ofrece la Universidad.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE CIEE

<i>Programas de Formación</i>	Se ofrece una línea curricular a los programas académicos de la UAO de manera transversal: Emprendimiento e Iniciativa Empresarial, Ideas y Oportunidades de Negocio y Plan de empresa.
<i>Redes</i>	El CIEE apoya y participa en procesos interdisciplinarios de investigación, tendientes a la generación de conocimiento en las temáticas relacionadas con el emprendimiento empresarial, con el apoyo de los diferentes grupo de investigación y las redes académicas a las cuales pertenece, tales como: <ul style="list-style-type: none">• Red Escolar Autónoma, REA• Red Motiva.• Round Table Entrepreneurship Latin America, Reela - Stanford University.
<i>CRE-ANDO</i>	Es un curso teórico - práctico de 4 módulos que ayuda al desarrollo del proyecto empresarial de los estudiantes.

CONCURSO UAO EMPRENDE

DESCRIPCIÓN	El concurso UAO Emprende premia a emprendedores Autónomos que buscan continuamente mejorar su entorno y el de la sociedad, creando riqueza y generando valor a través de proyectos innovadores. El concurso es
--------------------	--

	válido únicamente en el territorio colombiano. El concurso se realiza 1 vez al año.
OBJETIVO	Reconocer los proyectos de emprendedores de la Universidad Autónoma de Occidente que buscan continuamente mejorar su entorno y el de la sociedad, creando riqueza y generando valor a través de proyectos innovadores.
PARTICIPANTES	Estudiantes, investigadores, docentes o empleados de la Universidad Autónoma de Occidente.
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Empresario UAO</i>: En esta categoría solo podrán participar empresas legalmente constituidas, cuyo tiempo de operación sea mayor a 2 años y menor a 6 años. Para participar en esta categoría es indispensable demostrar un impacto en crecimiento económico relacionado con incremento en ventas y empleo. • <i>Emprendedor UAO</i>: En esta categoría pueden participar emprendedores que tengan empresas legalmente constituidas, con un tiempo de operación menor a 2 años o proyectos que tengan un producto mínimo viable demostrable. • <i>Innovador UAO</i>: Esta categoría está dirigida a docentes e investigadores que tengan propuestas innovadoras derivadas, preferiblemente de proyectos de investigación, con potencial para convertirse en una empresa.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Los proyectos deben demostrar ser viables y lícitos de acuerdo con la legislación comercial vigente. No se aceptará la participación de proyectos que contraríen la moral, el orden público, las buenas costumbres o la ley o que impliquen riesgo reputacional para la Universidad Autónoma de Occidente o el


	<p>Centro Institucional de Emprendimiento Empresarial, CIEE.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El proyecto o empresa no deberá encontrarse en régimen de insolvencia, ni en proceso de liquidación, adicionalmente no debe figurar en la “lista Clinton”, ni en el Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, SARLAFT. • Solo se aceptará una propuesta por participante. • La inscripción para cada categoría es completamente gratuita y se realizará a través de la plataforma del centro de emprendimiento. • Los participantes deben garantizar y acreditar la exactitud y veracidad de los datos e información que entreguen en el transcurso del concurso. • Los participantes deben comprometerse a asistir a las capacitaciones, talleres y seminarios que se realicen desde el CIEE. Los finalistas deben asistir a las capacitaciones de presentación de negocios. • Informar al CIEE cualquier cambio en los integrantes del proyecto ya sea de agregación o retiro. El Centro no intermediará ni realizará funciones de conciliación en las disputas de los equipos.
<p>ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Fase de convocatoria e inscripciones. <ul style="list-style-type: none"> ✓ La categoría de Empresarios debe llenar el formulario de inscripción con la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Años de actividad comercial ▪ Tipo de empresa ▪ Sector económico ▪ Productos de la empresa

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principales logros obtenidos ▪ Valores agregados del negocio frente a los competidores ▪ Ventas y número de empleados anuales ▪ Video empresarial de 1 minuto que describa la empresa y sus aportes al país. <p>✓ La categoría de Emprendedores debe llenar el formulario de inscripción con la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estado del proyecto (Desarrollo del piloto, fase de implementación, operación de la empresa) ▪ Ubicación del proyecto ▪ Sector económico ▪ Descripción del problema ▪ Propuesta de valor ▪ Cliente objetivo ▪ Competencia identificada ▪ Canales ▪ Modelos de ingresos ▪ Recursos y actividades claves ▪ Estructura de costos ▪ Aliado claves ▪ Logros y validación del mercado ▪ Video de un minuto que muestre el potencial del proyecto y la propuesta de valor de la solución. <p>✓ La categoría de Investigadores debe llenar el formulario de inscripción con la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estado del proyecto (Desarrollo del piloto, fase de implementación, operación de la empresa) ▪ Ubicación del proyecto ▪ Sector económico ▪ Descripción del problema
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Propuesta de valor ▪ Cliente objetivo ▪ Competencia identificada ▪ Canales ▪ Modelos de ingresos ▪ Recursos y actividades claves ▪ Estructura de costos ▪ Aliado claves ▪ Logros y validación del mercado ▪ Video de un minuto que muestre el potencial del proyecto y la propuesta de valor de la solución. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Segunda etapa:</i> Evaluación y selección de finalistas. • <i>Tercera etapa:</i> Capacitación de finalistas. • <i>Cuarta etapa:</i> Presentación de finalistas (Pitch). Los finalistas presentan su pitch en un máximo de 7 minutos. • <i>Quinta etapa:</i> Premiación
<p>PREMIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Empresario UAO:</i> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1er. Puesto: - Diagnóstico en Innovación (16 horas de consultoría), con la firma Innovers SAS. Valor de la consultoría \$4.000.000. - Outdoor training de 4 horas con la empresa Hunzahua - Outdoor Training. Valor \$3.000.000. - Rediseño de marca gráfica y manual básico de identidad corporativa con la empresa Línea Creativa por valor de \$1.000.000. ✓ 2º. Puesto: - Taller de Innovación para 10 personas (8 horas), de la firma INNOVERS SAS. Valor del taller. \$ 2.000.000. ✓ 3er. Puesto: - Taller de Innovación para 10 personas (4 horas), dictado por la firma INNOVERS SAS. Valor del taller \$1.000.000. • <i>Emprendedor UAO:</i>

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1er. Puesto: - 8 horas de apoyo y acompañamiento para prototipo físico en el FabLab UAO o Media Lab, si es digital. - Diseño de marca gráfica y manual básico de identidad corporativa con la empresa Línea Creativa por valor de \$1.000.000. ✓ 2º. Puesto: - Outdoor training de 4 horas con la empresa Hunzahua - Outdoor Training. Valor \$3.000.000. - Tablet por valor aproximado de \$500.000. ✓ 3er. Puesto: - Tablet por valor aproximado de \$500.000. • <i>Innovador UAO:</i> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1er. Puesto: - 8 horas de apoyo y acompañamiento para prototipado físico en el FabLab UAO o Media Lab, si es digital. - Outdoor training de 4 horas con la empresa Hunzahua - Outdoor Training. Valor \$3.000.000. Vigilancia tecnológica para el proyecto y viabilidad de patente por parte de la oficina de Gestión de la Innovación y Desarrollo Tecnológico de la UAO. ✓ 2º. Puesto: - Vigilancia tecnológica para el proyecto y viabilidad de patente por parte de la oficina de Gestión de la Innovación y Desarrollo Tecnológico de la UAO
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación para el mejoramiento de la iniciativa empresarial en la tercera etapa del concurso. • Asesorías para el proyecto en el Centro Institucional de Emprendimiento Empresarial, CIEE.
TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	<p>Los organizadores, los miembros del jurado evaluador, asesores y demás personas involucradas en el concurso convienen, que durante la realización del mismo, toda información referente a los participantes o a los</p>

	proyectos presentados por estos se considera importante y confidencial, y divulgarla o transmitirla puede lesionar sus intereses, y/o los de los organizadores del programa.
--	--

UNIVERSIDAD ICESI	
HISTORIA Y CONTEXTO	
<p>La Universidad ICESI es una universidad privada, fundada en el año 1979 por un grupo de empresarios vallecaucanos en la ciudad de Cali, Colombia.</p> <p>La misión de la Universidad es “Aprendemos a conocer y actuar para construir un mundo mejor”. La Universidad ICESI hace parte del selecto grupo de Universidades de Colombia con acreditación institucional otorgada por el Ministerio de Educación del Gobierno Colombiano.</p> <p>El Proyecto Educativo de la Universidad establece un compromiso con la formación de individuos autónomos que piensan, escuchan, analizan y juzgan, después de recopilar la información pertinente; son capaces de aprender por sí mismos; desarrollan las capacidades de análisis y de síntesis; piensan críticamente; proponen nuevas soluciones para nuevos o viejos problemas; tienen en cuenta nuevas realidades; aprecian la vida en todas sus expresiones; tienen claro el devenir histórico y filosófico que explica las situaciones actuales y proyectan a la humanidad hacia nuevos horizontes, porque son capaces de liderar cambios y poseen espíritu empresarial.</p> <p>Actualmente la universidad cuenta con 5 facultades: Ciencias Administrativas y Económicas, Ingeniería, Derecho y Ciencias Sociales, Ciencias Naturales, Ciencias de la Salud y la Escuela de Ciencias de la Educación, a su vez cuenta con 25 departamentos académicos cuyos 185 profesores poseen la más alta calidad académica. El 63% de los docentes tienen formación doctoral o están en proceso para alcanzar esta categoría.</p>	

La universidad se encuentra en el rango 151-200 en el ranking QS de las mejores universidades de Latinoamérica.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

CENTRO DE DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRESARIAL (CDEE)

El Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi (CDEE-ICESI) es una unidad académica de la Universidad ICESI, cuya misión es forjar, a través de procesos académicos y con la participación permanente de la comunidad académica y empresarial, una nueva CULTURA EMPRESARIAL, llena de innovación y de responsabilidad social, que sea motor del desarrollo social y económico a nivel nacional.

Las áreas de creación, apropiación y difusión del conocimiento en las cuales trabaja el CDEE son:



El Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial (CDEE) hace parte de equipo de investigación de GEM desde el 2006 con GEM Colombia, en donde participa con otras tres Universidades (Universidad de los Andes, Universidad del Norte y Universidad Pontificia Javeriana-Cali) y desde el 2011 con GEM Caribbean, en donde hace equipo con grupos de investigación en Barbados, Jamaica, Trinidad & Tobago, OECS y Surinam.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE CDEE

Grupo Espíritu Empresarial	Toda la actividad investigativa del CDEE-Icesi se ha integrado en el grupo Espíritu Empresarial, el cual ha recibido de Colciencias, en su proceso de evaluación del 2009, la categoría B.
ProPyme	<p>Propyme promueve el fortalecimiento de la gestión de la PyME, buscando garantizar su supervivencia y efectuar procesos de crecimiento y desarrollo, en forma exitosa a través de servicios integrales de formación, consultoría y proyectos especiales.</p> <p>Para este fin se ofrecen seminarios y diplomados abiertos al público; se diseñan programas para las empresas que son estructurados a partir de diagnósticos efectuados conjuntamente con la</p>

organización y se crean planes orientados a proporcionar la formación de carácter gerencial de los profesionales y ejecutivos de las organizaciones: se prestan servicios de consultorías para la pyme y se desarrollan programas de intervención social para favorecer a diversos sectores del devenir nacional.

START-UPCAFÉ

Concepto innovador de espacios físicos y virtuales, que ofrecen un ambiente adecuado para construir empresas de base tecnológica, fundamentado en conocimientos, destrezas, habilidades y experiencias de estudiantes, profesores, empleados, empresarios y en general de todos los actores influenciados o que influyen a la comunidad de la Universidad ICESI.



Comunidad empresarial



Ejercicios creativos



Innovación

CENTRO DE INDUSTRIAS CULTURALES

El C.I.C. Nace en el 2011, bajo la dirección del Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial (CDEE) con la necesidad de fortalecer el entorno cultural de la región, generar conocimientos alrededor de las dinámicas de la industria cultural y poner en marcha diversas herramientas para su fortalecimiento.

La oferta formativa que se está construyendo desde el Centro de Industrias Culturales, (Diplomados, Seminarios y cursos de pregrado) pretende integrar las acciones creativas propias de los generadores de expresiones culturales, con los aspectos empresariales para dar lugar a nuevas e innovadoras empresas culturales que aumenten el valor de la propiedad intelectual y que logren convertir esos intangibles en generadores de bienestar y de valor económico.

El C.I.C, se encuentra en la etapa de formulación de programas formativos, para los empresarios culturales, además de la nueva oferta para los estudiantes de

pregrado en el segundo semestre del 2012, que los conecte con la creatividad, la cultura y la formación empresarial.

SERVICIOS OFRECIDOS POR EL C.I.C.

<p><i>Programa de formación para el fortalecimiento de agentes comerciales del sector de la música - corredor pacífico</i></p>	<p>El contenido del programa se centra en la gestión y manejo de agrupaciones musicales y busca ofrecer a sus participantes las herramientas para profesionalización de sus labores de representación y comercialización musical. Es un programa financiado por el Ministerio de Cultura, gratuito para todos sus participantes.</p>
<p><i>Diplomado Gestión y Mercadeo Cultural</i></p>	<p>La Universidad Icesi a través de su Centro de Industrias Culturales asume un rol formador ofreciendo programas que permitan a los actuales y futuros empresarios de las industrias culturales jugar un papel activo en el desarrollo de su empresa cultural, y el fortalecimiento del entorno cultural en Cali. Así se cumplirá el objetivo de posicionar a la industria cultural como nueva fuente de de oportunidades y de esa manera, contribuir al desarrollo socioeconómico de la ciudad.</p>
<p><i>Asesorías</i></p>	<p>Con el propósito de ayudar al nacimiento y al fortalecimiento de empresas de base cultural, el Centro de Industrias Culturales, en alianza con el Centro de Desarrollo Empresarial Alaya del CDEE se ha formulado una guía para los empresarios culturales en distintas etapas de su emprendimiento o empresa para asesorar y fortalecer sus ideas a través del acompañamiento del C.I.C.</p>
<p><i>Conversatorio / Taller: Dirección de Arte para la industria de la Música</i></p>	<p>El objetivo es exponer los principales conceptos de dirección de arte, así trabajar con los distintos artistas que trabajen con el sector de la música, con la intención de llevar identidad a sus proyectos musicales, a través de las distintas aplicaciones del diseño como styling, fotografía, ilustración, puesta en escena y video.</p>


<p><i>Muestra Internacional Documental en ICESI</i></p>	<p>La Muestra Internacional Documental cumple quince años, consolidándose en Colombia desde 1998 como el único evento anual especializado en el género documental y uno de los más significativos de Latinoamérica. Siendo en su origen una iniciativa del Ministerio de Cultura, es importante resaltar que la MID es hoy por hoy, el referente obligado de circulación de las obras documentales producidas en el país. Así mismo, es un espacio excepcional en el que los asistentes tienen oportunidad de encontrarse con obras internacionales de gran calidad artística.</p>
<p>CENTRO ALAYA DE DESARROLLO EMPRESARIAL</p>	
<p>Los Centros Alaya de desarrollo empresarial en Colombia, son una iniciativa de las Universidades ICESI y Valle, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Fundación de Apoyo de la Universidad del Valle y Compañeros de las Américas, que tiene como finalidad apoyar el desarrollo empresarial del Valle del Cauca y del país. Su modelo operativo ha tomado elementos básicos de los Centros de Desarrollo Empresarial para la Pequeña y Mediana Empresa (Small Business Development Centers - SBDC) que ha funcionado exitosamente en los Estados Unidos desde hace más de 40 años.</p>	
<p>La misión de los Centros Alaya es contribuir al mejoramiento de la productividad y competitividad de las Mipymes de la región, mediante programas de asesoría y capacitación, logrando así, promover su creación, supervivencia y crecimiento para contribuir a la transformación empresarial y social del país.</p>	
<p>SERVICIOS DEL CENTRO AYALA</p>	
<p><i>Asesorías Empresariales</i></p>	<p>Se ofrece asesorías en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de empresas: Para empresarios que tienen una idea de negocio estructurada y han realizado algunas investigaciones adicionales que contribuyen a su proyecto y desean elaborar su plan de empresa. • Fortalecimiento empresarial: Para los empresarios que requieran mejorar aspectos generales de su organización.

<p><i>Convenio BANCÓLDEX</i></p>	<p>Desde el 2006 el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial estableció un convenio con Bancóldex para fortalecer el tejido empresarial de la región suroccidente del país: Valle del Cauca, Cauca y Nariño. A través de estos programas se brinda asesoría y capacitación a micro, pequeños y mediamos empresarios.</p>
<p><i>Taller de Generación de Ideas</i></p>	<p>Este programa está dirigido a empresarios que cuenten con una idea de negocio en proceso de ser definida, ya sea porque no tienen clara una idea o tienen muchas ideas.</p>
<p><i>Taller de Validación de Ideas</i></p>	<p>Este programa está dirigido a empresarios que cuenten con una idea de negocio definida y busca precisar una propuesta de valor relacionada con las necesidades reales del mercado</p>
<p><i>Programa de Acompañamiento</i></p>	<p>Este programa está dirigido a estudiantes de todos los programas de pregrado de la Universidad ICESI interesados en desarrollar competencias empresariales. Durante las sesiones se desarrollan temas como generación y evaluación de ideas, modelo de empresa, plan de carrera empresarial, gestión empresarial, testimonios empresariales, entre otros.</p>
<p><i>Diseño de Imagen Corporativa</i></p>	<p>Este programa busca fortalecer la imagen corporativa y demás aspectos relevantes en el posicionamiento de las empresas participantes. Durante el semestre, los estudiantes realizan el diseño o rediseño del logo (creación de marca), la elaboración del manual de Imagen Corporativa (protocolo de usos de la imagen Corporativa: descripción de la marca, colores corporativos, papelería, avisos, material POP, etc.). Este programa cuenta con la colaboración del docente Juan Carlos Buitrago.</p>
<p><i>Estrategias medios y campañas publicitarias</i></p>	<p>Los estudiantes conforman grupos que se encargan de diseñar estrategias publicitarias para las empresas participantes. Cada una de las</p>

	empresas participantes recibe entre 3 y 5 propuestas publicitarias diferentes.
Investigación Cuantitativa de Mercados	El objeto principal de este programa es proveerle, una investigación cuantitativa de mercados a la empresa participante, con el fin de facilitar la toma de decisiones estratégicas.
ASÍ FORMAMOS EMPRESARIOS ICESI	
DESCRIPCIÓN	Es un concurso de emprendimiento que presenta los proyectos empresariales realizados durante el semestre, de los estudiantes de pregrado de la Universidad ICESI.
OBJETIVO	Estimular las actividades empresariales de los estudiantes que están tomando cursos del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial.
PARTICIPANTES	Estudiantes de Pregrado de la Universidad ICESI
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia Empresarial Nivel 1: participan alrededor de 10 grupos de estudiantes, cada uno de 6 estudiantes que estén tomando los cursos de Espíritu Empresarial y Espíritu Empresarial de base tecnológica. • Competencia Empresarial Nivel 2: Participan alrededor de 9 grupos de estudiantes, cada uno de 25 -30 estudiantes de los semestres más avanzados que están tomando los cursos de Creatividad Empresarial, Plan de Negocio y Plan de Negocio de base Tecnológica.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia Empresarial Nivel 1: Deben presentar su iniciativa empresarial en stands y realizar una presentación a los visitantes. • Competencia Empresarial Nivel 2: Los equipos deben realizar una presentación oral ante los jurados (Pitch); tienen 12 minutos para exponer su actividad empresarial y su actividad social y luego 5 minutos de preguntas y respuestas. <p>* Los recursos son suministrados por los equipos. Cada equipo del nivel 1 aporta \$300.000 pesos en</p>

	<p>su registro y cada equipo del nivel 2 aporta \$400.000 pesos en su registro.</p>
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Se define un tema para cada nivel. • <i>Segunda etapa:</i> Cada grupo define la actividad empresarial en todos sus alcances. • <i>Tercera etapa:</i> Los equipos registran la idea para evitar conflictos por competencia directa. • <i>Cuarta etapa:</i> Los equipos definen como financiar su actividad y como organizarse para el desarrollo de la misma. • <i>Quinta etapa:</i> Los equipos definen cuál actividad de responsabilidad social van a desarrollar en paralelo con su iniciativa empresarial • <i>Sexta etapa:</i> Los equipos desarrollan su iniciativa. Se reúnen con el jurado interno y preparan el resumen ejecutivo y el informe de su actividad empresarial. • <i>Séptima etapa:</i> Los equipos finalistas sustentan ante el jurado externo. • <i>Octava etapa:</i> Los equipos ganadores reciben los premios correspondientes. • <i>Novena etapa:</i> Los equipos ganadores desarrollan actividad de integración de grupo con el 50% de las utilidades y de los premios recibidos. Definen actividades sociales a realizar con el otro 50% de los premios y de las utilidades y ejecutan las actividades sociales. <p>* El jurado interno es definido por la Directora de Recursos Educativos del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial. Los jurados externos son sugeridos por los profesores y aceptados por el Director del CDEE.</p>
PREMIACIÓN	<p>Hay cuatro categorías de premios :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovación

	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad Social • Gestión • Presentación <p>Las 3 primeras reciben 30% de la bolsa de premios y la última 10%.</p> <p>Tanto el jurado interno como los externos generan evaluación en cada una de las tres primeras categorías. Para la última categoría solo votan los 3 jurados externos.</p> <p>La bolsa de premios para la Competencia Empresarial Nivel 1 es de \$1.560.000 pesos.</p> <p>La bolsa de premios para la Competencia Empresarial Nivel 2 es de \$2.800.000 pesos.</p>
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • A lo largo del semestre, en el marco de sus cursos, los estudiantes reciben diversos apoyos de los profesores, para que sus iniciativas empresariales sean más exitosas.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE	
HISTORIA Y CONTEXTO	
<p>La Universidad Autónoma del Caribe es una universidad privada fundada en el año 1967 por el Doctor Mario Ceballos Araújo en la ciudad de Barranquilla, Colombia.</p> <p>La Universidad Autónoma del Caribe es un Centro de Cultura y Ciencia que tiene el propósito de generar, validar, difundir y aplicar conocimiento en distintas áreas del saber dentro del marco de los desarrollos humanísticos, científicos y tecnológicos universales. La Universidad Autónoma del Caribe, articula la academia, la investigación y la extensión, mediante el desarrollo de procesos pedagógicos autorregulados y con enfoque internacional que contribuyen a solucionar problemas propios de la sociedad y a consolidar las comunidades científicas y tecnológicas del país.</p>	

En este sentido, la Universidad proporciona a sus estudiantes Formación Integral de alta calidad, sustentada en un excelente desempeño Institucional, el enfoque sistémico holístico de la realidad y la vivencia cotidiana de los principios y valores expresados en el Proyecto Educativo Institucional.

Actualmente cuenta con 5 facultades (Facultad de arquitectura, arte y diseño, Facultad de ciencias sociales y humanas, Facultad de Ingeniería, Facultad de Jurisduprencia y Facultad de ciencias administrativas, Económicas y Contables) y programa de modalidad virtual. A su vez ofrece programas de pregrado, posgrado y tecnológicos.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

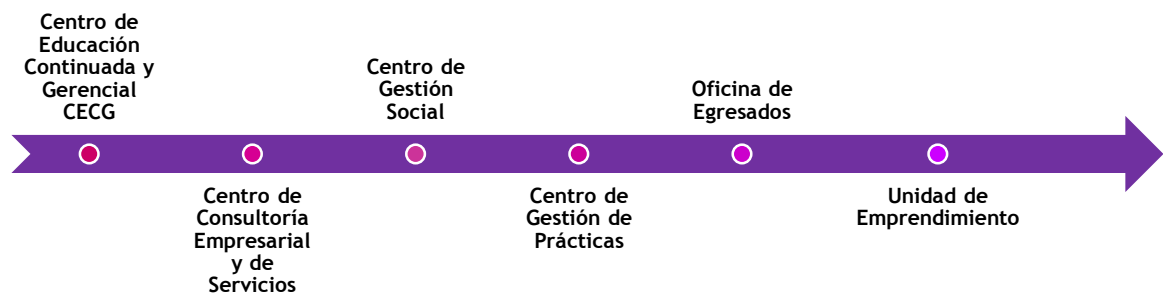
VICERRECTORÍA DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL

La Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social de la Universidad Autónoma de Caribe, tiene como objetivo fomentar la relación Universidad-Empresa-Estado en la perspectiva de poner al servicio de los diferentes sectores, la docencia y la investigación como proceso de doble vía que permita una instancia superior de pensamiento, para enriquecer la dinámica del desarrollo mediante procesos de inserción, interacción e integración con el entorno social, las personas y las comunidades que lo conforman.

La Universidad Autónoma de Caribe aporta desde su quehacer el conocimiento y desde sus principios y valores, propuestas y soluciones a las necesidades y problemas que enfrenta la sociedad.

La Extensión comprende los programas de Educación Continuada y Gerencial: diplomados, cursos, seminarios y los programas destinados a la difusión de los conocimientos, al intercambio de experiencias, así como las actividades de servicio tendientes a procurar bienestar general de la comunidad y la satisfacción de las necesidades de la sociedad, en especial de la Región Caribe Colombiana.

Modalidades de Servicios de Extensión y Proyección Social



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO: CENTRO DE EMPRENDIMIENTO UNIAUTONOMA


En la Universidad Autónoma del Caribe forma muy buenos emprendedores; mejores emprendedores que trabajadores, porque reconocen que los emprendedores rompen esquemas al generar ideas y progreso.

La innovación para este 2015 es la vinculación de todos los egresados a las herramientas desarrolladas por el Centro de Emprendimiento de la Uniautónoma.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO OFRECIDOS POR EL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO.

Club de Emprendedores	Ofrece un espacio que facilita la capacitación y apoya a las ideas de negocio en diferentes áreas.
Talleres	La Universidad ofrece talleres de capacitación a los estudiantes y egresados emprendedores, que les ayudan a desarrollar su idea de negocios.

IDEA TU EMPRESA

	Es un concurso de ideas de negocio ofrecido por la Universidad Autónoma del Caribe. El ganador de cada categoría obtendrá \$6.000.000 de pesos como capital semilla para empezar su empresa.
OBJETIVO	Fomentar, fortalecer e Incentivar entre los jóvenes estudiantes de Pregrado y egresados de la Universidad Autónoma Del Caribe el espíritu empresarial, mediante la presentación de ideas de negocio innovadoras que contribuyan al desarrollo económico y social.
PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes de Pregrado de la UAC (Semestre 1 al 10) • Estudiantes del CEP (Programas Técnicos/ Tecnológicos) • Egresados UAC
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • Categoría de Estudiantes • Categoría de Egresados
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • No hay limitación por semestre ni facultad, ni jornada.

	<ul style="list-style-type: none"> • Se puede participar en grupo o individualmente.
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Los participantes deben realizar su inscripción en la Página web del concurso con la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nombre del proyecto ✓ Autor ✓ Rol o cargo ✓ Tiempo de desarrollo del proyecto ✓ Equipo de trabajo ✓ Definición del producto ✓ Propuesta de valor ✓ Principales competidores • <i>Segunda etapa:</i> Los participantes seleccionados deberán presentar su plan de negocios bajo el Modelo Canvas y presentar el estudio de mercado que valide su producto. • <i>Tercera etapa:</i> Los participantes deberán realizar su pitch en un video. • <i>Cuarta etapa:</i> Los participantes finalistas deberán presentar el curriculum vitae de los integrantes del grupo y el prototipo del producto. • <i>Quinta etapa:</i> Se premiará a las mejores ideas de cada categoría. <p>* En el modelo de negocio los equipos deberán mostrar como su proyecto se ajusta a las exigencias en temas de innovación, emprendimiento, impacto y sostenibilidad.</p>
PREMIACIÓN	Se entregarán \$6.000.000 a las mejores ideas de negocio de cada categoría.
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • La Universidad ofrece talleres de capacitación a los estudiantes y egresados emprendedores, que les ayudan a desarrollar su idea de negocios.

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA



HISTORIA Y CONTEXTO

La Universidad Cooperativa de Colombia es una institución privada de educación superior fundada como Universidad en el año 1983, en la ciudad de Medellín, Colombia.

La misión de la Universidad es: “Somos una Institución de Educación Superior de propiedad social, formamos personas competentes para responder a las dinámicas del mundo, contribuimos a la construcción y difusión del conocimiento, apoyamos el desarrollo competitivo del país a través de sus organizaciones y buscamos el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, influidos por la economía solidaria que nos dio origen.”

Actualmente cuenta con 7 facultades académicas en las cuales se dividen los programas ofrecidos por la universidad.: Facultad de Agronomía, Veterinaria y afines, Facultad de Bellas Artes, Facultad de Ciencias de la Educación, Facultad de Ciencias de la Salud, Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Ciencias Políticas, Facultad de Economía, Administración, Contaduría, Facultad de Ingeniería, Arquitectura, urbanística y afines.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

EL INSTITUTO DE ECONOMÍA SOCIAL Y COOPERATIVISMO - INDESCO

En la actualidad, en el marco de la nueva estructura organizacional hace parte de la Vicerrectoría de Proyección Institucional. Su accionar está orientado a contribuir al fortalecimiento de la cultura, la práctica cooperativa y de economía solidaria a través de las funciones de investigación, educación y proyección social de la universidad hacia el sector cooperativo y solidario en el ámbito nacional e internacional.

El Instituto de Economía Social y Cooperativismo - INDESCO, desarrolla funciones de:





EMPREDIMIENTO SOLIDARIO E INNOVACIÓN SOCIAL

El Instituto de Economía Social y Cooperativismo - INDESCO a través de los servicios de Emprendimiento Solidario e Innovación Social desarrolla actividades que permiten la creación y consolidación de empresas solidarias articuladas a las dinámicas de los desarrollos productivos y sociales de las regiones.

SERVICIOS OFRECIDOS POR EL PROGRAMA DE EMPREDIMIENTO SOLIDARIO E INNOVACIÓN SOCIAL

<p><i>Sensibilización</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • La creación o reactivación de la cultura emprendedora en los estudiantes y profesores de la Universidad a través de procesos formativos que conduzcan al emprendimiento solidario como un estilo de vida • Orientación de procesos de innovación en las empresas y organizaciones de economía solidaria
<p><i>Apalancamiento técnico y social para la autogestión en las organizaciones solidarias</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • El desarrollo de procesos para la consolidación de ideas con alto valor agregado asociadas a las dinámicas económicas y demandas del sector productivo, para la constitución y fortalecimiento de empresas solidarias y la consecuente generación de fuentes de empleo. • Promoción de redes solidarias que fortalezcan las cadenas productivas.
<p><i>Asesoría y consultoría</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generación y potenciación de empresas solidarias como agentes dinamizadores del cambio social en los territorios • Acompañamiento a emprendimientos solidarios.

<p><i>Servicios tecnológicos para la innovación social</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dinamización de redes de conocimiento internas y externas para la generación de modelos de emprendimiento solidario e innovación social. • Fomento del uso y apropiación de Tecnologías Sociales.
SER EMPRENDEDOR UCC	
	<p>Es un concurso de emprendimiento dirigido a la comunidad de la Universidad Cooperativa de Colombia.</p>
<p>OBJETIVO</p>	<p>Reconocer la capacidad emprendedora de toda la comunidad de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Medellín - Envigado para su acompañamiento y consolidación.</p>
<p>PARTICIPANTES</p>	<p>Estudiantes de pregrado, Estudiantes de posgrado, Egresados, Profesores e Investigadores.</p>
<p>CATEGORÍAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Categoría Ideas • Categoría proyectos
<p>REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes deben ser miembros de la comunidad universitaria
<p>ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Difusión e inscripciones. • <i>Segunda etapa:</i> Entrevistas a los participantes • <i>Tercera etapa:</i> Publicación de preseleccionados • <i>Cuarta etapa:</i> Capacitación para la presentación de la idea de negocio o proyecto de negocio. • <i>Quinta etapa:</i> Presentación de la idea o proyecto de negocio de 8 minutos. • <i>Sexta etapa:</i> Premiación
<p>PREMIACIÓN</p>	<p>Se entregarán para cada una de las categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primer puesto: \$ 1'000.000 (Un millón de pesos). • Segundo puesto \$ 500.000 (Quinientos mil pesos)

	* Se reconoce el potencial emprendedor mediante: La presentación personal, El dominio de la idea o proyecto y la viabilidad comercial y financiera.
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres • Conferencias • Ruedas de negocio • Encuentro de emprendedores
PREMIO RYMEL SERRANO URIBE	
	El premio RYMEL SERRANO URIBE se otorgará a las buenas prácticas de organizaciones solidarias y a los jóvenes que formulen ideas de negocios solidarios que contribuyen a la construcción de escenarios de paz.
OBJETIVO	Reconocer e incentivar a las personas y organizaciones que contribuyen mediante su trabajo al desarrollo del cooperativismo y la economía solidaria a través de procesos investigativos, educativos y de emprendimiento de manera innovadora, con calidad y pertinencia para sus contextos.
PARTICIPANTES	Organizaciones solidarias y estudiantes universitarios.
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • Categoría Buenas Prácticas a Organizaciones Solidarias Constructoras de Paz: Se premian experiencias asociativas constructoras de paz, sostenibles y que generen aprendizajes o transferencia a otras organizaciones. • Categoría Jóvenes con “Ideas de Negocios Solidarios y Asociativos”: Convoca a estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia a que presenten ideas de negocios solidarios que a través de la asociatividad puedan generar mejoramientos en la calidad de vida en los territorios.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	Se tendrán en cuenta iniciativas en las siguientes áreas: desarrollos tecnológicos, educación y

	<p>conocimiento abierto, juegos para el cambio social, participación ciudadana, gestión empresarial, gestión ambiental.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Categoría Buenas Prácticas a Organizaciones Solidarias Constructoras de Paz: La convocatoria está abierta a aquellas experiencias organizativas colombianas que puedan ser consideradas buenas prácticas de acuerdo a los siguientes criterios: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser organizaciones legítimamente constituidas pertenecientes a cualquier actividad económica (agropecuario, industrial y servicios) ✓ Deben haber pasado por un proceso de planificación, ejecución y contar con una evaluación, de manera que permita observar los resultados para verificar si la práctica es exitosa ✓ Debe estar aplicándose en el momento de ser presentada. No puede referirse a una experiencia realizada en el pasado y que no haya sido mantenida en el tiempo ✓ Debe solucionar un problema o contribuir a la mejora continua ✓ Debe ser eficaz respecto a los objetivos planteados, eficiente respecto al recurso empleado y efectiva en las soluciones de problemas ✓ Debe ser sostenible, replicable respecto al potencial de transferencia (flexibilidad y adaptabilidad) e innovadora en cuanto a la repercusión en el aprendizaje de nuevas formas y estilos de trabajo ✓ Debe ser original y contar con suficientes evidencias de su aplicación
--	---

	<p>y aporte al desarrollo de la organización postulante</p> <ul style="list-style-type: none"> • Categoría Jóvenes con “Ideas de Negocios Solidarios y Asociativos”: ✓ Se tendrán en cuenta iniciativas en las siguientes áreas: desarrollos tecnológicos, educación y conocimiento abierto, juegos para el cambio social, participación ciudadana, gestión empresarial, gestión ambiental. ✓ Los estudiantes deben conformar equipos no mayores de tres personas, concretar su idea de negocios solidarios y asociativos mediante el formato Canvas y elaborar un video de máximo tres minutos en el cual explican: ¿Cuál es la idea de negocio solidario y asociativo?, ¿En qué consiste la solución creada?, ¿Por qué contribuye a la construcción de escenarios de paz?
<p>ETAPAS</p>	<p>Procedimiento para la participación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para la Categoría Buenas Prácticas “Organizaciones Solidarias constructoras de Paz”: <p>Los participantes deben entregar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formato de Sistematización de Buenas Prácticas con las correspondientes evidencias audiovisuales. ✓ Carta de aceptación bases del premio con el nombre completo e identificación de (de los) autor (es). ✓ Cédula del representante legal y RUT actualizado de la organización <p>Estos documentos deben ser entregados a los Coordinadores de INDESCO de cada sede de la Universidad. La práctica ganadora en sede será enviada antes del cierre de la convocatoria vía</p>

	<p>electrónica con sus respectivos formatos y evidencias al correo del evento.</p> <p>En caso de no cumplir con todos los requisitos exigidos, la práctica no será tomada en cuenta para la evaluación de los jurados.</p> <ul style="list-style-type: none">• Para la Categoría Jóvenes “Ideas de Negocios Solidarios y Asociativos” <p>En cada sede el equipo de profesores de economía solidaria y emprendimiento promoverá que los estudiantes participen en el concurso. Los profesores acompañarán el proceso de concreción de la idea mediante el formato Canvas.</p> <p>En cada sede se organizarán eventos de presentación para seleccionar el mejor trabajo. La idea de negocio seleccionada se envía de la siguiente manera:</p> <ol style="list-style-type: none">a. Documento de presentación de la Idea de Negocio que incluye:<ul style="list-style-type: none">✓ Formato Canvas✓ Carta de aceptación bases del premio con el nombre completo e identificación del autor.✓ El enlace del video en YouTube, en donde el estudiante durante el proceso de selección expone su idea de negocio solidario asociativo con una extensión no mayor a 3 minutos. (La grabación del video debe ser coordinada con la dirección de comunicaciones de su respectiva sede).b. Fotocopia de cédula del participante y carné vigente
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Para cada una de las categorías el jurado estará integrado por personas de reconocido prestigio en el tema y modalidad de las propuestas. • El Jurado para la categoría de jóvenes tendrá en cuenta los resultados de la votación virtual que se realizará a través de la página web de la universidad como uno de los criterios de valoración. • La decisión del jurado será inapelable. El jurado puede declarar el premio desierto o conferir Menciones de Honor a las experiencias que sean merecedoras de una distinción especial.
<p>PREMIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para la categoría Para la Categoría Buenas Prácticas “Organizaciones Solidarias constructoras de Paz” el premio consiste en la entrega de una placa conmemorativa, la difusión de la experiencia a través de los diferentes medios de comunicación y una cuantía en dinero equivalente a cinco millones de pesos (\$ 5.000.000). • Para la categoría estudiantes, el premio consistirá en una placa conmemorativa, para cada uno de los miembros del equipo ganador en sede, la divulgación en los diferentes medios de comunicación, la asesoría para consolidar la idea de negocio solidario y asociativo y el derecho a participar por el premio nacional. • El premio nacional consiste en la entrega de Media Beca (50% de la matrícula) para cada uno de los miembros del equipo ganador en el primer semestre de 2016

UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES



HISTORIA Y CONTEXTO

La Universidad Católica de Manizales (UCM) fue fundada el 11 de febrero de 1954 por la Congregación de las Hermanas de la Caridad Dominicanas de la Presentación de la Santísima Virgen en la ciudad de Manizales, Colombia.

La UCM tiene como misión contribuir a la formación integral de la persona desde una visión humanista, científica y cristiana, iluminada por el Evangelio, el Magisterio de la Iglesia y el Carisma Congregacional de las Hermanas de la Caridad Dominicanas de la Presentación de la Santísima Virgen; orienta la academia con criterio de universalidad hacia el desarrollo y humanización del conocimiento, la construcción de nueva ciudadanía para responder a retos y desafíos de la sociedad contemporánea en el contexto de un mundo globalizado como expresión del diálogo entre fe-cultura-vida.

En la actualidad cuenta con 5 facultades (Facultad de Administración, Facultad de Ciencias de la Salud, Facultad de Educación, Facultad de Ciencias Sociales, humanidades y teología y Facultad de Ingeniería y Arquitectura) que ofrecen programas de pregrado, posgrado, educación continuada, educación a distancia y educación virtual.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

EMPRENDE UCM

EmprendeUCM es una invitación a la generación de nuevas empresas como una opción de vida posible para los estudiantes, egresados, docentes, investigadores y funcionarios de la Comunidad UCM.

Como Unidad de Emprendimiento, EmprendeUCM es un punto de apoyo para la dinamización del Ecosistema para el Emprendimiento y la Innovación de la UCM,

donde acompañamos la consolidación de las iniciativas de empresa de la Comunidad UCM, a través de actividades que impactan la Cultura Emprendedora y fortalecen el Capital Humano para el Emprendimiento.

EmprendeUCM es la unidad dinamizadora del Ecosistema para el Emprendimiento y la Innovación de la UCM, a la vez que hace parte de la dinámica del Ecosistema de la ciudad y la región.

EmprendeUCM trabaja específicamente en tres dominios del Ecosistema para el Emprendimiento y la Innovación (Curricular, Cocurricular e Investigación), con el fin de impactar tres dimensiones del Ecosistema (Infraestructura, Stakeholders y Cultura).

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE EMPRENDE UCM

<p><i>Información</i></p>	<p>Actividades informativas sobre para la Comunidad UCM sobre lo que significa ser Emprendedor, la importancia del Emprendimiento como competencia para la vida y los servicios de EmprendeUCM. Se realizan visitas informativas a Colectivos Docentes, materias de pregrado y posgrado, y reuniones informativas por solicitud.</p>
<p><i>Sensibilización</i></p>	<p>Actividades que buscan generar en la Comunidad UCM el interés por reflexionar en torno a su proyecto de vida y a transformarlo hacia el Emprendimiento como opción válida y posible. Se realizan eventos con testimonios emprendedores, talleres de sensibilización y jornadas de reflexión.</p>
<p><i>Formación</i></p>	<p>Actividades para la generación y fortalecimiento de competencias específicas para el Emprendimiento, que sean de utilidad para potencializar y acelerar el proceso de crecimiento del Emprendedor como líder de su proyecto de vida y de negocios. Se realizan a través de las materias electivas en Emprendimiento (Emprendimiento UCM, Plan de Empresa, Gestión Empresarial), sesiones específicas en materias que lo soliciten, talleres, cursos, seminarios y eventos académicos. Son de especial interés las competencias los temas</p>

	relacionados con el Pensamiento de Diseño, Modelos de Negocio, Propuestas de Valor, Innovación, Creatividad, Negociación y Ventas.
<i>Asesoría de Acompañamiento</i>	Para Emprendedores de la Comunidad UCM en etapa inicial, en proceso de consolidar su iniciativa de negocios, se lleva a cabo proceso de asesoría por demanda para la participación en concursos y convocatorias de fomento y financiación al Emprendedor, como lo son Fondo Emprender, Destapa Futuro, Innpulsa, Ventures y TIC Américas.
<i>Asesoría de Fortalecimiento</i>	Para Empresarios, tanto de la Comunidad UCM como público en general, se lleva a cabo proceso de asesoría y formación específica, con el fin de entregar elementos para que puedan mejorar las áreas empresariales con mayor oportunidad de mejora. Con este fin se ejecutan proyectos colaborativos, venta de servicios y programas auspiciados por el sector público y/o privado.
EUREKA CONCURSO DE INICIATIVAS DE NEGOCIO UCM	
DESCRIPCIÓN	Es un concurso de iniciativas de negocio ofrecido a la comunidad de la UCM. El Concurso se realiza una vez al año.
OBJETIVO	Sensibilizar a la Comunidad Académica UCM con relación a la oportunidad de generar más y mejores nuevas empresas y dar reconocimiento y estímulo a los Emprendedores UCM destacados por su compromiso y avance.
PARTICIPANTES	Estudiantes de pregrado, Estudiantes de posgrado, Egresados, Profesores e Investigadores.
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • Abierta • Social • Spin Off
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	Los participantes deben ser miembros de la comunidad de la UCM.

<p style="text-align: center;">ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Convocatoria Abierta. Período de inscripciones a través de la plataforma web del Concurso. • <i>Segunda etapa:</i> Primer filtro. Cada iniciativa de negocios es revisada por tres jurados, para valorar la coherencia del modelo de negocios, potencial de crecimiento, nivel de avance y nivel de innovación. Los jurados son expertos del ecosistema de emprendimiento de la Ciudad. El objetivo es seleccionar las mejores 5 iniciativas por cada categoría de participación. • <i>Tercera etapa:</i> Formación Avanzada. Los finalistas reciben formación para refinar su Modelo de Negocios, validar su mercado y perfeccionar su pitch de negocios. • <i>Cuarta etapa:</i> Presentación de Avances. Los finalistas ingresan a la plataforma web del Concurso su Modelo de Negocios corregido y un video de presentación de su pitch de negocios. • <i>Quinta etapa:</i> Presentación Final. Los finalistas presentan en vivo sus pitch (5 minutos más 5 minutos de preguntas) de negocios ante un jurado conformado por 5 expertos del Ecosistema de Emprendimiento de la Ciudad, quienes previamente han valorado los avances presentados. El ganador es seleccionando sumando el resultado de su Avance con el desempeño en la presentación Final. • <i>Sexta etapa:</i> Se selecciona un ganador por cada Categoría, el cual recibe premios en efectivo, asesoría y capacitación especializada.
<p style="text-align: center;">PREMIACIÓN</p>	<p>Se evaluarán las iniciativas de negocios según los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coherencia del modelo de negocios

	<ul style="list-style-type: none"> • Potencial de crecimiento • Nivel de avance y validación en el mercado • Nivel de innovación • Integración del Equipo de trabajo <p>Hay un ganador por Categoría, que recibe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Premio en efectivo por 3 SMLV para inversión en Capital de Trabajo • Proceso de Asesoría personalizada de 12 meses por parte de EmprendeUCM • Cupo en la próxima Feria de Emprendimiento UCM • Cupo en las próximas Ferias de Emprendimiento de las Universidades del Sistema Universitario de Manizales SUMA • Retroalimentación de su iniciativa de negocios por parte de un Experto internacional de Emprendedores Anónimos #EEAA
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres • Conferencias • Encuentro de emprendedores • Formación Avanzada para finalistas del Concurso, con talleres prácticos para refinar su Modelo de Negocios y su Pitch de Negocios.
FERIA DE EMPRENDIMIENTO UCM	
DESCRIPCIÓN	La Feria de Emprendimiento UCM da a conocer a la Comunidad Académica UCM la oferta de productos y servicios de los Emprendedores UCM, y de emprendedores Universitarios de la Ciudad. La feria se realiza una vez al año.
OBJETIVO	Promover la cultura del Emprendimiento en la Comunidad Académica UCM.
PARTICIPANTES	Estudiantes de pregrado, Estudiantes de posgrado, Egresados, Profesores, Familiares de la Comunidad Académica UCM.
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • Categoría de Ideación

	<ul style="list-style-type: none"> • Categoría de proyectos
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes deben contar con un stand para poder participar en la Feria. La universidad lo proporciona según disponibilidad • Las ideas o proyectos presentados deben cumplir con los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Coherencia de la presentación ✓ Potencial de Crecimiento ✓ Impacto visual del Stand ✓ Integración del equipo de trabajo
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Convocatoria Abierta. Los emprendedores inscriben sus iniciativas de negocios o empresas. • <i>Segunda etapa:</i> Se otorga el cupo de acuerdo con la capacidad instalada de la Feria. • <i>Tercera etapa:</i> Exhibición. Un día de exhibición al público de los emprendedores. • <i>Cuarta etapa:</i> Premiación.
PREMIACIÓN	<p>Un ganador por cada categoría de participación recibe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Placa conmemorativa como ganador de la Exhibición • Bonos de consumo de empresas patrocinadoras • Proceso de 6 meses de asesoría personalizada de EmpredeUCM
AYUDAS DEL CONCURSO	<ul style="list-style-type: none"> • La feria ofrece conferencias en paralelo sobre temas de interés para el Ecosistema de Emprendimiento UCM. • La feria se asegura de la asistencia de la Cámara de Comercio y las Unidades de Emprendimiento de Universidades SUMA.

UNIVERSIDAD DEL CAUCA



HISTORIA Y CONTEXTO

La universidad del Cauca es una universidad pública fundada en Popayán, Colombia, el 24 de abril de 1827 por Francisco de Paula Santander.

La Universidad del Cauca, fundada en su tradición y legado histórico, es un proyecto cultural que tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo social, mediante la educación crítica, responsable y creativa.

La Universidad forma personas con integridad ética, pertinencia e idoneidad profesional, demócratas comprometidos con el bienestar de la sociedad en armonía con el entorno. La Universidad del Cauca genera y socializa la ciencia, la técnica, la tecnología, el arte y la cultura en la docencia, la investigación y la proyección social.

La Universidad del Cauca cuenta actualmente con 9 facultades (Facultad de Artes, Facultad de Ciencias Agrarias, Facultad de Ciencias de la Salud, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Facultad de Ciencias Naturales, Exactas y de la Educación, Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales, Facultad de Ingeniería Civil y Facultad de Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones) en las cuales se brinda formación de pregrado y posgrado en diferentes áreas del conocimiento.

ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

DIVISIÓN DE ARTICULACIÓN CON EL ENTORNO

La División de Articulación con el Entorno (DAE) es la unidad de transferencia tecnológica de la Universidad del Cauca que apoya las actividades de I+D+i, gestión del conocimiento y propiedad intelectual; facilitando la articulación de la Universidad con el entorno Empresarial y la sociedad en general.

La DAE brindará apoyo a los grupos de Investigación de la Universidad del Cauca mediante los procesos de emprendimiento y transferencia tecnológica, impulsando su desarrollo en conjunto con la comunidad científica y los diferentes sectores empresariales.

PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

El programa de emprendimiento e innovación de la División de Articulación con el Entorno tiene como objetivo principal el promover y gestionar la cultura del emprendimiento en los estudiantes y docentes de la Universidad del Cauca, mediante la creación y fortalecimiento de modelos de negocios innovadores capaces de ser sostenibles y escalables, que permitan dinamizar la economía de la ciudad de Popayán y que tengan proyección en mercados nacionales e internacionales.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO

<i>Fortalecimiento de las Capacidades de Innovación</i>	Trabajan para fortalecer las capacidades en innovación de los estudiantes de los diferentes programas que actualmente ofrece la Universidad del Cauca, colocando a su disposición información, tendencias y capacitación para los diferentes actores involucrados en el ecosistema regional de innovación.
<i>Articulación</i>	Se encarga de la formación de redes entre organizaciones que apoyan el emprendimiento, tanto a nivel local, nacional e internacional, para facilitar el proceso de creación de empresas innovadoras.
<i>Emprendimiento Innovador</i>	Se apoyan emprendimientos de base tecnológica y se conectan empresas (públicas y privadas) con emprendedores para generar nuevos negocios y soluciones innovadoras.
<i>CAMPUS l + e + i</i>	El programa Campus l+e+i es un programa institucional pensado para fortalecer y apoyar los esfuerzos que se hacen en estas áreas, desde las facultades y desde los grupos de investigación que desarrollan actividades en estos temas. Para potenciar las acciones del programa Campus l+e+i, se han realizado distintos acercamientos y alianzas con instituciones privadas y públicas que trabajan en estos temas y prestan soporte técnico y financiero para proyectos desarrollados en los campos del Liderazgo, Innovación y el Emprendimiento.

<i>Crónicas de Emprendimiento</i>	Es un proyecto que busca dar a conocer la historia de los empresarios en la región del departamento del Cauca, espacios creados para conocer desde los inicios, el empresariado en el Cauca hasta la actualidad, de tal forma que permita contribuir con los referentes históricos, característicos de la economía en la región y su evolución a través del tiempo, que finalmente estimulen a ser agentes de cambio en lo social, cultural y económico.
<i>Cátedras de Emprendimiento</i>	Cursos, seminarios, foros y conferencias orientadas por expertos que permitan afianzar la cultura de emprendimiento en el alma mater y resolver dudas frente al tema de emprendimiento.
EMPRENDIENDO ANDO EN TU FACULTAD - SE BUSCAN EMPRENDEDORES	
DESCRIPCIÓN	Es un concurso de emprendimiento universitario online que busca reconocer las ideas de negocio de los miembros de la comunidad de la Universidad del Cauca
OBJETIVO	Fomentar el espíritu emprendedor
PARTICIPANTES	Estudiantes de pregrado de la Universidad del Cauca.
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • Solo existe una categoría.
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Los aspirantes deben ser estudiantes activos de la Universidad del Cauca o egresados (2 años). • La postulación de la idea debe incluir la ficha de inscripción con todo los datos debidamente suministrados, un vídeo con una duración máxima de 5 minutos donde se hace una breve descripción de la idea de negocio que reúna los datos mencionados en la ficha de inscripción; esta ficha técnica y el link del vídeo deben enviarse a correo del evento. • La información suministrada no podrá modificarse una vez la organización del

	<p>concurso haya postulado la idea en el álbum “Se Buscan Emprendedores”.</p>
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Se abre la convocatoria. • <i>Segunda etapa:</i> Se da un tiempo para que la gente vote. La votación serán el 50% a través de me gusta en la publicación de la ideas en Facebook, y una vez terminada las votaciones se proseguirá 50% restante que es una revisión interna por parte de expertos en el tema. • <i>Tercera etapa:</i> Se revisan las votaciones • <i>Cuarta etapa:</i> Se informa sobre los ganadores
PREMIACIÓN	<p>Se premia a los tres primeros lugares con acompañamiento para el desarrollo de la idea de negocio en el DAE.</p>

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN	
HISTORIA Y CONTEXTO	
<p>La Universidad de Medellín nació el 1 de febrero de 1950, cuando un grupo de destacados Jóvenes Intelectuales de la ciudad de Medellín, haciéndose voceros de importantes sectores de la comunidad antioqueña, se apersonó de la necesidad de construir un centro de estudios superiores en donde la enseñanza pudiera impartirse libremente y del mismo modo pudiera asumirse el aprendizaje.</p> <p>La Universidad de Medellín, fundamentada en su lema Ciencia y Libertad y comprometida con la excelencia académica, tiene como misión la formación integral, la generación de conocimiento y la promoción de la cultura, en un ambiente crítico, de innovación e inclusión, para contribuir a la solución de problemas, mediante el desarrollo de la docencia, la investigación y la extensión, en su entorno local, regional, nacional e internacional.</p> <p>La Universidad está integrada por 4 Facultades que ofrecen 17 programas de pregrado y 4 tecnologías; en postgrado se ofrecen 3 doctorados, 46 especializaciones y 19 maestrías, para un total de 68 postgrados.</p>	

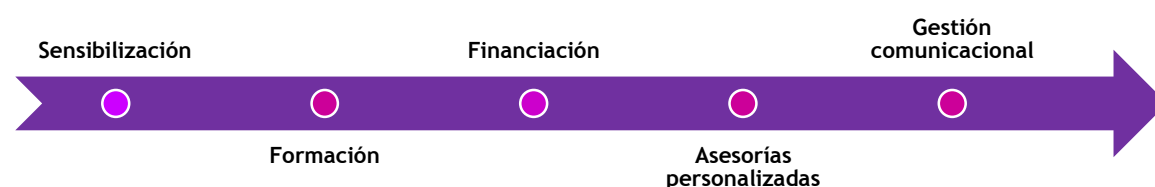
ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO

UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL

La Unidad de emprendimiento y Desarrollo Empresarial “UEDE”, es una dependencia adscrita a la Vicerrectoría de Extensión que nace en el año 2005 con el fin de acompañar los procesos de creación de empresas de estudiantes, egresados y recientemente grupos de investigación; además de ser la dinamizadora del Fondo Rotatorio Capital Semilla.

Su misión es contribuir al desarrollo social y económico del país mediante el acompañamiento a la solución de problemas del entorno a través de la creación de empresas innovadoras que solucionen problemas propios del entorno con responsabilidad social, económica y ambiental.

MECANISMO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE LA UEDE




FONDO ROTATORIO CAPITAL SEMILLA

El Fondo Rotatorio Capital Semilla de la Universidad de Medellín busca fomentar y estimular la creatividad empresarial entre sus estudiantes de pregrado, dándoles una nueva inspiración para crear sus propios sitios de trabajo al mismo tiempo que generan soluciones concretas y efectivas a la problemática de empleo que tanto afecta a nuestro país, complementando así el compromiso social adquirido a través su formación universitaria.

Para acceder y percibir los beneficios de este Capital Semilla, los estudiantes de pregrado que estén matriculados en el quinto semestre o superiores - segundo año para la Facultad de Derecho -, estarán en igualdad de condiciones y oportunidades.

CONCURSO IDEAS DE NEGOCIOS Y PROYECTOS INNOVADORES

	Es un concurso de emprendimiento ofrecido por la Universidad de Medellín a los estudiantes y egresados de la misma.
OBJETIVO	Estimular la iniciativa y creatividad de los estudiantes y egresados a través de la generación de nuevas ideas de negocios

	innovadoras que contengan un alto componente tecnológico o valor agregado.
PARTICIPANTES	Estudiantes y egresados de pregrado de la Universidad de Medellín.
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativas Creativas • Ideas innovadoras • Ideas Con alto impacto social y/o ambiental
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Las ideas deben ser creativas y originales, respetando la propiedad intelectual de terceros • Las ideas deberán ser presentadas en equipos de trabajo • En el proyecto de vida del equipo emprendedor se debe contemplar como principal proyecto de vida ser empresario • Las ideas deben ser enfocadas a generar desarrollo en la Región • Los participantes deben tener la disponibilidad de tiempo para recibir la formación y el acompañamiento en la formulación del plan de negocios • La presentación de la idea, deberá seguir la metodología establecida en el formato de inscripción • No se aceptan ideas de empresas constituidas
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Primera etapa:</i> Los participantes deberán solicitar formularios de inscripción y descripción de la idea de negocio • <i>Segunda etapa:</i> Los participantes deberán enviar formularios totalmente diligenciados. En esta esta etapa se seleccionan los finalistas. • <i>Tercera etapa:</i> Los participantes deberán socializar la iniciativa ante un comité evaluador en caso de ser preseleccionado. • <i>Cuarta etapa:</i> Se notifican los ganadores.

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Quinta etapa:</i> Se inicia proceso de acompañamiento.
<p>PREMIACIÓN</p>	<p>Los premios a los ganadores de cada categoría son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cinco millones de pesos para validación técnica y comercial, dinero que será desembolsado bajo los parámetros de la Unidad de Emprendimiento • Diplomado en plan de negocios • Asesoría en la elaboración de plan de negocio • Acceso a la red de apoyo de la UEDE • Otros

ANEXO H. BUENAS PRÁCTICAS DE MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO

- **Buenas prácticas extraídas del Benchmarking Internacional**

Universidades de Estados Unidos y Europa:

- Todas las universidades de este grupo tienen la convicción de que se debe asumir un papel central en la promoción del emprendimiento y la innovación en la comunidad estudiantil y en la sociedad.
- Todas las universidades además de formar e investigar, conceden gran importancia a la generación de bienestar a la sociedad; La misión de cada una de ellas hace énfasis en ese aspecto.
- La misión de las universidades es similar y se podría resumir de la siguiente manera:

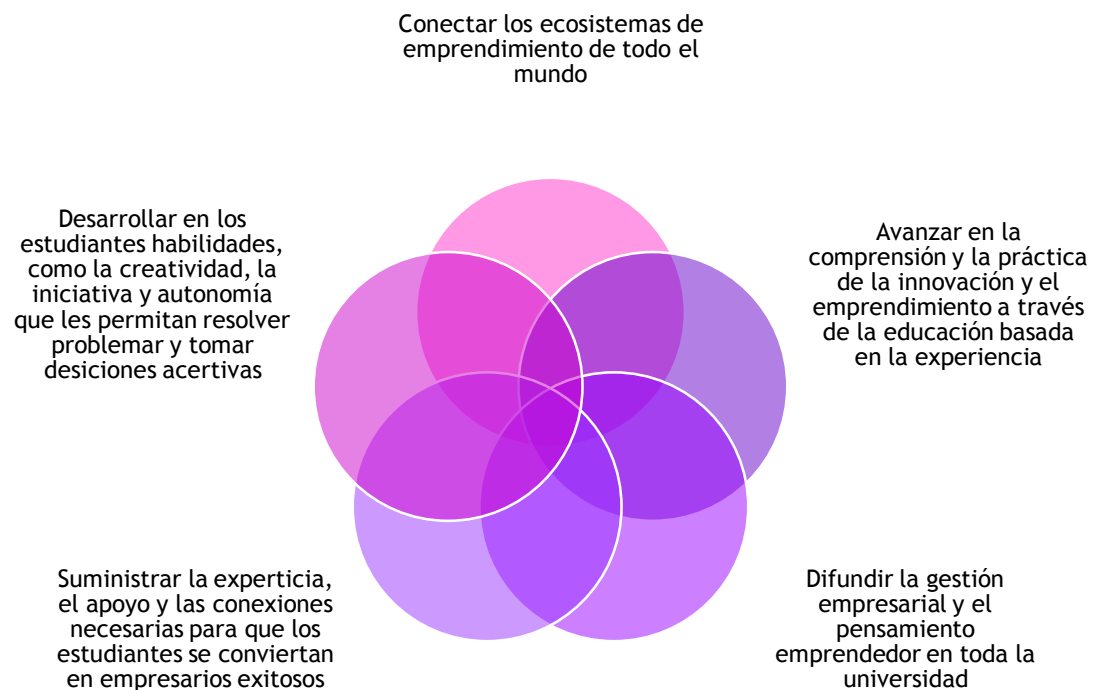


Formar ciudadanos líderes que generen valor económico y social a través de la investigación y la innovación en los campos de la ciencia, la tecnología y otras áreas que le sirvan a la nación y al mundo.

- Las Universidades cuentan con abundantes recursos para financiar los mecanismos de apoyo al emprendimiento. Además de los fondos

procedentes del gobierno, reciben apoyo de sus egresados y de entidades privadas.

- Todas las universidades cuentan con centros o unidades de emprendimiento, desde los cuales direccionan todos los mecanismos de apoyo y generan redes con otras unidades académicas, con el sector privado y con el sector público.
- La mayoría de los centros y apoyo al emprendimiento se encuentran en las escuelas de negocio y ciencias económicas de las universidades.
- Los centros de emprendimiento generan mecanismos e iniciativas que persiguen los siguientes objetivos:



- Se nombran a continuación los mecanismos de apoyo al emprendimiento más relevantes de las universidades:

**BUENAS PRÁCTICAS - MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO
UNIVERSIDADES DE ESTADOS UNIDOS Y EUROPA**

INCUBADORAS DE EMPRESAS

Harvard Innovation Lab (i-lab)
HARVARD UNIVERSITY



i-lab sirve como recurso para los estudiantes que están interesados en el emprendimiento y la innovación en Harvard. El programa se enfoca en ayudar a los estudiantes a crecer sus nuevas empresas desde cualquier etapa en que se encuentren y cubre todas las disciplinas.

Thinkspace
IMPERIAL COLLEGE LONDON



La incubadora de negocios Thinkspace trabaja con pequeñas y grandes empresas, proporcionándoles espacios innovadores de alta calidad.

ACELERADORAS DE EMPRESAS

***The John E. And Alice L. Butler
Venture Accelerator***
BABSON COLLEGE



Suministra un ecosistema donde los participantes viven y respiran el emprendimiento. La aceleradora proporciona un amplio espacio de trabajo, programas de tutoría por pares, asesores expertos y otros recursos valiosos.


***MIT Global Founders' Skills
Accelerator (MIT GFSA)***
MIT




MIT FGSA es la aceleradora del MIT. Se enfoca en dar empoderamiento a los estudiantes para que construyan empresas innovadoras, que generen impacto y cambien el mundo. La aceleradora ayuda a los estudiantes a identificar su *beachhead market*⁷², construir el producto adecuado y asegurar sus clientes y aliados iniciales.


⁷² Es el segmento de mercado dominado donde se tendrán la fuerza (capital) para atacar mercados adyacentes con productos similares.


PROGRAMAS DE DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

<p>Hackspace STANDFORD UNIVERSITY</p> 	<p>Un espacio dirigido a los estudiantes y a la comunidad de Silicon Valley donde se trabaja en equipo y se desarrollan productos y startups.</p>
---	---

<p>Makerspace TUM</p> 	<p><i>MakerSpace</i> es un taller de alta tecnología de 1.500 metros cuadrados, abierto al público, que ofrece a sus miembros el acceso a máquinas, herramientas, software, y el acompañamiento de una comunidad de apoyo creativa.</p>
---	---


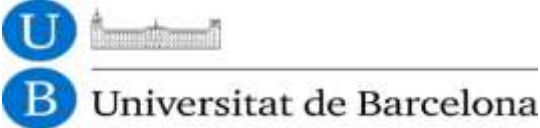


DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

<p>California Research Center (CRC) HARVARD UNIVERSITY</p> 	<p>El objetivo del centro es desarrollar herramientas para la investigación y la escritura de los casos de estudio de compañías de la costa este. Desde su inauguración el CRC ha ayudado a desarrollar más de 230 casos, los cuales han sido utilizados para la enseñanza en los programas de MBA y de Educación Ejecutiva.</p>
---	--

<p>Department of Innovation and Entrepreneurship IMPERIAL COLLEGE LONDON</p> 	<p>Las actividades de investigación en el Departamento de Innovación y Emprendimiento entregan una visión única de la innovación, el emprendimiento, la gestión de la tecnología y las tecnologías digitales. El departamento cuenta con proyectos de investigación valorizados en £ 25 millones de libras esterlinas</p>
--	---



CENTROS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

<p>The Social Enterprise Initiative At HBS HARVARD UNIVERSITY</p>	<p>La iniciativa empresarial social en HBS, aplica prácticas de negocios innovadoras y disciplinas de gestión,</p>
--	--

	<p>para conducir sostenidamente el cambio social de alto impacto. La Iniciativa Empresarial Social se involucra con los sectores sin ánimo de lucro, con ánimo de lucro y públicos, para generar y compartir recursos, herramientas y conocimiento.</p>
<p style="text-align: center;">Emprenedoria Social UB UNIVERSITAT DE BARCELONA</p> 	<p>El servicio de emprendimiento social del Comisionado del Rector para Participación, Empleabilidad y Emprendimiento Social de la <i>Universitat de Barcelona</i> está abierto a cualquier persona joven -entre 18 y 35 años- que forme o haya formado parte de la comunidad universitaria UB. Ofrece servicios de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Coworking</i> • <i>Incubación</i> • <i>Social Startup Meeting Barcelona</i>
DEPARTAMENTO DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA	
<p style="text-align: center;">MIT Technology Licensing Office (TLO) MIT</p> 	<p>Su misión es incentivar la inversión comercial en el desarrollo de invenciones y descubrimientos, ayudando paralelamente a los inventores del MIT en la protección de sus tecnologías, y en la concesión de licencias de esas tecnologías a compañías existentes y start-ups.</p>
<p style="text-align: center;">The TUM Patent And Licensing Office TUM</p> 	<p>La Oficina de Patentes y Licencias de TUM comercializa activamente nuevas tecnologías en muchos sectores, y es responsable de la negociación de los contratos (acuerdos de confidencialidad, las opciones, la concesión de licencias y acuerdos de adquisición, etc.).</p>

PROGRAMAS INTENSIVOS DE DESARROLLO DE HABILIDADES EMPRESARIALES	
<p>E-Camp TUM</p> 	<p>Es un entrenamiento intensivo de 3 días que desarrolla habilidades empresariales en estudiantes de Doctorado y Post - Doctorado.</p>
<p>The Innovation, Entrepreneurship & Design Fellow's Programme IMPERIAL COLLEGE LONDON</p> 	<p><i>The Innovation, Entrepreneurship & Design Fellow's Programme</i> es un taller de un día diseñado para optimizar las habilidades empresariales de los estudiantes. El curso empieza con ejercicios de autoevaluación y se centra en aprender y practicar de forma rápida como la inteligencia emocional y los cambios de comportamiento influyen para lograr el éxito empresarial sostenido.</p>
PROGRAMAS CORTOS PARA DESARROLLO DE IDEAS DE NEGOCIO	
<p>Summer Venture Program BABSON COLLEGE</p> 	<p>Es una experiencia intensiva de 10 semanas diseñada para acelerar el desarrollo de los emprendimientos de los estudiantes.</p>
<p>Medtech Bootcamp TUM</p> 	<p>Es un entrenamiento intensivo de 5 días donde 12 equipos formados por médicos científicos, ingenieros y emprendedores desarrollan su idea de negocio.</p>
MENTORÍAS Y ASESORÍAS ESPECIALIZADAS	
<p>MIT Venture Mentoring Service (VMS) MIT</p>	<p>Suministra un extenso y estructurado servicio de mentoría, a través de una red de ciento de mentores</p>

	<p>cualificados, la mayoría de los cuales son egresados.</p>
<p>Programa de Mentoria BIE-Mentoring UNIVERSITAT DE BARCELONA</p>  	<p>Expertos destacados y con trayectorias reconocidas asesoran y orientan durante seis meses los proyectos que participen.</p>
<p>CLUBES DE EMPRENDEDORES</p>	
<p>Entrepreneurs Club MIT</p> 	<p>Es un club académico de emprendimiento que se centra en desarrollar tópicos de la ciencia, ingeniería y creación de empresas de base tecnológica.</p>
<p>Clubs And Leadership BABSON COLLEGE</p> 	<p>Con más de 115 clubes de estudiantes y organizaciones en el campus, Babson fomenta un entorno que faculta el deseo de co-crear experiencias en asociación con otros.</p>
<p>ENCUENTROS CON EGRESADOS</p>	
<p>Startup Lunch STANFORD UNIVERSITY</p> 	<p>Son una serie de charlas interactivas dadas por los fundadores y altos ejecutivos de las Startup dirigidas a grupos de estudiantes de Stanford.</p>
<p>Rock 100: The Network HARVARD UNIVERSITY</p> 	<p>Rock 100: The Network está dirigida a los egresados de <i>Harvard University</i>. Es un evento que se realiza dos veces al año donde 100 egresados emprendedores de la red global de emprendimiento de la Universidad comparten experiencias altamente significativas, realizan mesas redondas y discuten casos de estudio.</p>
<p>FORMACIÓN PARA EMPRESAS O EMPRESARIOS</p>	

<p><i>Executive Education</i> HARVARD UNIVERSITY</p> 	<p>Los empresarios pasan tiempo significativo con el profesorado de la escuela de negocios, resolviendo casos de estudio, que les ayudan a fomentar el liderazgo empresarial en sus organizaciones.</p>
<p><i>IE&D Bootcamps</i> IMPERIAL COLLEGE LONDON</p> 	<p><i>IE&D Bootcamps</i> es un programa dirigido a empresas que desean obtener entrenamiento intensivo en intraemprendimiento.</p>

- Todas las universidades ofrecen talleres y asesorías en la unidad o centro de emprendimiento que fomentan la creatividad y ayudan al desarrollo de la idea de negocios.

Concursos de emprendimiento

Se realizó una caracterización más detallada de las buenas prácticas de los concursos de emprendimiento debido a que el Evento Emprendedores como se mencionó anteriormente se quiere establecer como un concurso de emprendimiento institucional.

Las universidades de Estados Unidos y Europa llegan al consenso de que los concursos de emprendimiento son el instrumento ideal para que los estudiantes conviertan sus ideas de negocio en empresas exitosas. Los concursos le suministran al estudiante la oportunidad de establecer redes con inversionistas, y brindan asesorías y retroalimentación de expertos de la industria en cada etapa de la competencia.

Se muestra a continuación las buenas prácticas en la organización de los concursos.

BUENAS PRACTICAS EN LA ORGANIZACIÓN DE CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIOS (ESTADOS UNIDOS Y EUROPA)	
PARTICIPANTES	En los concursos de emprendimiento universitario pueden participar estudiantes de pregrado, estudiantes de posgrado y egresados.
CATEGORÍAS	<p>Las categorías de los concursos se establecen de acuerdo al tipo de emprendimiento presentado. Algunas de ellas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Emprendimiento social ▪ Emprendimiento comercial ▪ Emprendimiento de base tecnológica <p>También se establecen categorías de acuerdo a los participantes, si son estudiantes de pregrado, posgrado o egresados.</p> <p>En caso de que sea un concurso de emprendimiento social, pueden establecerse categorías según la intencionalidad lucrativa: con ánimo de lucro, sin ánimo de lucro o Híbridos.</p>
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se debe participar en equipo ▪ Por lo menos un miembro del equipo debe pertenecer a la escuela de negocios o al centro de emprendimiento ▪ Los equipos deben ser multidisciplinarios ▪ Al menos un miembro del equipo debe estar matriculado en la Universidad ▪ Un estudiante puede participar máximo en 2 equipos ▪ Todos los estudiantes que apliquen deben tener buen rendimiento académico ▪ Los equipos finalistas de versiones anteriores no pueden participar en el concurso con la misma idea ▪ Los emprendimientos deben ser inéditos, los participantes no podrán presentar ideas de negocio que se encuentran en funcionamiento en alguna organización ajena a los emprendedores.

ETAPAS

- Primera etapa: Los equipos deben registrarse vía web y describir su emprendimiento según el formato proporcionado por la universidad. Los equipos deben adjuntar el resumen ejecutivo de su emprendimiento. En esta etapa se realiza la primera preselección. El número de equipos seleccionados depende de los criterios de cada universidad
- Segunda etapa (Práctica 1): Los equipos preseleccionados deben realizar un video que exponga su pitch, con duración no mayor a 5 minutos. Algunas universidades exigen que este vídeo sea subido a la página web del concurso o a las redes sociales con el objetivo de obtener retroalimentación del público y/o de los jueces. Otras universidades exigen a los participantes preseleccionados presentar el pitch a un panel de jueces a puerta cerrada o ante una audiencia pública.
Segunda etapa (Práctica 2): Se les asigna un stand a los participantes para que muestren su emprendimiento al público y a los jueces. Adicionalmente, tienen un tiempo no mayor a 5 minutos para presentar el pitch y resolver preguntas en un tiempo no mayor a 3 minutos a los jueces.
- Tercera etapa: Los finalistas (usualmente 3 por categoría), realizan una última presentación a los jueces. En esta etapa se eligen los ganadores.

*Las universidades ofrecen talleres, mentoría y retroalimentación en cada etapa del concurso. En la etapa final, los participantes presentan su emprendimiento mejorado.

*Los jueces en cada etapa son diferentes.

*El concurso no se considera como un evento corto. Usualmente los estudiantes se preparan durante un año

para la presentación de sus emprendimientos y hay un lapso mayor a un mes entre cada etapa.

Evaluación de los emprendimientos:

Los emprendimientos son evaluados principalmente según los siguientes criterios:

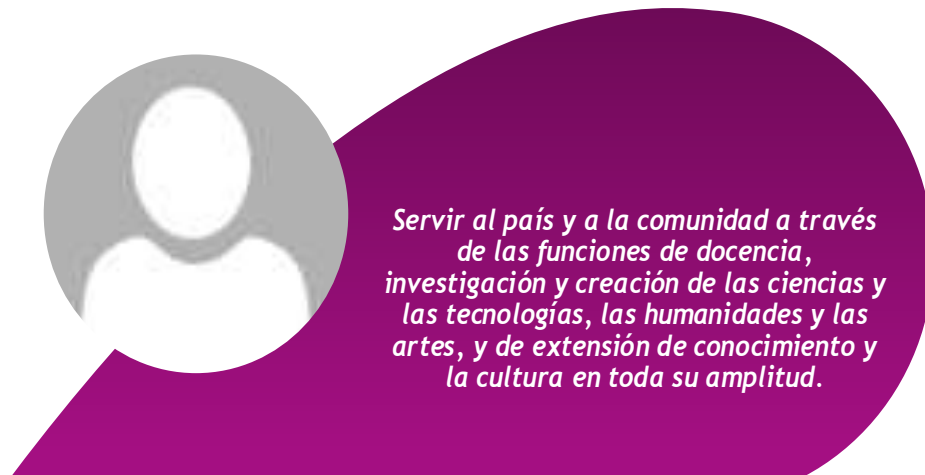
- **Idea/Concepto:** El concepto refleja el enfoque innovador del proyecto. El equipo tiene una comprensión clara del problema que trata de abordar, los motores económicos y sociales del modelo, y la viabilidad del concepto.
- **Creación de valor social:** El modelo de negocio realiza una contribución sustancial a la solución del problema que trata de abordar y se puede mantener durante un período de tiempo consistente generando el logro del impacto social deseado.
- **Personas:** El equipo tiene o puede obtener en su defecto habilidades específicas, contactos y experiencia. El equipo comunica la idea y su potencial de manera efectiva.
- **Contexto:** Las reglas del juego (políticas regulatorias, impuestos, políticas sociales) son favorables. La necesidad del mercado, el panorama competitivo, y los riesgos potenciales son identificados y manejables.
- **Recursos:** El plan de financiación es moldeable en términos del capital necesario para poner en marcha y operar. Las fuentes de financiación son identificadas y un plan para asegurar la inversión inicial es articulado.
- **Medición del Desempeño:** El plan tiene un enfoque viable para medir los resultados de la organización y proporciona un plan claro para ofrecer un alto rendimiento.

<p>PREMIACIÓN</p>	<p>Normalmente la retribución es en gran parte económica, en forma de capital semilla, y puede llegar el tope de los \$200.000 dólares.</p> <p>* El dinero es generalmente entregado para el desarrollo del emprendimiento, mas no para los emprendedores. Sin embargo existen excepciones donde se reparte el premio equitativamente a cada emprendedor del equipo.</p> <p>El jurado está compuesto por empresarios reconocidos, expertos en el tema de creación de empresas e innovación y algunos egresados empresarios. Esto permite que los equipos emprendedores tengan retroalimentación en cada etapa de alta calidad.</p>
<p>AYUDAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los participantes reciben ayuda de los mecanismos de apoyo al emprendimiento mencionados en el inciso anterior, antes y durante el concurso. ▪ El público que asiste al concurso está compuesto por inversionistas, entidades públicas, entidades privadas, egresados y la comunidad universitaria en general. Lo que le permite al concurso ser un medio para que los emprendedores realicen alianzas estratégicas. ▪ Aquellas personas que no tienen equipo y quieren participar en el concurso, la universidad les brinda la oportunidad de asistir a talleres, donde les ayudan a formar el equipo multidisciplinario.
<p>TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD</p>	<p>Los emprendimientos y documentos presentados, se mantienen en extrema confidencialidad. Solo se utilizan en el proceso del concurso.</p>

Universidades Latinoamericanas

- Todas las universidades además de formar e investigar, conceden gran importancia a la generación de bienestar a la sociedad; La misión de cada una de ellas hace énfasis en ese aspecto.

- La misión de las universidades es similar y se podría resumir de la siguiente manera:

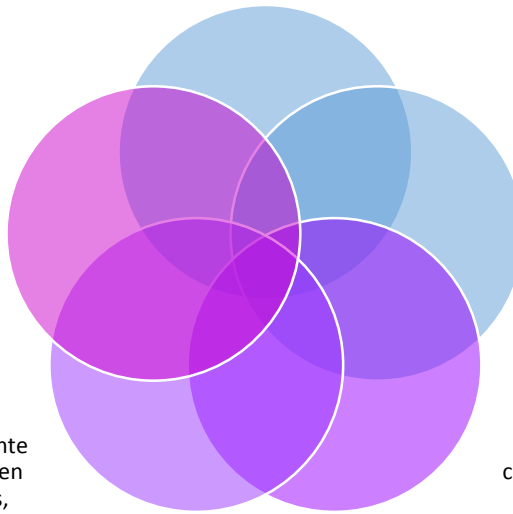


- A diferencia de las universidades de Estados Unidos y Europa, las universidades latinoamericanas no cuentan con tan amplio portafolio de mecanismos de apoyo al emprendimiento, esto debido a que la fuente de recursos económicos con la que cuentan no es tan amplia.
- La información en la página web sobre los mecanismos de apoyo al emprendimiento es más limitada que las universidades de Estados Unidos y Europa.
- Los centros o unidades de emprendimiento de las universidades se gestionan desde las escuelas de ingeniería, negocios y, ciencias físicas y matemáticas.
- Los centros o unidades de emprendimiento generan mecanismos e iniciativas que persiguen los siguientes objetivos:

Crear espacios para la creación de empresas de estudiantes, académicos y egresados de la misma Universidad, mediante procesos de preincubación, incubación y postincubación.

Crear e irradiar conocimiento en ciencias aplicadas e Ingeniería en todas sus formas posibles y traducir dicho conocimiento en innovaciones y emprendimientos de base tecnológica y social

Formar líderes para el desarrollo sostenible y la vinculación entre las organizaciones y sus comunidades.






Educar y formar integralmente personas que se desempeñen como científicos aplicados, innovadores y emprendedores tecnológicos y sociales.




Generar y promover las condiciones que les permitan a los estudiantes pasar de la invención derivada de la investigación a la innovación.

- Se nombran a continuación los mecanismos de apoyo al emprendimiento más relevantes de las universidades:

BUENAS PRACTICAS - MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO	
UNIVERSIDADES LATINOAMERICANAS	
INCUBADORAS DE EMPRESAS	
<p>Incubadoras de empresas UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO</p> 	<p>Apoya la creación de empresas tradicionales, de tecnología intermedia y de alta tecnología de la comunidad universitaria, tanto a alumnos, egresados y académicos. Se integran con una incubadora de alta tecnología, tres incubadoras de tecnología intermedia y cinco incubadoras de negocios tradicionales</p>

<p style="text-align: center;">Incuba UC UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE</p> 	<p>Incuba UC es la Incubadora de negocios de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Con casi una década de experiencia en incubación de emprendimientos innovadores, apoyo a proyectos de I+D, inicio de la comercialización, aceleramiento de emprendimientos e internacionalización de negocios, facilita el desarrollo de negocios exitosos y su escalamiento a nivel global mediante el acceso a diversas redes de contacto, subsidios públicos e inversionistas privados.</p>
CENTROS DE INNOVACIÓN	
<p style="text-align: center;">OpenLab UNIVERSIDAD DE CHILE</p> 	<p>OpenLab está especialmente diseñado para generar un lugar de encuentro para actividades cooperativas que permitan la interacción entre los diversos actores de la innovación, incluyendo por cierto a los estudiantes, investigadores y creadores de las diversas facultades de la Universidad de Chile, en conjunto con participantes de la academia, mundo empresarial, ámbito público, egresados e inversionistas, entre otros.</p>
<p style="text-align: center;">Laboratorio De Innovación UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MÉXICO</p> 	<p>El Laboratorio de Innovación es un espacio propicio para favorecer el trabajo en red y fomentar la eficiencia en la producción de ideas de negocios que puedan dar lugar a proyectos empresariales.</p>
PROGRAMAS DE DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	
<p style="text-align: center;">LabFab UNIVERSIDAD DE CHILE</p>	<p>El LabFab de la Universidad de Chile, es el mayor taller de diseño y fabricación digital en Chile, para uso abierto y compartido.</p>

	
INCUBADORAS DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA	
<p style="text-align: center;">Dictuc UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE</p> 	<p>Empresa de la Escuela de Ingeniería UC que se encarga de transferir conocimiento desde la Universidad hacia la sociedad. Apoya la incubación de nuevos negocios a partir de emprendimientos de base tecnológica, con el objetivo de transformarlos en empresas sustentables y de alcance global.</p>
CENTROS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL	
<p style="text-align: center;">FenLab UNIVERSIDAD DE CHILE</p> 	<p>Es una iniciativa que busca fomentar el emprendimiento social, cultural, medioambiental y/o empresarial en FEN, mediante capacitaciones, mentorías y fondos concursables, para así complementar la formación del estudiante.</p>
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN	
<p style="text-align: center;">Centro Intelis UNIVERSIDAD DE CHILE</p> 	<p>El Centro INTELIS es un centro de investigación y análisis de carácter académico, orientado al estudio de los fenómenos de la Innovación y Emprendimiento tanto desde su perspectiva teórica, como empírica e institucional.</p>
DEPARTAMENTO DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA	
<p style="text-align: center;">Dirección de Transferencia y Desarrollo (DTD) UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE</p>	<p>Impulsa y protege los resultados de las investigaciones que realizan académicos de las distintas unidades de la Universidad, y apoya a los</p>

	<p>investigadores en el proceso de transferencia.</p>
PROGRAMAS CON EMPRESAS O EMPRESARIOS	
<p style="text-align: center;">Servicios Tecnológicos UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO</p> 	<p>Es el área responsable de vincular las necesidades planteadas por las empresas, instituciones de gobierno y sociedad en general, con el entorno universitario.</p> <p>La UNAM ofrece a las empresas cursos, talleres, diplomados y seminarios para la ampliación y actualización de conocimientos que propicien la superación profesional de su personal.</p>
<p style="text-align: center;">Ángeles UC UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE</p> 	<p>Red de ejecutivos inversionistas que apoya con financiamiento el crecimiento de nuevas empresas.</p>

- Todas las universidades ofrecen talleres y asesorías en la unidad o centro de emprendimiento que fomentan la creatividad y ayudan al desarrollo de la idea de negocios.

Concursos de emprendimiento

Las universidades Latinoamericanas establecen que los concursos de emprendimiento universitario ayudan a impulsar proyectos e ideas que impliquen un desarrollo, avance o uso inédito de nuevo conocimiento de las áreas de la ciencia y tecnología proveniente de los laboratorios y salas de clase, y que ayuden a resolver necesidades de la industria, el estado y la sociedad.

Se muestra a continuación las buenas prácticas en la organización de concursos:

BUENAS PRACTICAS EN LA ORGANIZACIÓN DE CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIOS (LATINOAMÉRICA)	
PARTICIPANTES	Estudiantes de pregrado, posgrado o egresados que pertenezcan o hayan pertenecido a la facultad que dirige el centro de emprendimiento o que dirija el concurso
CATEGORÍAS	<p>En el caso de concursos de emprendimiento social, se establecen los siguientes grupos de categorías:</p> <p>Grupo 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proyectos jóvenes: emprendimiento de mínimo 6 meses ▪ Proyectos de continuidad: Proyectos de mínimo 18 meses de trabajo continuo. <p>Grupo 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ponencias: líneas de investigación en emprendimiento social. ▪ Proyecto de inversión social <p>En el caso de concursos de emprendimiento tradicional o comercial se establecen categorías de acuerdo al nivel de avance que tiene la idea de negocios, si está en sus primeras etapas, o si ya se encuentra consolidada.</p>
REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los estudiantes deben tener buen desempeño académico ▪ Los participantes pueden concursar de forma individual o en equipo ▪ Las ideas presentadas deben ser creativas e innovadoras ▪ Cada participante solo puede ser parte de un equipo ▪ Cada equipo puede postular solo una idea o proyecto ▪ La idea o el proyecto solo puede ser presentado una vez y en una sola categoría ▪ Cada equipo debe tener un representante
ETAPAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primera etapa: Los equipos deben registrarse vía web y describir su emprendimiento según el

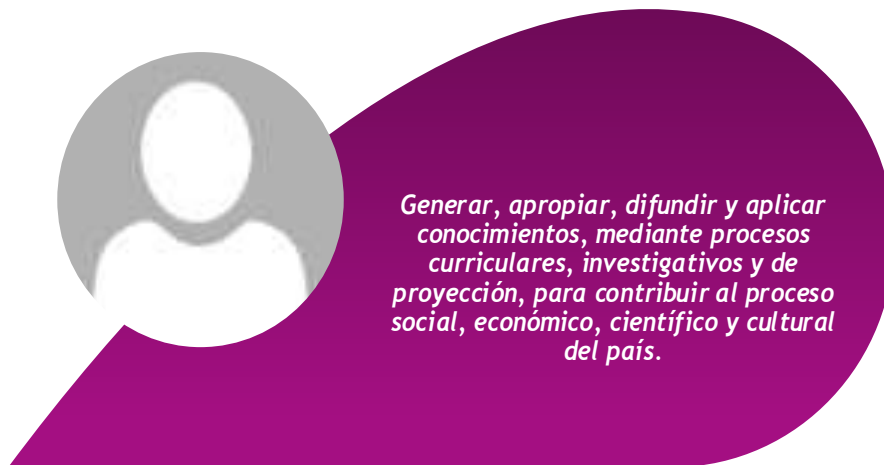
	<p>formato proporcionado por la universidad. Los equipos deben adjuntar el resumen ejecutivo de su emprendimiento. En esta etapa se realiza la primera preselección. El número de equipos seleccionados depende de los criterios de cada universidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Segunda etapa: Los equipos preseleccionados deben realizar un video que exponga su pitch, con duración no mayor a 5 minutos. Algunas universidades exigen que este vídeo sea subido a la página web del concurso o a las redes sociales con el objetivo de obtener retroalimentación del público y/o de los jueces. Otras universidades exigen a los participantes preseleccionados presentar el pitch a un panel de jueces a puerta cerrada o ante una audiencia pública. ▪ Tercera etapa: Los finalistas (usualmente 3 por categoría), realizan una última presentación a los jueces. En esta etapa se eligen los ganadores. <p>*Las universidades ofrecen talleres, mentoría y retroalimentación en cada etapa del concurso. En la etapa final, los participantes presentan su emprendimiento mejorado.</p> <p>*Algunos concursos exigen la presentación de prototipos en la medida que avanzan las etapas.</p>
<p style="text-align: center;">PREMIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las retribuciones de carácter económico ascienden a los \$48.000.000 de pesos chilenos. El dinero es generalmente entregado para desarrollo del emprendimiento, más no para los emprendedores. El comité organizador de los concursos se asegura que ganadores inviertan el dinero en el desarrollo de la empresa, de no llegar a ser así, pueden congelar el fondo de recursos. ▪ Se entregan premios representados en: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Suscripciones gratuitas a revistas de emprendimiento por un año

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paquete de libros de emprendimiento ✓ Becas para estudios de diplomados en emprendimiento ✓ Mentorías pagas en laboratorios de innovación de la universidad. <p>Los emprendimientos son evaluados principalmente según los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creatividad e innovación ▪ Coherencia y calidad de la formulación del proyecto ▪ Autoevaluación e indicadores de medición ▪ Factibilidad financiera y sustentabilidad ▪ Antecedentes previos ▪ Creación de valor social
AYUDAS	<p>Los concursos ofrecen mentorías y retroalimentación en cada etapa. Algunas universidades ofrecen apoyo luego de terminar el concurso en forma de capacitaciones.</p>
TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	<p>Los concursos no adquieren ningún derecho de propiedad intelectual de la idea presentada. Los eventuales emprendimientos deberán mencionar que éstos han sido apoyados por el concurso de emprendimiento, indicándolo explícitamente en cualquier documento resultante de la iniciativa. El concurso podrá mencionar en sus documentos y difusión, que los proyectos han sido apoyados por el ecosistema de emprendimiento.</p>

- **Buenas prácticas Benchmarking Nacional**

Universidades Colombianas

- Todas las universidades además de formar e investigar, conceden gran importancia a la generación de bienestar a la sociedad; La misión de cada una de ellas hace énfasis en ese aspecto.
- La misión de las universidades es similar y se podría resumir de la siguiente manera:

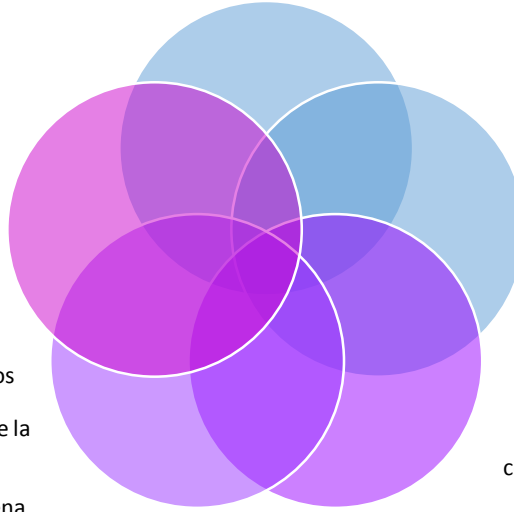


- Las universidades Colombianas no cuentan con un amplio portafolio de mecanismos de apoyo al emprendimiento, esto debido a que la fuente de recursos económicos con la que cuentan es reducida.
- La participación de los estudiantes en los mecanismos de apoyo al emprendimiento es reducida debido a que la mayoría de colombianos considera que tener empleo implica menos riesgo que generar empleo e independencia económica.
- La información en la página web sobre los mecanismos de apoyo al emprendimiento no es tan visible como en las universidades de Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.
- Los centros o unidades de emprendimiento de las universidades se gestionan normalmente desde la unidades de investigación extensión y proyección social o desde las escuelas de administración
- Los centros o unidades de emprendimiento generan mecanismos e iniciativas que persiguen los siguientes objetivos:

Ofrecer soluciones a empresas, gobiernos, instituciones educativas, emprendedores, organizaciones sociales y demás entes de la sociedad, mediante la prestación de servicios y productos que están sustentados en el conocimiento y experiencia de las diferentes áreas académicas y de investigación de la Universidad.

Contribuir al mejoramiento de la productividad y competitividad de las Mipymes de la región, mediante programas de asesoría y capacitación, logrando así, promover su creación, supervivencia y crecimiento para contribuir a la transformación empresarial y social del país.


Forjar, a través de procesos académicos y con la participación permanente de la comunidad académica y empresarial, una nueva CULTURA EMPRESARIAL, llena de innovación y de responsabilidad social, que sea motor del desarrollo social y económico a nivel nacional.






Invitar a la generación de nuevas empresas como una opción de vida posible para los estudiantes, egresados, docentes, investigadores y funcionarios de la Comunidad

Generar y promover las condiciones que les permitan a los estudiantes pasar de la invención derivada de la investigación a la innovación.



- Se nombran a continuación los mecanismos de apoyo al emprendimiento más relevantes de las universidades:

BUENAS PRACTICAS - MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO	
UNIVERSIDADES COLOMBIANAS	
INCUBADORAS DE EMPRESAS	
<p>START-UPCAFÉ UNIVERSIDAD ICESI</p> 	<p>Concepto innovador de espacios físicos y virtuales, que ofrecen un ambiente adecuado para construir empresas de base tecnológica, fundamentado en conocimientos, destrezas, habilidades y experiencias de estudiantes, profesores, empleados, empresarios y</p>

	en general de todos los actores influenciados o que influyen a la comunidad de la Universidad ICESI.
PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN	
Sensibilización UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES 	Actividades que buscan generar en la Comunidad UCM el interés por reflexionar en torno a su proyecto de vida y a transformarlo hacia el Emprendimiento como opción válida y posible. Se realizan eventos con testimonios emprendedores, talleres de sensibilización y jornadas de reflexión.
Sensibilización UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA 	El programa de sensibilización ofrece: <ul style="list-style-type: none"> ▪ La creación o reactivación de la cultura emprendedora en los estudiantes y profesores de la Universidad a través de procesos formativos que conduzcan al emprendimiento solidario como un estilo de vida ▪ Orientación de procesos de innovación en las empresas y organizaciones de economía solidaria
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN	
Kumbre UNIVERSIDAD DE CALDAS 	Es un semillero de proyección en emprendimiento, innovación y conocimiento. En Kumbre utilizan metodologías innovadoras para desarrollar habilidades de liderazgo y emprendimiento en la comunidad universitaria.
CAMPUS l + e + i UNIVERSIDAD DEL CAUCA	El programa Campus l+e+i es un programa institucional pensado para fortalecer y apoyar los esfuerzos que se hacen en estas áreas, desde las facultades y desde los grupos de

	<p>investigación que desarrollan actividades en estos temas. Para potenciar las acciones del programa Campus l+e+i, se han realizado distintos acercamientos y alianzas con instituciones privadas y públicas que trabajan en estos temas y prestan soporte técnico y financiero para proyectos desarrollados en los campos del Liderazgo, Innovación y el Emprendimiento.</p>
<p>Grupo de Investigación en Innovación y Empresarismo (GUIE) UNIVERSIDAD EAFIT</p> 	<p>El grupo busca fortalecer las capacidades de empresas e instituciones educativas y promover su mejora, puesta en marcha y fortalecimiento, a través del desarrollo de casos empresariales y metodologías propias para tal fin, que aseguren el aprendizaje. Asimismo definir y evaluar el estado y las tendencias que favorecen la expresión de los factores distintivos de los emprendedores de EAFIT en sus iniciativas.</p>
CENTROS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y CULTURAL	
<p>Centro de industrias culturales UNIVERSIDAD ICESI</p> 	<p>La oferta formativa que se está construyendo desde el Centro de Industrias Culturales, (Diplomados, Seminarios y cursos de pregrado) pretende integrar las acciones creativas propias de los generadores de expresiones culturales, con los aspectos empresariales para dar lugar a nuevas e innovadoras empresas culturales que aumenten el valor de la propiedad intelectual y que logren convertir esos intangibles en generadores de bienestar y de valor económico.</p>

<p>Servicios tecnológicos para la innovación social UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA</p> 	<p>El programa ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dinamización de redes de conocimiento internas y externas para la generación de modelos de emprendimiento solidario e innovación social. ▪ Fomento del uso y apropiación de Tecnologías Sociales.
REDES CON EMPRESAS	
<p>Red Emprendedora UNIVERSITARIA AGUSTINIANA</p> 	<p>Entre las redes establecidas se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Programa SUE ▪ Bogotá Emprende ▪ Red de Emprendedores Destapa Futuro ▪ Fondo emprender - SENA
<p>Redes UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE</p> 	<p>Entre las redes establecidas se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Red Escolar Autónoma, REA ▪ Red Motiva. ▪ Round Table Entrepreneurship Latin America, Reela - Stanford University.
<p>Articulación UNIVERSIDAD DEL CAUCA</p> 	<p>Se encarga de la formación de redes entre organizaciones que apoyan el emprendimiento, tanto a nivel local, nacional e internacional, para facilitar el proceso de creación de empresas innovadoras.</p>
PROGRAMAS CON EMPRESAS Y EMPRESARIOS	
<p>ProPYME UNIVERSIDAD ICESI</p> 	<p>Propyme promueve el fortalecimiento de la gestión de la PyME, buscando garantizar su supervivencia y efectuar procesos de crecimiento y desarrollo, en forma exitosa a través de servicios integrales de formación, consultoría y proyectos especiales.</p>

	<p>Para este fin se ofrecen seminarios y diplomados abiertos al público; se diseñan programas para las empresas que son estructurados a partir de diagnósticos efectuados conjuntamente con la organización y se crean planes orientados a proporcionar la formación de carácter gerencial de los profesionales y ejecutivos de las organizaciones: se prestan servicios de consultorías para la pyme y se desarrollan programas de intervención social para favorecer a diversos sectores del devenir nacional.</p>
PROGRAMA DE ASESORÍAS	
<p style="text-align: center;">Asesorías Empresariales UNIVERSIDAD ICESI</p> 	<p>Se ofrece asesorías en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación de empresas: Para empresarios que tienen una idea de negocio estructurada y han realizado algunas investigaciones adicionales que contribuyen a su proyecto y desean elaborar su plan de empresa. ▪ Fortalecimiento empresarial: Para los empresarios que requieran mejorar aspectos generales de su organización.
<p style="text-align: center;">Asesoría de Acompañamiento UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES</p> 	<p>Para Emprendedores de la Comunidad UCM en etapa inicial, en proceso de consolidar su iniciativa de negocios, se lleva a cabo proceso de asesoría por demanda para la participación en concursos y convocatorias de fomento y financiación al Emprendedor, como lo son Fondo Emprender, Destapa Futuro, Innpulsa, Ventures y TIC Américas.</p>

<p style="text-align: center;">Asesoría de Fortalecimiento UNIVERSIDAD CATOLICA DE MANIZALES</p> 	<p>Para Empresarios, tanto de la Comunidad UCM como público en general, se lleva a cabo proceso de asesoría y formación específica, con el fin de entregar elementos para que puedan mejorar las áreas empresariales con mayor oportunidad de mejora. Con este fin se ejecutan proyectos colaborativos, venta de servicios y programas auspiciados por el sector público y/o privado.</p>
INICIATIVAS DE MEJORAMIENTO A LA UNIVERSIDAD	
<p style="text-align: center;">Convocatoria tienda de las ideas UNIVERSIDAD EAFIT</p> 	<p>El programa busca aplicar los conceptos desarrollados en las asignaturas asociadas al Programa de Empresarismo, para generar soluciones a tres retos de la Universidad EAFIT, a la vez que se convierte en un calentamiento para la estructuración de ideas para el Concurso de Iniciativas Empresariales. El equipo de estudiantes que genere la mejor solución a cada uno de los retos recibirá \$1.000.000 de pesos.</p>
ENCUENTROS INTERNACIONALES	
<p style="text-align: center;">Campamento de Verano en Innovación y Emprendimiento UNIVERSIDAD EAFIT</p> 	<p>Desde hace nueve años, el Programa de Empresarismo de la Universidad EAFIT viene realizando el Campamento de Verano, contando con la presencia de universidades de diferentes regiones de Colombia y de otros países como Perú, Chile, México, Panamá y Ecuador, logrando así compartir experiencias que han generado transformaciones de alto impacto en las comunidades.</p>
<p style="text-align: center;">Encuentro Internacional de Creativos Empresariales Científicos EAFIT</p>	<p>Esta actividad que se realiza anualmente, busca generar el espacio</p>

<p>UNIVERSIDAD EAFIT</p> 	<p>para que emprendedores, creativos, empresarios y desarrolladores de productos y servicios novedosos, vean las diversas formas como pueden contribuir al desarrollo de los países desde sus conocimientos, habilidades y capacidades para innovar.</p>
<p>CLUB DE EMPRENDEDORES</p>	
<p>Club de Emprendedores UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CARIBE</p> 	<p>Ofrece un espacio que facilita la capacitación y apoya a las ideas de negocio en diferentes áreas.</p>
<p>PROGRAMAS COTOS PARA DESARROLLO DE IDEAS DE NEGOCIO</p>	
<p>CRE-ANDO UNIVERSIDAD EAFIT</p> 	<p>Es un curso teórico - práctico de 4 módulos que ayuda al desarrollo del proyecto empresarial de los estudiantes.</p>
<p>Miércoles de Empresarismo UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE</p> 	<p>Los “Miércoles de empresarismo” buscan sensibilizar a la comunidad estudiantil en general sobre diversos temas de emprendimiento, innovación y gestión de compañías de alto impacto, con el objetivo de estimular y promover espacios de reflexión y aprendizaje que permita a los estudiantes apropiarse de conocimientos y ver cómo estos se materializan en empresas.</p>

Concursos de emprendimiento

- Las universidades Colombianas establecen que los concursos de emprendimiento universitarios ayudan a fortalecer la cultura de emprendimiento e innovación generando un espacio de interacción institucional donde nuevas generaciones de emprendedores audaces puedan reforzar y consolidar proyectos que a futuro sean de gran utilidad para su crecimiento laboral, empresarial y que contribuyan al desarrollo social.
- Se muestra a continuación las buenas prácticas en la organización de concursos:

BUENAS PRACTICAS EN LA ORGANIZACIÓN DE CONCURSOS DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIOS (COLOMBIA)	
PARTICIPANTES	Estudiantes de pregrado o posgrado, investigadores, egresados y en algunos casos como invitados especiales, estudiantes de colegios.
CATEGORÍAS	<p>Según el tipo de emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecnológica: Categoría enfocada en iniciativas que utilicen herramientas tecnológicas, relacionadas con electricidad, electrónica, informática y telecomunicaciones, entre otras. ▪ Cultural: Categoría orientada a ideas que buscan promover espacios de esparcimiento y fomento de la cultural en todas sus esferas, promoviendo las artes y el desenvolvimiento del ser humano. ▪ Social/Tradicional: Categoría para las propuestas que buscan resolver problemas sociales o necesidades del común, con orientación al concepto de emprendimiento social y/o tradicional. ▪ Retadora: Categoría para las iniciativas que deseen resolver el reto universitario. <p>Según el nivel de desarrollo del emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Categoría Explora: Es la etapa inicial, en la cual se visualiza una idea de negocio, que puede

	<p>evolucionar hasta tener un modelo de negocio. En esta categoría los participantes realizan un estudio de viabilidad, indaga el mercado, valida el producto o servicio e identifica el usuario potencial.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Categoría Persigue: Los participantes cuentan con una oportunidad de negocios identificada, pueden contar con un estudio de viabilidad inicial, un modelo de negocio y un prototipo inicial, ventas iniciales o un proyecto. Los emprendedores pueden estar realizando pruebas con un poco de experiencia en el sector. <p>Según materias que estén cursando:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudiantes que estén tomando los cursos de Espíritu Empresarial y Espíritu Empresarial de base tecnológica. ▪ Estudiantes de semestres más avanzados que están tomando los cursos de Creatividad Empresarial, Plan de Negocio y Plan de Negocio de base Tecnológica. <p>Según el tipo de participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudiantes ▪ Egresados ▪ Docentes ▪ Investigadores
<p style="text-align: center;">REQUISITOS Y NORMAS DE PARTICIPACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los estudiantes deben tener buen desempeño académico ▪ Los participantes pueden concursar de forma individual o en equipo ▪ Las ideas presentadas deben ser creativas e innovadoras ▪ Cada participante solo puede ser parte de un equipo ▪ Cada equipo puede postular solo una idea o proyecto ▪ La idea o el proyecto solo puede ser presentado una vez y en una sola categoría

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los participantes deben comprometerse a asistir a las capacitaciones, talleres y seminarios que se realicen. ▪ Cada equipo debe tener un representante ▪ Los participantes presentan usualmente su modelo de negocios, según la metodología Canvas.
<p style="text-align: center;">ETAPAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primera etapa: Los equipos deben registrarse vía web y describir su emprendimiento según el formato proporcionado por la universidad. Los equipos deben adjuntar el resumen ejecutivo de su emprendimiento. En esta etapa se realiza la primera preselección. El número de equipos seleccionados depende de los criterios de cada universidad ▪ Segunda etapa: Los equipos preseleccionados deben realizar un video que exponga su pitch, con duración no mayor a 5 minutos. Algunas universidades exigen que este vídeo sea subido a la página web del concurso o a las redes sociales con el objetivo de obtener retroalimentación del público y/o de los jueces. Otras universidades exigen a los participantes preseleccionados presentar el pitch a un panel de jueces internos. ▪ Tercera etapa: Los finalistas (usualmente 3 por categoría), realizan una última presentación a los jueces. En esta etapa se eligen los ganadores. <p>*Las universidades ofrecen talleres, y retroalimentación en algunas etapas del concurso. En la etapa final, los participantes presentan su emprendimiento mejorado.</p>
<p style="text-align: center;">PREMIACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las retribuciones de carácter económico pueden llegar a los \$16.000.000 millones de pesos. El dinero es generalmente entregado para desarrollo del emprendimiento, más no para los emprendedores. La variación es alta en la retribución de las universidades en general, hay

	<p>universidades que no retribuyen el premio en forma económica.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se entregan premios representados en: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Outdoortraining ✓ Ayuda en elaboración de prototipo ✓ Asesorías en la elaboración de plan de negocios ✓ Cupo en ferias de emprendimiento ✓ Diplomados
AYUDAS	<p>Las universidades ofrecen asesorías, conferencias, ruedas de negocio, y apoyo de las diferentes materias en emprendimiento que está cursando el participante.</p>
TERMINOS DE CONFIDENCIALIDAD	<p>Los organizadores, los miembros del jurado evaluador, asesores y demás personas involucradas en el concurso convienen, que durante la realización del mismo, toda información referente a los participantes o a los proyectos presentados por estos se considera importante y confidencial, y divulgarla o transmitirla puede lesionar sus intereses, y/o los de los organizadores del programa.</p>

ANEXO I. ENCUESTA APLICADA A LOS EGRESADOS

ENCUESTA PARA LA EVALUACIÓN DE LOS MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO OFRECIDOS POR EL IPRED DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

Estimado egresado:

Agradecemos por dedicar en promedio 10 minutos de su tiempo para contestar las siguientes preguntas. El objeto de este cuestionario es investigar la efectividad de los mecanismos de apoyo al emprendimiento de la Universidad Industrial de Santander, partiendo por su experiencia como parte de la comunidad UIS.

Por favor lea el documento de consentimiento informado para decidir si acepta o no participar en esta investigación.

Una vez leído el documento de consentimiento informado para realizar encuestas y entrevistas dirigida a egresados de la Universidad Industrial de Santander, por favor seleccione la opción **ACEPTO** si usted acepta participar voluntariamente en la presente investigación; en caso contrario, seleccione la opción **NO ACEPTO**.

La información obtenida se mantendrá bajo estricta confidencialidad y será utilizada únicamente por el personal de la investigación.

Si es de su interés, su respuesta le dará acceso a invitaciones relacionados con el emprendimiento y otros beneficios por parte del Programa de Emprendimiento UIS-Emprende; de igual forma podrá ser parte de los casos de estudios de experiencias empresariales que se construirán a partir de la información recopilada. Por lo tanto si usted desea ser contactado después de diligenciar esta encuesta, agradecemos suministrar sus datos personales.

Instrucciones: Lea atentamente cada una de las preguntas y responda lo que considere se ajuste más a su realidad.

BLOQUE 1: CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

1. ¿En qué rango de edad se encuentra? (Pasa a la pregunta 2)

- a. 18 a 25
- b. 26 a 32
- c. 33 a 40
- d. 41 a 48
- e. 49 a 56
- f. Más de 56

2. ¿Cuál es su género? (Pasa a la pregunta 3)

- a. Femenino
- b. Masculino
- c. Otro

3. ¿Cuál es su Estado civil? (Pasa a la pregunta 4)

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Separado
- d. Viudo
- e. Unión libre
- f. Divorciado

4. ¿En qué estrato se encuentra ubicada su vivienda? (Pasa a la pregunta 5)

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5
- f. 6

5. ¿Cuál es su nivel académico actual? (Pasa a la pregunta 6)

- a. Tecnológico
- b. Pregrado
- c. Especialización

- d. Maestría
- e. Doctorado

6. ¿Cuál es su situación laboral actual? (Pasa a la pregunta 7)

- a. Empleado
- b. Desempleado
- c. Trabajador independiente
- d. Estudiante

7. ¿De qué programa(s) académico(s) se graduó en la universidad?

- a. Tecnología agroindustrial (Pasar a la pregunta 8)
- b. Tecnología agropecuaria (Pasar a la pregunta 8)
- c. Tecnología empresarial (Pasar a la pregunta 8)
- d. Tecnología en regencia y farmacia (Pasar a la pregunta 8)
- e. Tecnología en gestión judicial y criminalística (Pasar a la pregunta 8)
- f. Gestión empresarial (Pasar a la pregunta 9)
- g. Producción agroindustrial (Pasar a la pregunta 9)
- h. Artes plásticas (Pasar a la pregunta 9)

8. ¿En qué año se graduó de la tecnología? (Esta pregunta se abre si en la anterior seleccionó que estudió tecnología y/o tecnología y profesional.) (Pasa a la pregunta 9 si estudió también profesional, si no, pasa a la pregunta 10)

- a. 2009
- b. 2010
- c. 2011
- d. 2012
- e. 2013
- f. 2014

9. ¿En qué año se graduó del programa profesional? (Esta pregunta se abre si estudió los dos programas (tecnología y profesional) o solo profesional, o si estudió artes plásticas). (Pasa a la pregunta 10)

- a. 2009
- b. 2010
- c. 2011
- d. 2012
- e. 2013
- f. 2014

BLOQUE 2: EVENTO EMPRENDEDORES

10. ¿Usted participó en el Evento Emprendedores?

- a. Si (Pasa a la pregunta 11)
- b. No (Pasa a la pregunta 15)

11. Por favor califique los siguientes aspectos del Evento Emprendedores según considere: (Pasa a la pregunta 12)

	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
Acompañamiento de los tutores y/o profesores en el proceso de elaboración de la idea de negocios					
Lugar donde llevó a cabo el Evento					
Stand asignado para mostrar su idea de negocio					
Apoyo brindado por la Universidad para el					

traslado de los elementos requeridos en el stand					
Cumplimiento del cronograma del evento					
Participación de personalidades y entidades (inversionistas, cámara de comercio, aceleradoras, etc) promotoras del emprendimiento en el Evento					
Parámetros del comité para evaluar la idea de negocio presentada en el Evento					
Premio otorgado por los organizadores del Evento a la mejor idea de negocio					

12. ¿Cuántas veces participó en el Evento Emprendedores? (Pasa a la pregunta 13)

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. Más de 4

13. Seleccione el o los aspectos que considera debe mejorar el Evento Emprendedores: (Pasa a la pregunta 14)

- a. Espacios destinados para el stand
- b. Lugar del evento
- c. Desplazamiento de recursos al stand
- d. Cumplimiento del cronograma del evento
- e. Inclusión de ruedas de negocio, inversionistas, participación de cámara de comercio y otras entidades de apoyo al emprendimiento
- f. Los premios otorgados
- g. Otro, ¿cuál? _____

14. ¿Cuál fue la idea de negocios que presentó la última vez que participó en el Evento Emprendedores y en qué año lo hizo? (Pasa a la pregunta 15)

MODULOS UIS EMPRENDE

15. ¿Usted ha tenido algún tipo de apoyo por el programa de UIS Emprende?

- a. Si (Pasa a la pregunta 16)
- b. No (Pasa a la pregunta 23)

16. ¿En qué actividades organizadas por la universidad para promover el emprendimiento ha participado? (Pasa a la pregunta 17)

- a. Seminario de emprendimiento UIS (Anual)
- b. Charlas informativas
- c. Conferencias dirigidas por emprendedores y empresarios
- d. Talleres
- e. Asesorías personalizadas
- f. Concursos
- g. Ninguna
- h. Otro ¿Cuál? _____

17. ¿Por qué razón se dirigió al programa de emprendimiento la primera vez? (Pasa a la pregunta 18)

- a. Tenía una idea de negocio
- b. Conocer más acerca del emprendimiento
- c. Por curiosidad
- d. Otro ¿Cuál? _____

18. ¿Cómo conoció el programa de Emprendimiento UIS? (Pasa a la pregunta 19)

- a. Recomendación de un conocido
- b. Publicidad diseñada por el programa
- c. Redes Sociales
- d. Fue remitido del Sena
- e. Casualidad
- f. Supuso que debía existir uno
- g. Otros ¿Cuál? _____

19. El programa de emprendimiento apoya a los emprendedores en varias etapas, ¿hasta cuál etapa llegó en su proceso?

- a. Presentación de la idea ante el programa (Pasa a pregunta 20)
- b. Diseño preliminar del canvas (Metodología Canvas) (Pasa a pregunta 20)
- c. Estudio Competencia (Pasa a pregunta 20)
- d. Estudio Mercado (Validación Idea de Negocio) (Pasa a pregunta 20)
- e. Desarrollo del plan de Negocio. (Pasa a pregunta 20)
- f. Aplicar a Convocatoria (Capital Semilla) (Pasa a pregunta 21)

20. ¿Por qué motivo no completó el proceso de apoyo proporcionado por el programa de emprendimiento UIS? (pasa a la pregunta 21)

- a. Rechazo propio a la idea de negocios
- b. Burocracia interna del programa
- c. Poca disciplina y constancia con los avances
- d. Bajo dominio de los temas tratados
- e. Progreso lento con el programa
- f. Otro _____

21. En su paso por el programa, ¿cuáles valores y actitudes considera que adquirió? (Pasa a la pregunta 22)

- a. Capacidad para identificar oportunidades
- b. Iniciativa
- c. Propensión al cambio
- d. Pensamiento estratégico y proyección al futuro
- e. Habilidades de creatividad e innovación
- f. Capacidad para solución de problema
- g. Fortaleza y decisión para afrontar riesgos
- h. Compromiso y perseverancia

22. ¿Qué recomendaría para mejorar la calidad del programa de emprendimiento? (Pasa a la pregunta 23)

- a. Espacios físicos de trabajo (coworking)
- b. Aumentar el número de mentores o asesores
- c. Reubicación del programa a un espacio más ameno
- d. Realizar más actividades, eventos, talleres, entre otros
- e. Más publicidad y promoción del programa
- f. Otro: _____

BLOQUE 3: ASIGNATURAS DE EMPRENDIMIENTO

23. ¿Durante su paso por la Universidad, usted cursó alguna asignatura en creación de empresas o emprendimiento?

- a. Si (Pasa a la pregunta 24)
- b. No (Pasa a la pregunta 27)

24. Por favor califique los siguientes aspectos de la asignatura de creación de empresas o emprendimiento que cursó:

	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
Metodología de enseñanza del profesor					
Material teórico y práctico					
Utilización de TICS en la asignatura					
Evaluación de la temática ofrecida					
Aula de clase					

25. ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con esta asignatura?

- a. Totalmente Satisfecho
- b. Satisfecho
- c. Insatisfecho
- d. Completamente insatisfecho

26. Por favor escriba alguna sugerencia de mejora para esta asignatura

MODULO TRABAJO DE GRADO

27. ¿Usted realizó su trabajo de grado bajo la modalidad de creación de empresas, estudio de prefactibilidad o factibilidad, plan de negocios o modelo de negocios?

- c. Si (Pasa a la pregunta 28)
- d. No (Pasa a la pregunta 30)

28. Su trabajo de grado fue realizado como: (Pasa a la pregunta 29)

- a. Un estudio de factibilidad
- b. Un estudio de pre-factibilidad
- c. Plan de negocio de creación de empresa propia

- d. Plan de negocio para otra persona o empresa
- e. Modelo de negocio
- f. Creación de empresas

29. ¿Por qué decidió realizar su trabajo de grado bajo esta modalidad? (Pasa a la pregunta 31)

- a. Para cumplir requisito de grado
- b. Desarrollar mi idea de negocio
- c. Desarrollar una idea de negocio de un tercero
- d. Otra. _____

30. ¿Cuál fue la principal razón para no escoger la modalidad Práctica en Creación de Empresas como trabajo de grado? (Pasa a la pregunta 31)

- a. No sabía que existía esa modalidad de trabajo de grado en el programa académico que cursé.
- b. No me resultó interesante esta modalidad.
- c. Sabía que existía la modalidad en mi programa académico, pero no sabía a quién acudir para el desarrollo de mi trabajo de grado.
- d. No estoy interesado en crear empresa.
- e. No hay esa modalidad en mi carrera

BLOQUE 4: CREACIÓN DE EMPRESAS

31. ¿Usted creó empresa?

- a. Si (Pasa a la pregunta 32)
- b. No (Pasa a la pregunta 56)

32. ¿Cuál fue el apoyo al emprendimiento que más influenció en la creación de su empresa? (Pasa a la pregunta 33)

- a. Emprendedores
- b. IPRED

- c. Programa UIS Emprende
- d. Asignaturas de emprendimiento
- e. Trabajo de grado en creación de empresas
- f. Otros

BLOQUE 5: CARACTERIZACIÓN DE EMPRESAS

33. Seleccione la o las razones que lo llevaron a crear empresa (Múltiple respuesta) (Pasa a la pregunta 34)

- a. Pérdida de empleo
- b. Inversión de recursos
- c. Poner en práctica su profesión
- d. Ocupar el tiempo libre
- e. Generar fuente estable de recursos
- f. Aprovechar una oportunidad existente
- g. Para cumplir requisito de grado
- h. Para cumplir con el plan de vida propuesto
- i. Otra, ¿cuál? _____

34. ¿Cuál es el nombre de su empresa? (Pasa a la pregunta 35)

35. ¿Cuándo creó su empresa? (Pasa a la pregunta 36)

- a. 2009
- b. 2010
- c. 2011
- d. 2012
- e. 2013
- f. 2014
- g. 2015

36. Seleccione la clasificación de su empresa de acuerdo al tamaño máximo alcanzado (Pasa a la pregunta 37)

- a. Microempresa (no superior a 10 trabajadores)
- b. Pequeña empresa (entre 11 y 50 trabajadores)
- c. Mediana empresa (entre 51 y 200 trabajadores)
- d. Grande (más de 200 trabajadores)

37. Seleccione la clasificación según el tipo de actividad económica a la que se dedica su empresa (Pasa a la pregunta 38)

- a. **Agropecuarias:** Encargadas de la producción de bienes agrícolas y pecuarios, tales como: pesca, agricultura, ganadería y explotación de bosques.
- b. **Mineras:** Encargadas de la explotación de los recursos minerales del suelo.
- c. **Industriales:** Encargadas de la producción de bienes, a partir la transformación de materias primas utilizando factores productivos.
- d. **Comerciales:** Encargadas de la compra y venta de bienes materiales, estas no realizan ningún proceso de manufactura.
- e. **Servicios:** Encargadas de suministrar servicios que satisfacen necesidades concretas de un individuo. Sus productos son intangibles.
- f. **Mixtas:** Realizan labores que pertenecen a más de un tipo de actividad económica.

38. ¿Su empresa se encuentra activa?

- a. Si (Pasa a la pregunta 39)
- b. No (Pasa a la pregunta 53)

39. ¿Cuánto tiempo lleva operando? (Pasa a la pregunta 40)

- a. Menos de 3 meses

- b. Entre 3 y 6 meses
- c. Entre 6 meses y un año
- d. Entre 1 y 2 años
- e. Entre 2 y 4 años
- f. Más de 4 años

40. De los siguientes certificados, ¿con cuales cuenta su empresa actualmente?
(Pasa a la pregunta 41)

- a. Registro mercantil
- b. NIT
- c. RUT
- d. Industria y comercio
- e. Registro de libros contables
- f. Ninguno
- g. Otro, ¿cuál? _____

41. ¿Cuál es la figura jurídica de su empresa? (Pasa a la pregunta 42)

- a. Unipersonal
- b. Sociedad limitada
- c. Sociedad anónima
- d. Sociedad por acciones simplificada (SAS)
- e. Sociedad colectiva
- f. Sociedad en comandita simple
- g. Sociedad en comandita por acciones
- h. Otra, ¿cuál? _____

42. Seleccione los recursos usados para crear su empresa (Múltiple respuesta)
(Pasa a la pregunta 43)

- a. Ahorros propios
- b. Préstamo de familiares
- c. Préstamos de amigos
- d. Prestamistas
- e. Indemnización de un trabajo

- f. Préstamo banca comercial o financiera
- g. Aporte de socios
- h. Fondo capital semilla
- i. Otro, ¿Cuál? _____

43. ¿En qué porcentaje los ingresos de su empresa cubren los gastos de la misma? (Pasa a la pregunta 44)

- a. 0%-25%
- b. 25%-50%
- c. 50%-75%
- d. 75%-100%
- e. Totalmente

44. ¿Qué métodos utiliza para medir la calidad de los productos y/o servicio? (Pasa a la pregunta 45)

- a. No realiza
- b. Inspección visual
- c. Control del proceso de producción y/o servicios
- d. Control estadístico de los procesos
- e. Mejora continua de los procesos

45. ¿Cuáles de los siguientes elementos están incluidos dentro de los costos de su producto y/o servicio? (Múltiple respuesta). (Pasa a la pregunta 46)

- a. Materia prima
- b. Mano de obra
- c. Gastos administrativos
- d. Gastos de ventas
- e. Devoluciones y garantías

46. En el transcurso del último año, ¿ha creado nuevos productos y/o servicios para ofrecer a sus clientes? (Pasa a la pregunta 47)

- a. 0
- b. 1
- c. 2
- d. 3
- e. Más de 3

47. ¿Cuál de los siguientes medios ha utilizado para darse a conocer en el mercado? (Múltiple respuesta). (Pasa a la pregunta 48)

- a. Redes sociales
- b. Publicidad impresa (tarjetas, volantes, brochure)
- c. Páginas amarillas
- d. Redes sociales
- e. Página web
- f. Publicidad masiva (Radio, internet, televisión)
- g. Ninguna
- h. Otro, ¿cuál? _____

48. ¿Cuál de las siguientes actividades de estandarización ha desarrollado la empresa? (Pasa a la pregunta 49)

- a. Ninguna
- b. Solo la definición de las actividades propias de los procesos de producción y/o prestación del servicio
- c. Documentación de las actividades
- d. Definición y documentación de procesos
- e. Mantener y mejorar el proceso productivo a partir de análisis estadísticos

49. ¿Qué formación profesional o técnica tienen en su mayoría las personas que laboran en la empresa? (Pasa a la pregunta 50)

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Bachiller
- d. Técnico o tecnólogo

e. Profesional

50. ¿Cuáles son las principales fuentes de información en las que se basa para conocer la demanda de su producto/servicio? (Múltiple respuesta). (Pasa a la pregunta 51)

- a. Sentido común
- b. Histórico de ventas
- c. Análisis del mercado
- d. Análisis de competidores
- e. Previsión de acuerdo a las tendencias del mercado expuestas en revistas especializadas o en seminarios empresariales.

51. En su empresa, ¿cuáles de los siguientes valores o principios están claramente definidos? (Múltiple respuesta). (Pasa a la pregunta 52)

- a. Ninguno
- b. Misión
- c. Visión
- d. Valores institucionales
- e. Política de calidad

52. La distribución de sus productos es: (Pasa a la pregunta 57)

- a. Local
- b. Regional
- c. Nacional
- d. Internacional
- e. A través de alianzas empresariales (redes de colaboración)

BLOQUE 6: EMPRESA CERRADA

53. ¿Cuánto tiempo estuvieron operando? (Pasa a la pregunta 57)

- a. Menos de 3 meses
- b. Entre 3 y 6 meses
- c. Entre 6 meses y un año
- d. Entre 1 y 2 años
- e. Entre 2 y 4 años
- f. Más de 4 años

54. Seleccione las razones por las que ya no opera (Múltiple respuesta) (Pasa a la pregunta 55)

- a. Las ventas no eran suficientes para solventar los gastos
- b. No contaba con el personal capacitado/comprometido
- c. Exceso de cartera morosa
- d. Falta de conocimientos administrativos para liderar la empresa
- e. Asuntos personales/familiares/cambio de ciudad
- f. No tenía suficiente tiempo para dedicarle a la empresa
- g. Otro, ¿cuál? _____

55. ¿Estaría dispuesto a crear nuevamente empresa? (Pasa a la pregunta 57)

- a. Si
- b. No

BLOQUE 7: RAZONES DE NO CREACIÓN DE EMPRESA

56. Seleccione el o los motivos por los cuales no ha creado empresa (Pasa a la pregunta 57)

- a. No cuento con recursos económicos
- b. No he tenido tiempo
- c. Aún no tengo los conocimientos necesarios para crear empresa
- d. No he encontrado un socio adecuado
- e. No he consolidado la idea de negocio
- f. Tengo miedo al fracaso
- g. No me interesa crear empresa
- h. Otro, ¿Cuál? _____

**BLOQUE 8: SUGERENCIAS DE MEJORA A LOS MECANISMOS DE APOYO
AL EMPRENDIMIENTO**

57. ¿Usted cree que la UIS Debería tener otros mecanismos de apoyo al emprendimiento a parte del IPRED, Emprendedores, UIS Emprende, la modalidad de trabajo de grado en creación de empresas y las cátedras en creación de empresas?

- a. Si (Pasa a la pregunta 61)
- b. No PASAR AL MENSAJE Muchas gracias por diligenciar la encuesta.

58. ¿Cuáles mecanismos de apoyo al emprendimiento sugiere que tenga la Universidad?

Pasar al mensaje: Muchas gracias por diligenciar la encuesta.

Estimado egresado, la investigación pretende construir casos de estudio de los egresados que han creados empresa para compartir sus historias y saber de forma más detallada cuál ha sido su experiencia empresarial. También el programa UIS Emprende desea acercarse más a los egresados.

Por tanto si lo anterior es de su interés, agradecemos nos brinde los siguientes datos personales:

Nombre completo

Correo electrónico

Teléfono/ celular

ANEXO J. CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA REALIZAR ENCUESTAS Y ENTREVISTAS DIRIGIDAS A LOS EGRESADOS DEL INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN –IPRED- DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

La presente ficha de consentimiento tiene como finalidad proveer a los participantes de esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

1. Objetivo y justificación de la investigación

El objetivo general del presente estudio es “Evaluar la creación de empresas generadas a partir de los mecanismos de apoyo al emprendimiento del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia –IPRED- de la Universidad Industrial de Santander, tomando como base los resultados empresariales de una muestra de egresados entre los años 2009 – 2014”. Los resultados obtenidos permitirán formular una política de emprendimiento en la universidad, acorde con los perfiles y con el entorno económico y social actual de los estudiantes y egresados de la universidad.

2. Procedimientos a los cuales estarán sometidos los participantes

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas de una encuesta y participar de una entrevista a cargo de las auxiliares de la investigación. Durante estas sesiones se tomará nota de su opinión de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

3. Compromiso de proporcionarle información actualizada obtenida durante el estudio

Las personas que participen en el proceso de investigación podrán **solicitar información acerca de las conclusiones del mismo al finalizar esta fase del proyecto**, comunicándose con la directora de la investigación: AURA CECILIA PEDRAZA AVELLA o con las auxiliares de investigación del proyecto, a los correos y números de contacto relacionados al final de este consentimiento.

4. Tratamiento de la información suministrada

La presente investigación se rige por la Ley 1581 de 2012, el Decreto 1377 de 2013 y la Resolución 1227 de 2013 de la rectoría de la Universidad Industrial de Santander, según los cuales se dará un tratamiento adecuado y protección a la información que será recolectada por medio de las encuestas y entrevistas a

realizar, las cuales no incluirán datos que afecten la intimidad de los participantes o cuyo uso indebido pueda generar alguna alteración física o mental en ellos.

5. Riesgos y molestias de participar en la investigación

Este estudio es considerado Investigación como mínimo riesgos, según la Resolución 008430 de Octubre 4 de 1993 del Ministerio de Salud. Sin embargo, si alguna de las preguntas durante la encuesta le parece incómoda, el participante tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderla, sin que esto incurra en algún tipo de riesgo ni alteración física o mental para el participante.

6. Beneficios que puedan observarse

La información suministrada por los participantes para la realización de la presente investigación, contribuirá al mejoramiento de los diferentes tipos de apoyo al emprendimiento de la Universidad Industrial de Santander, de igual forma, permitirá formular políticas de apoyo al emprendimiento más acordes con los perfiles y con el entorno económico y social de los estudiantes y egresados la universidad.

Las personas encuestadas y entrevistadas NO RECIBIRÁN REMUNERACIÓN ECONÓMICA.

7. Garantía de recibir respuesta a cualquier pregunta

En caso de presentarse alguna pregunta o inquietud de parte del participante relacionada con la encuesta, este podrá manifestarla a la directora de la investigación o a las personas por ella delegadas en el momento en que el participante lo considere pertinente.

8. Libertad de dejar de participar en el estudio

El participante puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en alguna forma.

9. Confidencialidad de la información

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de la realización de esta investigación. Todas las personas que intervengan en el tratamiento de la información están obligadas a garantizar la reserva de la información inclusive después de finalizada su relación con alguna de las labores que comprende la investigación.

10. Autorización para uso de datos obtenidos en este estudio

Se le solicita la autorización al participante para que los datos obtenidos en este estudio puedan ser utilizados para la realización de productos de investigación relacionados con este proyecto, como artículos en revistas o ponencias en eventos,

previa aprobación del Comité de Ética para la Investigación Científica de la Universidad Industrial de Santander.

11. Agradecimientos e información de contacto

En caso de tener preguntas sobre la participación en este estudio, puede contactar a los investigadores al teléfono 6344000 ext. 1425 o al correo electrónico: finance@uis.edu.co.

Agradecemos su atención,

AURA CECILIA PEDRAZA

Directora de la investigación.

PAULA PATRICIA MUÑOZ VARGAS

Auxiliar de investigación

DIANA ROCÍO HERNÁNDEZ QUINTERO

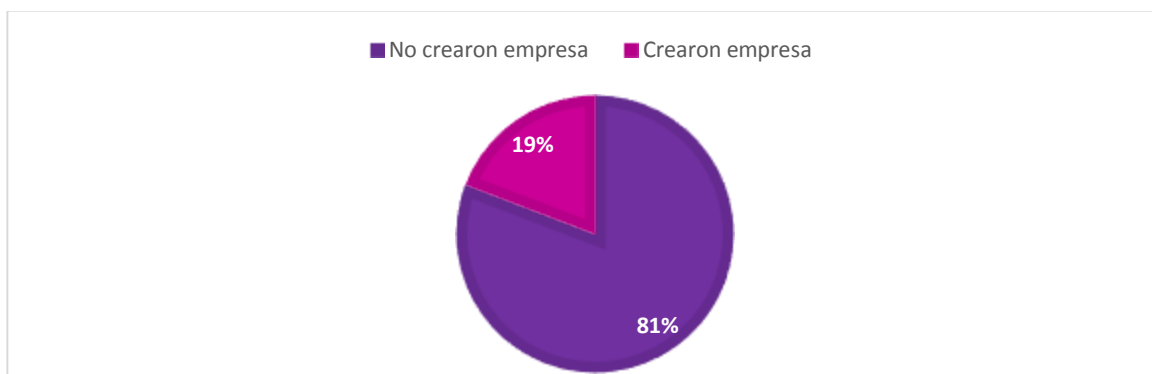
Auxiliar de la investigación

ANEXO K. ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS EGRESADOS

¿USTED CREÓ EMPRESA?

El 19% de los egresados encuestados aseguraron haber creado empresa, mientras que un 81% dijo no haber creado empresa. A pesar de ser una porción pequeña, se resalta que es una cifra cercana a los datos arrojados por el GEM donde se muestra que en Colombia tiene un TEA de 23.7%. Los resultados se ilustran en la figura 1.

Figura 1. Egresados que crearon empresa



Sección: Egresados que crearon empresa

Características sociodemográficas

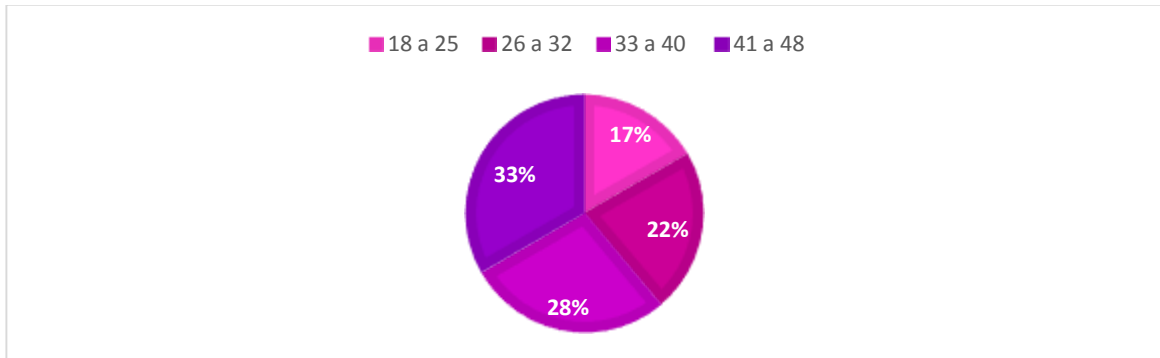
Edad

De los resultados del estudio plasmados en la figura 2, se observa que el 33% de los emprendedores está en el rango de 41 a 48 años, seguido de un 28% con edades entre 33 y 40 años de los emprendedores encuestados. Estos resultados

se ajustan a los arrojados por GEM Colombia⁷³ en donde la segunda mayor propensión (50,7%) de creación de empresas corresponde al rango de 35 a 54 años de edad.

Mientras que el 22% de los egresados emprendedores aseguró estar en un rango de edad de 26 a 32 años. En el rango de 18 a 25 años se encuentra la menor cantidad (17%) de encuestados. Esta baja propensión a la creación de empresas se puede deber a que los programas del IPRED son de modalidad a distancia y virtual, por tanto la mayoría de estudiantes son personas adultas que se encuentran en el rango de edad de 33 a 40 años que cuentan con empleo.

Figura 2. Edad



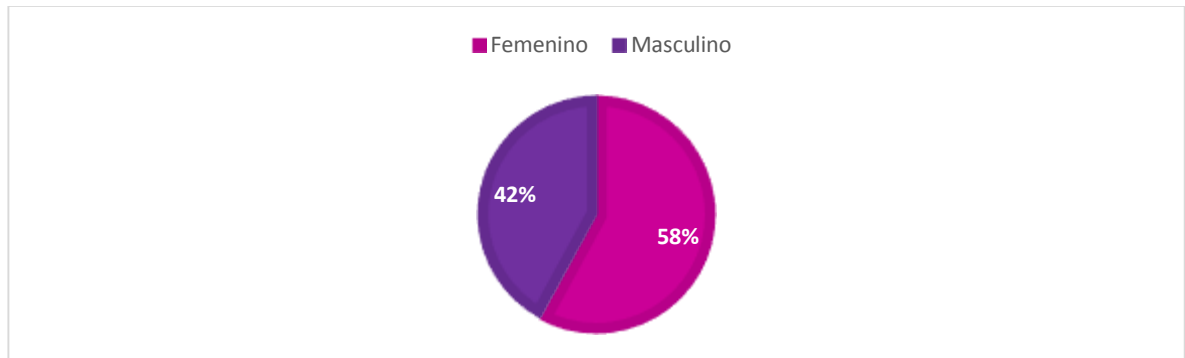
Género

En la figura 3 se puede observar que, las mujeres son las que más crearon empresa. Este resultado es contrario a los resultados encontrados por el GEM⁷⁴ visto que el porcentaje de hombres clasificados como empresarios nacientes/nuevos es de 30%, mientras que el porcentaje de mujeres es del 17%. Conviene subrayar que el 59% de los encuestados son mujeres.

⁷³ Dinámica Empresarial Colombiana, 2013. Global Entrepreneurship Monitor P.45

⁷⁴ Global Interpreneurship Monitor. Op, cit. p. 48.

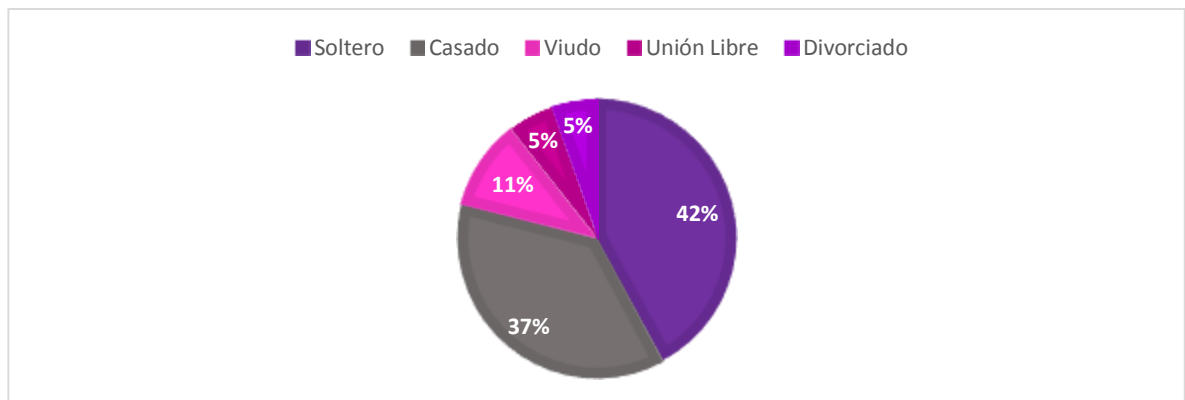
Figura 3. Género



Estado civil

En la figura 4 se puede evidenciar que las personas solteras con un 42% son los que más crean empresa, seguidos de las personas casadas con un 37%. Es interesante detallar que estos extremos son los que más crean empresa. Mientras que un 5% de los encuestados que se encuentran en unión libre y es divorciado es propenso a la iniciativa emprendedora. Y el 11% corresponde a las personas viudas que crean empresa.

Figura 4. Estado civil

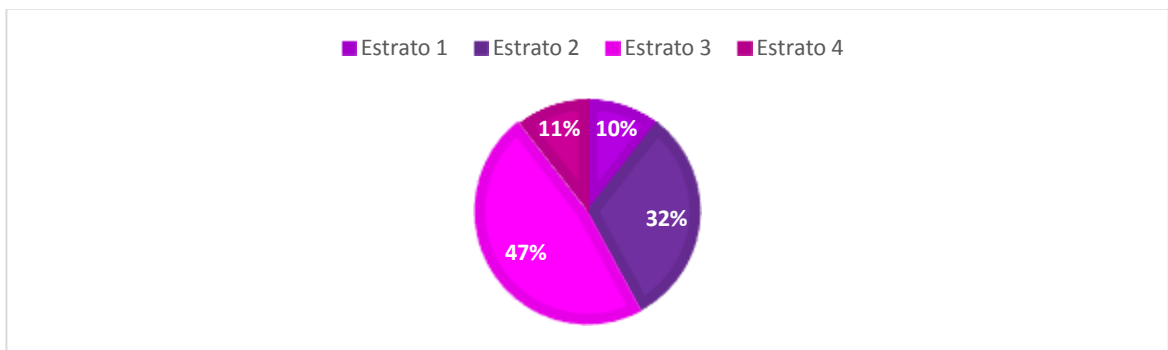


Estrato socioeconómico

La encuesta contempló la pregunta sobre estrato socioeconómico de la vivienda del egresado emprendedor con la finalidad de mirar cuál es su capacidad económica y calidad de vida actual. La mayoría de los emprendedores (47%) aseguraron estar

viviendo en un sector de estrato 3 que corresponde al grupo de estratos bajos que alberga a los usuarios con menores recursos los cuales son beneficiarios de subsidios en los servicios públicos domiciliarios⁷⁵. El 32% de los encuestados habitan una vivienda de estrato 2. Tan solo un 11% residen una vivienda de estrato 4. Es de recalcar que ninguno de los encuestados ocupa una vivienda de estrato 5 ó 6. Los resultados se ilustran en la figura 5.

Figura 5. Estrato socioeconómico



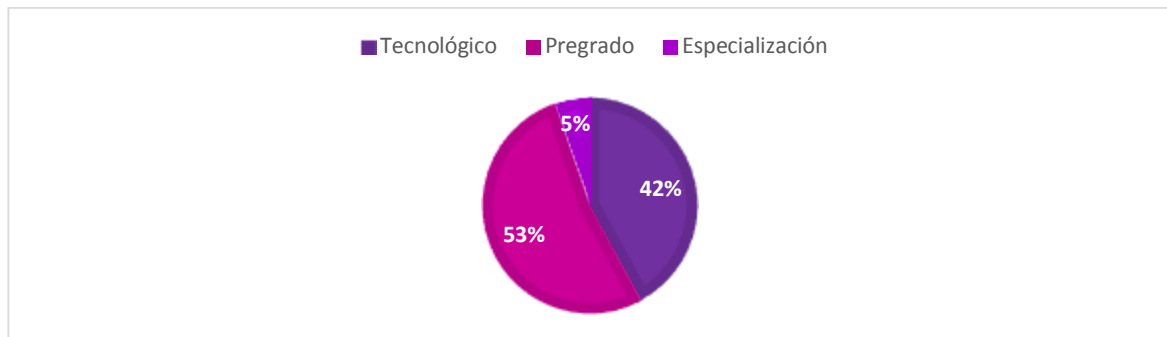
Nivel Educativo

En lo que se refiere a educación, la figura 6 muestra que el 53% de los emprendedores cuentan con un nivel educativo de pregrado, el 42% son tecnólogos y tan solo el 5% de los encuestados tienen una especialización. Este resultado no se alinea completamente con la tendencia de incremento de la TEA (Tasa total de actividad empresarial temprana, que incluye “empresarios nacientes” y “empresarios nuevos”) a medida que el nivel educativo aumenta⁷⁶. Ninguno de los encuestados realizó estudios de maestría o de doctorado.

⁷⁵ Preguntas frecuentes Dane [en línea]. [Citado el 19 de Agosto de 2015] Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/geoestadistica/Preguntas_frecuentes_estratificacion.pdf>

⁷⁶ Global Interpreneurship Monitor. Op, cit. p. 48

Figura 6. Nivel educativo actual

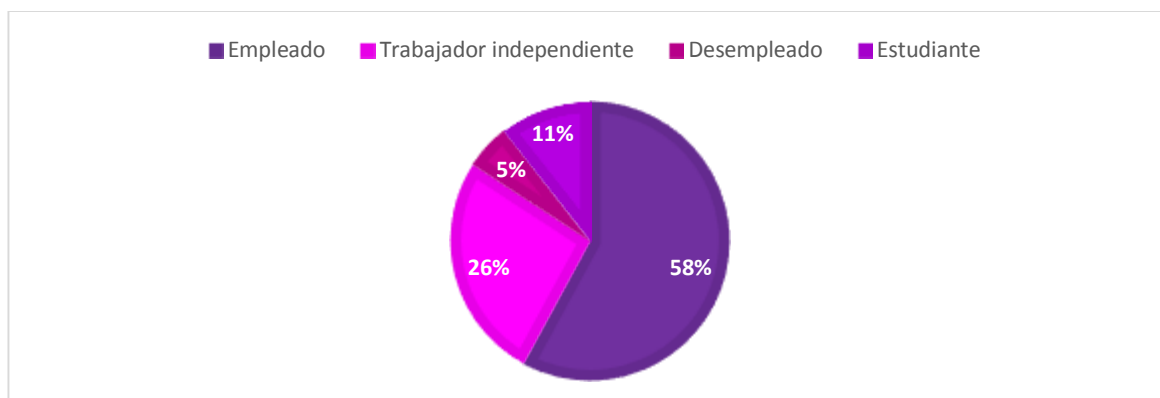


Situación Laboral

Se indagó además por la situación laboral actual de los egresados emprendedores, obteniendo que más de la mitad (58%) se encuentran empleados, el 26% dijeron trabajar como independiente, es decir, solo trabaja en su empresa. El 11% dijeron estar estudiando, mientras que el 5% se consideraron desempleados, a pesar de contar una empresa. De acuerdo con el informe del GEM el 33.7% de los adultos encuestados se consideraban así mismos como auto empleados, y el 35% de los encuestados dijeron estar empleados. Preocupan los altos niveles de empresarios nacientes y nuevos que continúan como empleados de tiempo completo o tiempo parcial pues esto lleva a que no puedan dedicarse al 100% a su iniciativa empresarial y hace difícil esperar que esas iniciativas puedan tener altas probabilidades de éxito⁷⁷. La figura 7 presenta los resultados del estudio.

⁷⁷ Ibid.

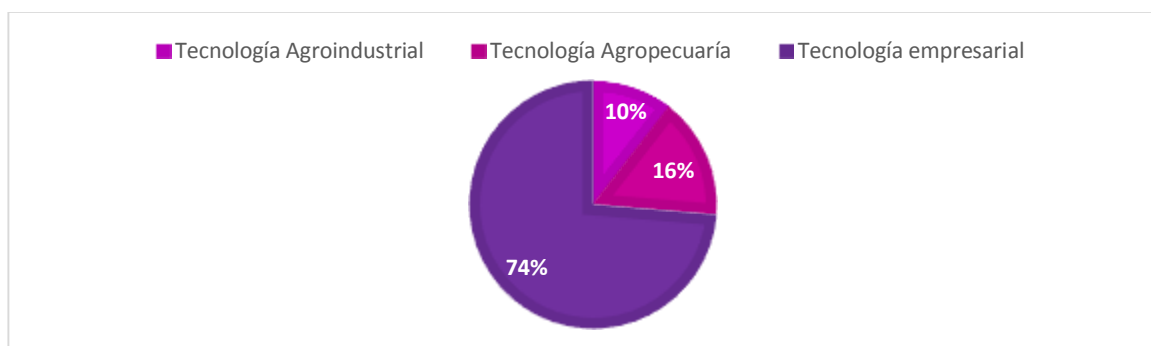
Figura 7. Situación laboral actual



Formación Tecnológica recibida en la universidad

En el estudio se quiso determinar cuál es la proporción de egresados con empresa discriminados por programa académico a nivel tecnológico del IPRED. La figura 8 muestra que el 74% de los egresados son Tecnólogos Empresariales, el 16% son Tecnólogos Agropecuarios y el 10% de Tecnólogos Agroindustriales. Con respecto al total de encuestados se halló que el 83% egresaron del programa de Tecnología Empresarial, el 9% de Tecnología Agroindustrial y el 8% de Tecnología Agropecuaria; esto tiene influencia en el porcentaje de egresados que crearon empresa.

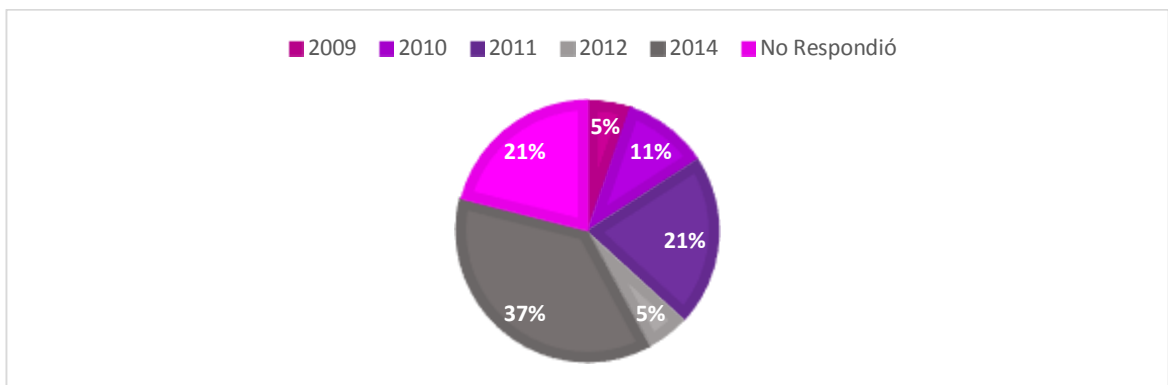
Figura 8. Formación tecnológica recibida



¿En qué año se graduó de la tecnología?

La figura 9 muestra que el 37% de los egresados emprendedores indicaron haberse graduado en el 2014, el 21% no indicaron fecha de graduación, el otro 21% indicó haber recibido grado de tecnólogo en 2011 y el 5% restante se graduaron en el 2009.

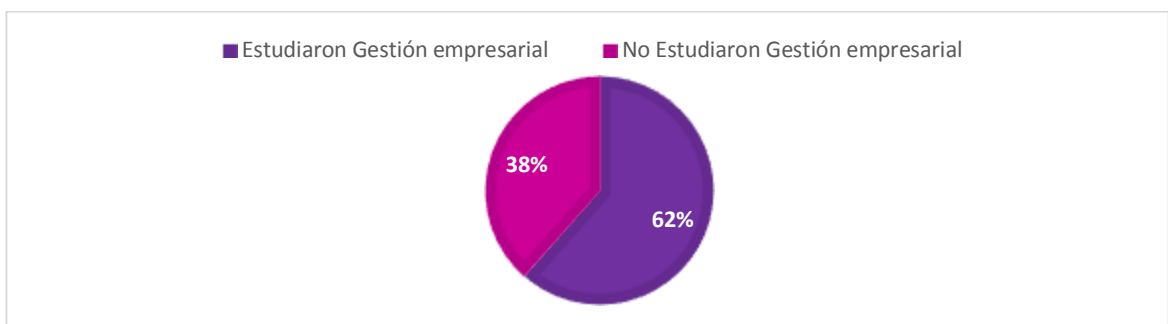
Figura 9. Año de graduación de Tecnología



Egresados de Tecnología Empresarial que continuaron con el programa profesional en Gestión Empresarial

Con respecto a la continuación de estudios profesionales en el IPRED, el 62% continuaron estudiando Gestión Empresarial, los demás no continuaron Gestión Empresarial. Estos resultados se muestran en la figura 10.

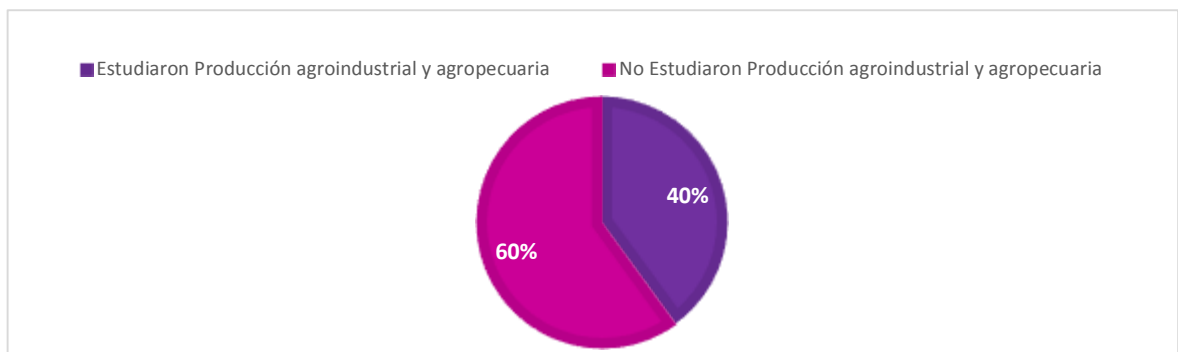
Figura 10. Continuación de los estudios de Gestión Empresarial



Egresados de Tecnología Agropecuaria y Tecnología Agroindustrial que continuaron con el programa profesional de Producción Agroindustrial

En la figura 11 se puede observar que los egresados emprendedores que continuaron la profesional corresponden al 60%, el 40% restante solo cumplieron con el nivel tecnológico.

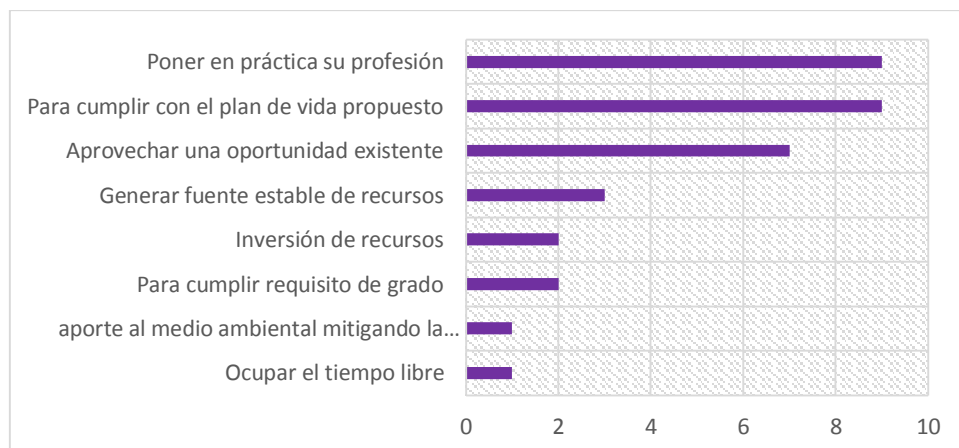
Figura 11. Continuación de estudios de Producción Agroindustrial



Razones que lo llevaron a crear empresa

Se evidencia en la figura 12, que razones como poner en práctica su profesión, cumplir un plan de vida propuesto y aprovechar una oportunidad existente son las razones más comunes entre los emprendedores a la hora de crear empresa. No obstante, razones como ocupar el tiempo libre y aporte al medio ambiente son las menos comunes entre los encuestados.

Figura 12. Razones que llevaron a la creación de empresa

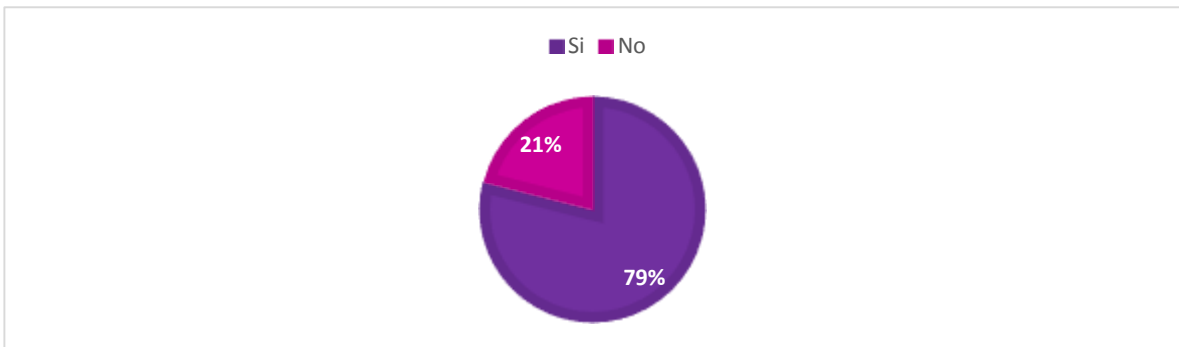


Evento Emprendedores

¿Usted participó en el Evento Emprendedores?

El 79% de los encuestados afirmaron haber asistido al Evento Emprendedores, mientras que un 21% dijeron no haber asistido al evento, esto se ilustra en la figura 13. Esto se puede deber a que para el único programa que es obligatorio asistir es para Tecnología Empresarial y para algunos semestres del Programa Agroindustrial. Adicionalmente, hay que resaltar que la asistencia ininterrumpida por parte del programa Agroindustrial se viene dando desde el año 2011.

Figura 13. Participación en el Evento Emprendedores

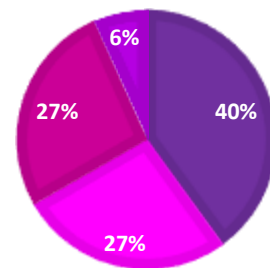


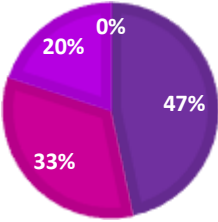
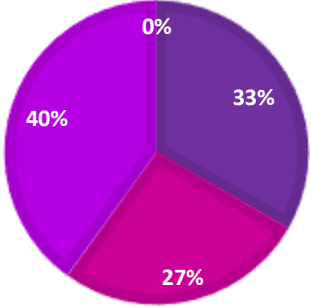
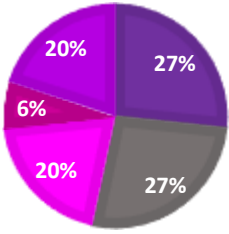
Por favor califique los siguientes aspectos del Evento Emprendedores:

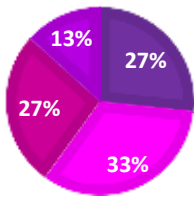
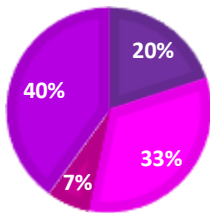
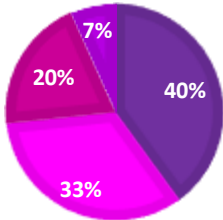
- *Acompañamiento de los tutores y/o profesores en el proceso de elaboración de la idea de negocios.*

El 40% de los egresados emprendedores calificaron el acompañamiento de los tutores en la elaboración de la idea de negocios Excelente, el 27% lo califican como muy bueno y bueno en igual protección. No

■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular



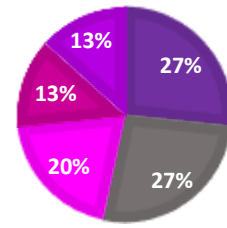
<p>obstante, un 6% le asignan una calificación de regular.</p>													
<p>• <i>Lugar donde llevo a cabo el Evento.</i></p> <p>Se observa que la mayoría de los egresados califican el lugar donde se realiza el evento como bueno, un 33% dicen que es muy bueno y el 20% asignan una calificación de muy bueno. Ninguno considera que el lugar sea regular ni malo.</p>	<p>■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Calificación</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>47%</td> </tr> <tr> <td>Muy Bueno</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Bueno</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Calificación	Porcentaje	Excelente	47%	Muy Bueno	33%	Bueno	20%	Regular	0%		
Calificación	Porcentaje												
Excelente	47%												
Muy Bueno	33%												
Bueno	20%												
Regular	0%												
<p>• <i>Stand asignado para mostrar su idea de negocio.</i></p> <p>Se observa una dispersión con respecto a la calificación de este aspecto. Se evidencia que el 40% de los egresados califican con bueno el stand asignado, un 33% lo califican como excelente y un 27% como muy bueno. Pero, se podría decir que la calificación de este aspecto es de bueno.</p>	<p>■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Calificación</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Muy Bueno</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Bueno</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Calificación	Porcentaje	Excelente	33%	Muy Bueno	27%	Bueno	40%	Regular	0%		
Calificación	Porcentaje												
Excelente	33%												
Muy Bueno	27%												
Bueno	40%												
Regular	0%												
<p>• <i>Apoyo brindado por la Universidad para el traslado de los elementos requeridos en el stand.</i></p> <p>Los egresados mostraron tener diferentes puntos de vista respecto a este aspecto. Los egresados emprendedores califican el apoyo como Excelente y muy bueno en igual proporción, un 40% dan una calificación buena y mala. Solo un 6% le asignó una calificación de regular.</p>	<p>■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular ■ Malo</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Calificación</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Muy Bueno</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Bueno</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Malo</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table>	Calificación	Porcentaje	Excelente	27%	Muy Bueno	27%	Bueno	20%	Regular	6%	Malo	20%
Calificación	Porcentaje												
Excelente	27%												
Muy Bueno	27%												
Bueno	20%												
Regular	6%												
Malo	20%												

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Cumplimiento del cronograma del evento.</i> <p>Los resultados evidencian que el cumplimiento del cronograma no es muy claro para todos los egresados. El 33% de los egresados calificaron este aspecto como muy bueno, el 52% lo calificaron como bueno y regular.</p>	<p>■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Muy Bueno</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Bueno</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>33%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	13%	Muy Bueno	27%	Bueno	27%	Regular	33%
Categoría	Porcentaje										
Excelente	13%										
Muy Bueno	27%										
Bueno	27%										
Regular	33%										
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Participación de personalidades y entidades (inversionistas, cámara de comercio, aceleradoras, etc.) promotoras del emprendimiento en el evento.</i> <p>No se evidencia un consenso en la calificación de este aspecto, pero si se observa que los egresados calificaron entre regular y muy bueno la participación de personalidades y entidades. Un 20% califica como excelente esta participación y un 7% como bueno.</p>	<p>■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Muy Bueno</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Bueno</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>40%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	20%	Muy Bueno	33%	Bueno	7%	Regular	40%
Categoría	Porcentaje										
Excelente	20%										
Muy Bueno	33%										
Bueno	7%										
Regular	40%										
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Parámetros del comité para evaluar la idea de negocio presentada en el Evento.</i> <p>Los resultados arrojan que un 40% de los egresados califican este aspecto como excelente, un 33% lo califica como muy bueno y un 20% como bueno. Un pequeño porcentaje de egresados asigna calificación regular a este aspecto.</p>	<p>■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Excelente</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Muy Bueno</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>Bueno</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Regular</td> <td>7%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Excelente	40%	Muy Bueno	33%	Bueno	20%	Regular	7%
Categoría	Porcentaje										
Excelente	40%										
Muy Bueno	33%										
Bueno	20%										
Regular	7%										

- *Premio otorgado por los organizadores del Evento a la mejor idea de negocio.*

No se evidencia un consenso en la calificación de este aspecto. Un 52% de los egresados califica los premios otorgados como excelente y muy bueno en iguales proporciones, el 20% le asigna una calificación de bueno. Sin embargo, un 26% califica este aspecto como regular y malo.

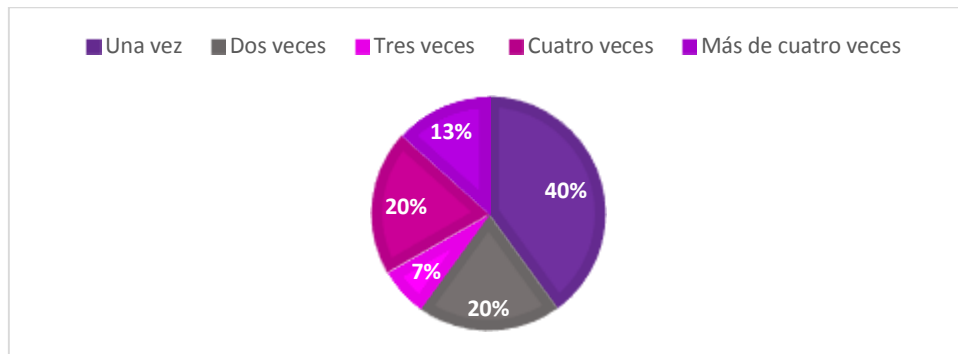
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular ■ Malo



¿Cuántas veces participó en el Evento Emprendedores?

A esta pregunta el 40% de los egresados emprendedores respondieron haber participado en el evento Emprendedores una vez, el 20% afirmó haber asistido dos veces, el 20% cuatro veces y el 13% dijo haber asistido más de cuatro veces. Cabe mencionar que Tecnología Empresarial solo se presenta una vez en sexto semestre. Mientras que en el Programa de Agroindustrial se presentan por lo menos tres veces. Los resultados se ilustran en la figura 14.

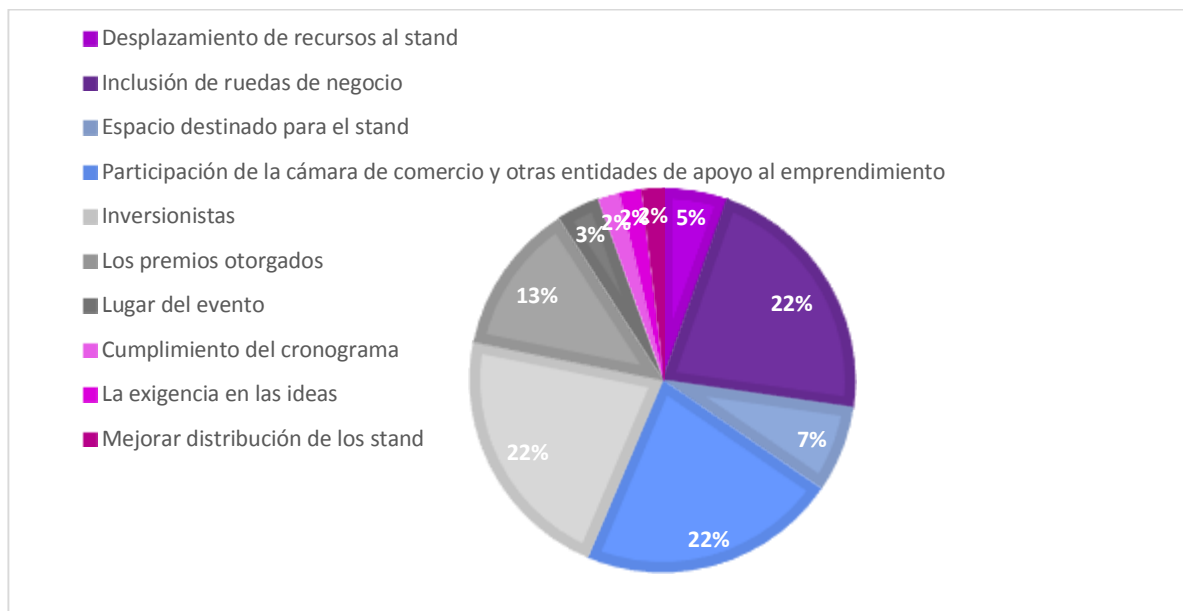
Figura 14. Participación en el Evento Emprendedores



Seleccione el o los aspectos que considera debe mejorar el Evento Emprendedores

En la figura 15 se presentan los principales aspectos que los egresados emprendedores creen debe mejorar el Evento Emprendedores. Para el 22% de los egresados es importante realizar mejoras que se relaciones con el desplazamiento de los recursos al Stand, para otro 22% es importante invitar a Inversionistas, para otro 22% la participación de la Cámara de Comercio y otras entidades de apoyo al emprendimiento debería ser mejor, un 13% de los emprendedores considera que deben otorgar mejores premios, un 7% de los encuestados afirma que el espacio destinado para el stand podría ser mejor.

Figura 15. Aspectos a mejorar del Evento Emprendedores

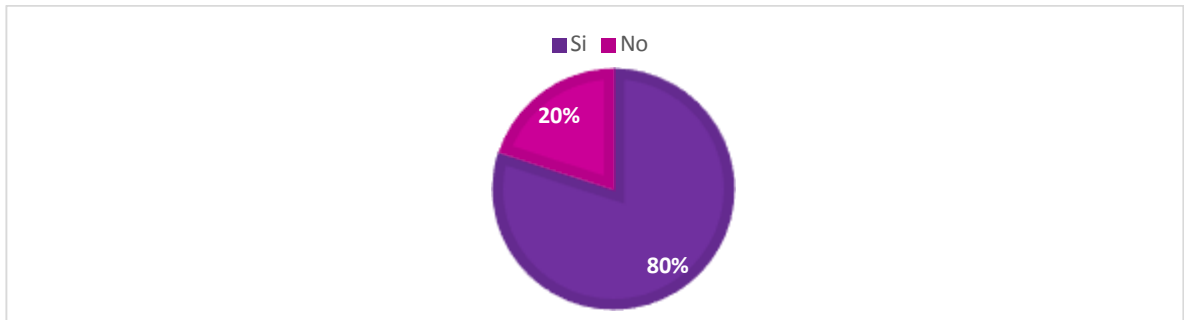


Asignaturas de emprendimiento cursadas

Durante su paso por la Universidad, ¿usted cursó alguna asignatura de creación de empresas o emprendimiento?

La figura 16 evidencia que el 80% de los emprendedores respondió haber cursado una asignatura de creación de empresas o emprendimiento. Tan solo un 20% respondió no haber cursado tales asignaturas.

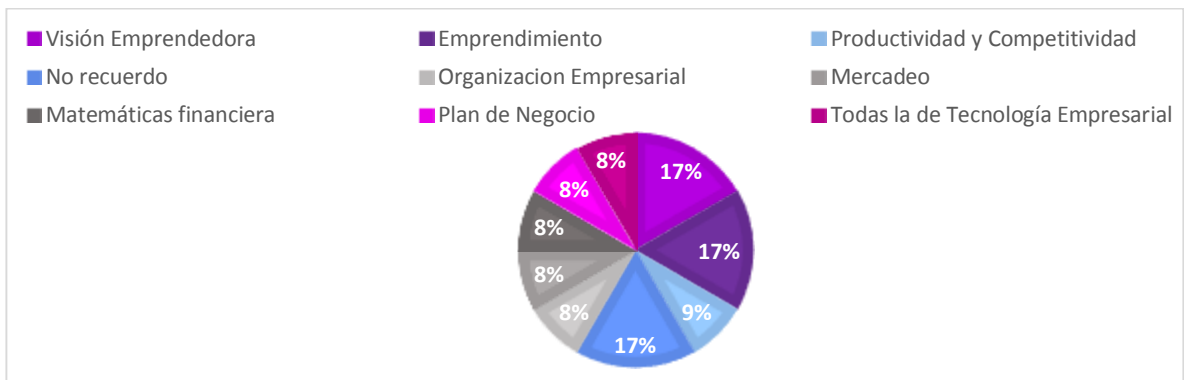
Figura 16. Egresados que cursaron asignaturas de emprendimiento



¿Cuál asignatura cursó?

Los resultados ilustrados en la figura 17, permiten detallar que las asignaturas de Visión Emprendedora y Emprendimiento fueron vistas por un 17% cada una, otro porcentaje igual dijo no recordar haber cursado una asignatura asociada a la creación de empresas. Un 9% dijo haber cursado Productividad y Competitividad, mientras que las asignaturas de Organización Empresarial, Mercadeo, Matemáticas financiera, Plan de Negocio y la opción de Todas las asignaturas de Tecnología Empresarial, cada asignatura fue cursada por un 8% de egresados.

Figura 17. Asignaturas de emprendimiento cursadas

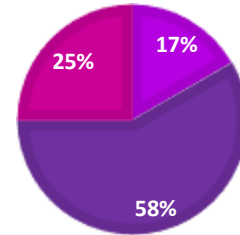


Por favor califique los siguientes aspectos de la asignatura de emprendimiento que cursó

• *Metodología de enseñanza del profesor.*

Se observa que la mayoría de egresados calificó la metodología de enseñanza muy buena, un 25% lo califica como buena y un 17% dice que este aspecto es excelente.

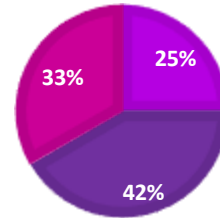
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno



• *Material teórico y práctico.*

Cerca del 50% de los egresados califican el material teórico y práctico como muy bueno, un 33% lo califica como bueno y un 25% de los egresados los califican como excelente.

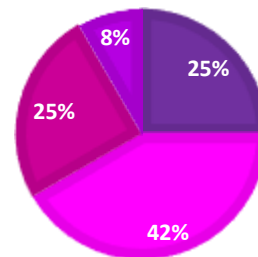
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno



• *Utilización de TIC's en la asignatura.*

Se evidencia que el 42% de los egresados califican con muy bueno la utilización de TIC's, un 25% lo califica como muy bueno y en igual proporción lo califican con excelente. Solo el 8% de los egresados le asigna calificación de regular a este aspecto.

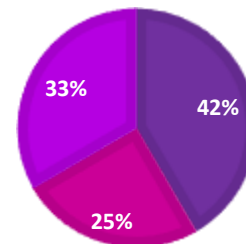
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular



• *Evaluación de la temática ofrecida.*

La mayoría de egresados calificaron como excelente la evaluación de la temática ofrecida, seguida de una proporción que lo califica como buena y un 25% da una calificación de muy buena a este aspecto

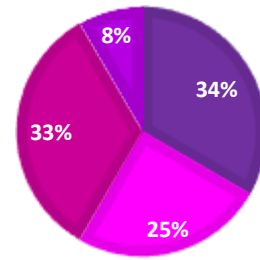
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno



- *Aula de clase.*

Los resultados muestran que la calificación asignada para el aula de clase no está definida. Un 34% lo califica como excelente, el 33% lo califica como bueno, un 25% como muy bueno. Una pequeña proporción de los egresados califican este aspecto como regular.

■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Regular

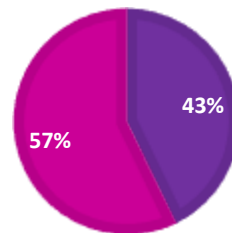


¿Cuál es su nivel de satisfacción general con esta asignatura?

Según los resultados presentados en la figura 18, la percepción por estas asignaturas es muy buena pues más de la mitad (57%) se siente satisfechos con la asignatura y el 43% restante dice estar totalmente satisfecho con la asignatura.

Figura 18. Nivel de satisfacción con la asignatura de emprendimiento

■ Totalmente Satisfecho ■ Satisfecho



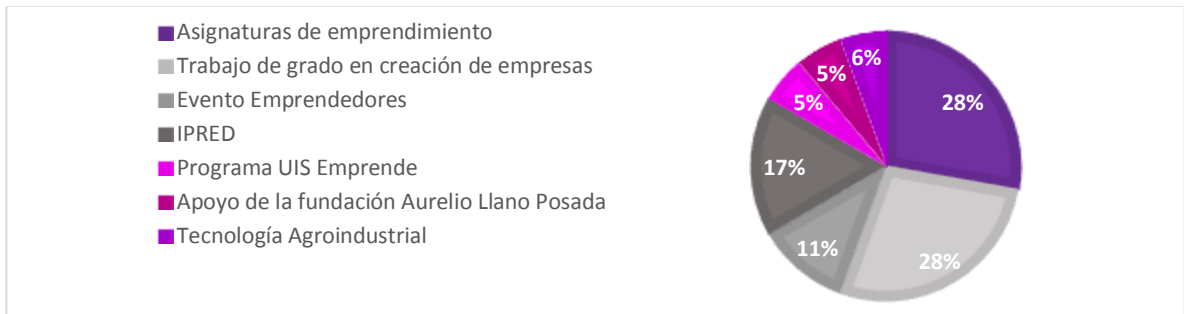
Apoyos en la creación de empresas

¿Cuál fue el apoyo al emprendimiento que más influyó en la creación de su empresa?

Los apoyos que más influenciaron la creación de la empresa son las asignaturas de emprendimiento (con un 28% de los emprendedores) y trabajo de grado en creación de empresas con otro 28% de emprendedores. De igual forma, la figura 19 también exhibe que el 17% de los encuestados le atribuye la influencia al IPRED.

El 11% se lo atribuye al Evento Emprendedores, al programa UIS Emprende, Tecnología Agroindustrial y Fundación Aurelio Llano Posada, se lo atribuyen el 5%, el 6% y el 5% de los emprendedores respectivamente.

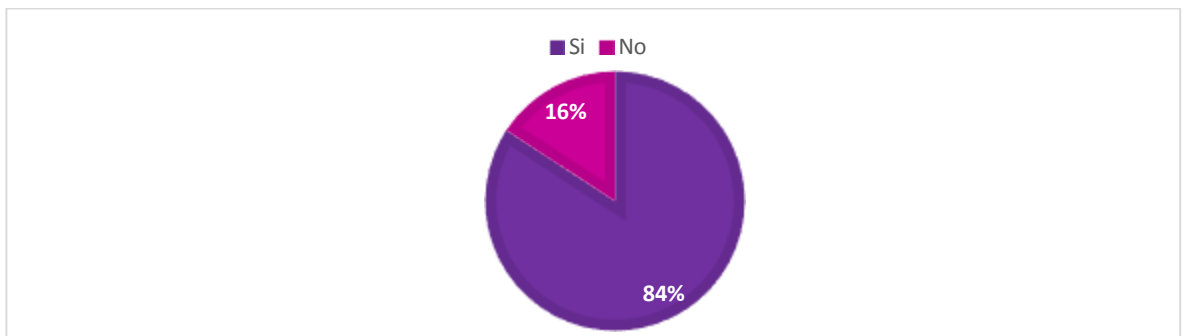
Figura 19. Apoyo que más influenció la creación de la empresa



¿Usted cree que la UIS debería tener otros mecanismos de apoyo al emprendimiento a parte del IPRED, Evento Emprendedores, UIS Emprende, la modalidad de trabajo de grado en creación de empresas y las asignaturas de creación de empresas?

A esta pregunta, la mayoría de egresados emprendedores respondieron que la UIS si debería tener otro mecanismo de apoyo al emprendimiento. Solo un 16% de los egresados no ven necesario la creación de otro mecanismo de apoyo al emprendimiento. Los resultados se muestran en la figura 20.

Figura 20. Existencia de otros mecanismos de apoyo al emprendimiento en la UIS

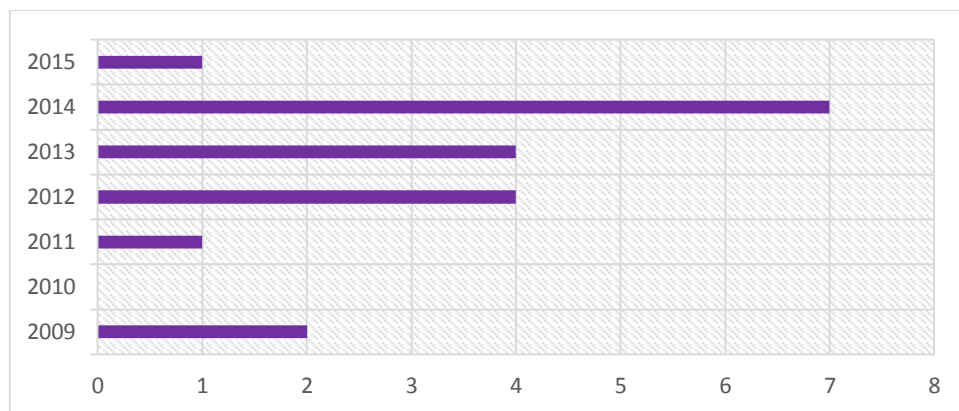


Caracterización de las empresas creadas

¿Cuándo creó su empresa?

La mayoría de egresados emprendedores crearon su empresa en el año 2014, en el periodo de 2012 – 2013 se crearon 4 empresas, en los años 2011 y 2015 se creó tan solo una empresa por año. Se resalta que en el año 2010 no se creó ninguna empresa. Los resultados se ilustran en la figura 21.

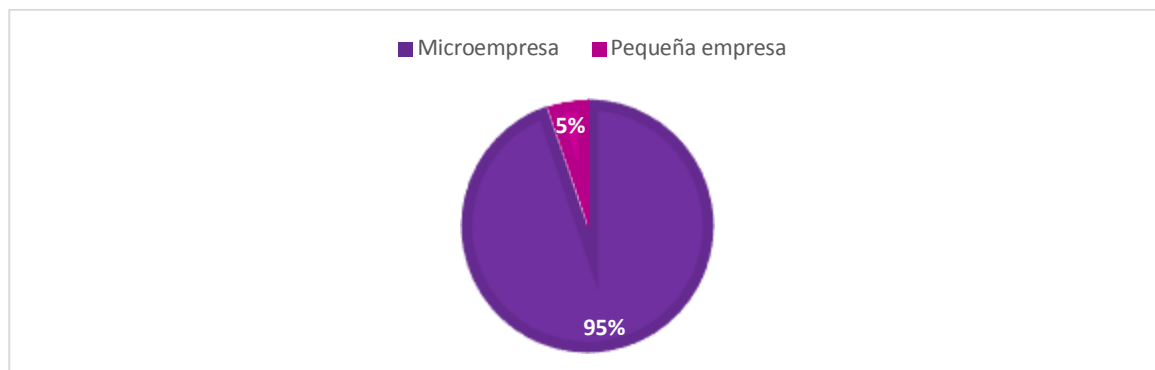
Figura 21. Fecha de creación de empresas



Clasificación de su empresa de acuerdo al tamaño máximo alcanzado

La figura 22 exhibe que la mayoría de empresas creadas son microempresas, es decir su equipo de trabajo no supera los 10 trabajadores. Solo un 5% Alcanza el tamaño de pequeña empresa, es decir, su planta de trabajo está entre 11 y 50 trabajadores.

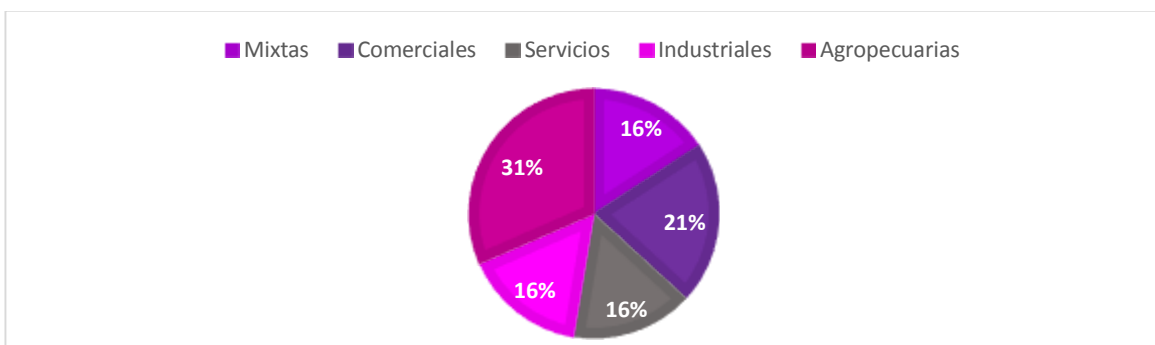
Figura 22. Clasificación según tamaño máximo alcanzado.



La clasificación según el tipo de actividad económica a la que se dedica su empresa

En la figura 23 se observa que el 31% de las empresas creadas son Agropecuarias, estas empresas se encargan de la producción de bienes agrícolas y pecuarios, tales como: pesca, agricultura, ganadería y explotación de bosques. El 21% de los emprendedores dijeron que su empresa es Comercial, es decir, se encarga de la compra y venta de bienes materiales. El 16% dijo que su empresa es Mixta (realizan labores que pertenecen a más de un tipo de actividad económica), otro 16% afirmó ser empresa de Servicios (encargadas de suministrar servicios que satisfacen necesidades concretas de un individuo) y la porción restante dijo ser empresa Industrial que se encargan de la producción de bienes, a partir la transformación de materias primas utilizando factores productivos.

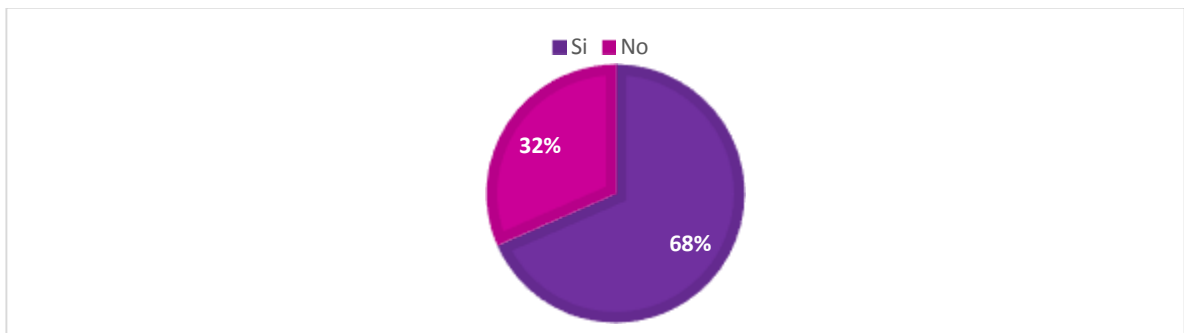
Figura 23. Clasificación según actividad económica.



¿Su Empresa se encuentra activa?

Los resultados muestran (véase figura 24) que cerca del 70% de las empresas creadas por los egresados están activas, y que solo el 32% de las empresas creadas se encuentran cerradas. Estos resultados no se alejan mucho de los análisis hechos por el GEM.

Figura 24. Empresas activas y no activas.

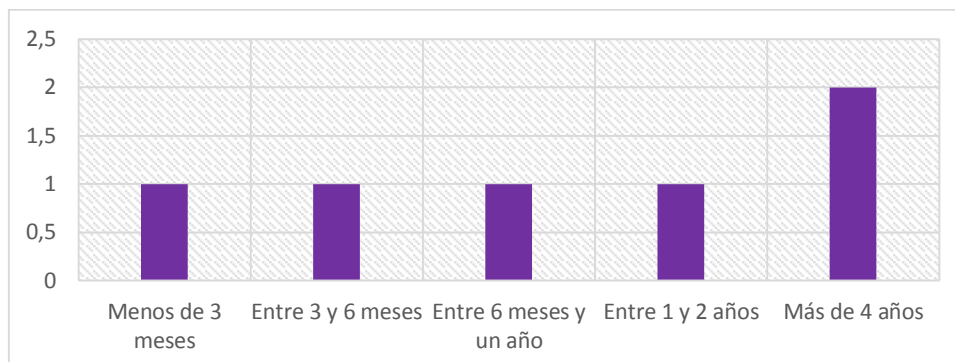


Categoría: Empresas cerradas

¿Cuánto tiempo estuvo operando la empresa?

Los egresados que manifestaron haber cerrado su empresa se les preguntó además del tiempo que estuvieron operando, según los resultados presentados en la figura 25 se observa que solo dos empresas operaron más de 4 años, una empresa logró funcionar en un periodo 1 a 2 años, otra operó por un periodo de 6 meses a 1 año. Las menos favorecidas fueron dos empresas, una operó entre 3 y seis meses, y la otra que operó por menos de 3 meses. Según el proceso emprendedor establecido por el GEM, solo dos egresados se consolidaron como Empresarios Establecidos, mientras que los demás no superaron la etapa de Nuevos Empresarios.

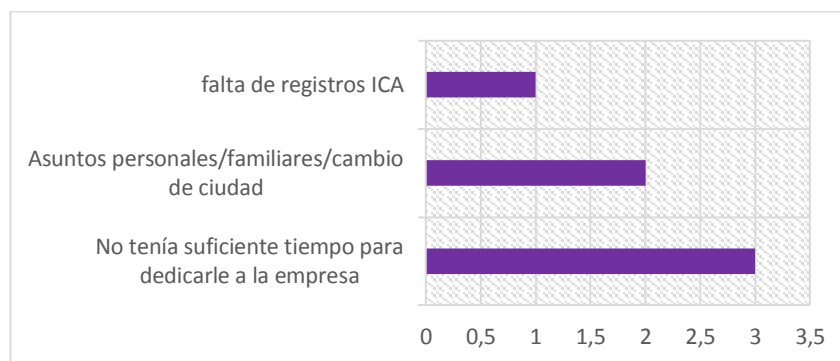
Figura 25. Tiempo de operación de empresas cerradas



Razones por las que ya no operan

A la pregunta de por qué ya no opera la empresa, la mitad de egresados encuestados respondió que no tenía suficiente tiempo para dedicarle a la empresa, 2 egresados respondieron que por asuntos personales/familiares y por cambio de ciudad se vieron obligados a cerrar, solo uno de los egresados respondió que debido a falta del registro ICA tuvo que cerrar su empresa. Los resultados se ilustran en la figura 26.

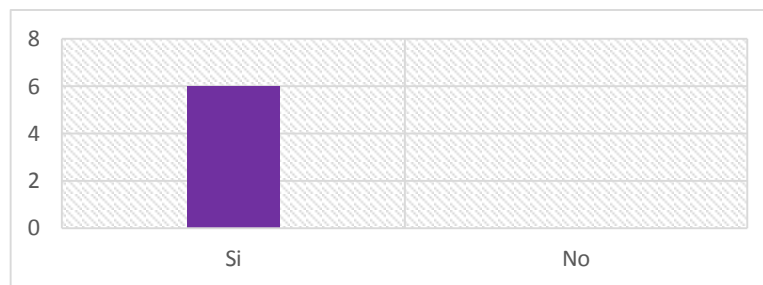
Figura 26. Razones por las que cerró la empresa



¿Estaría dispuesto a crear nuevamente empresa?

Para finalizar, a los egresados se les pidió que respondieran si estarían dispuestos a crear nuevamente empresa, y a pesar de haber cerrado, todos respondieron que sí estarían dispuestos, tal como lo muestra la figura 27.

Figura 27. Disponibilidad de crear nuevamente empresa.

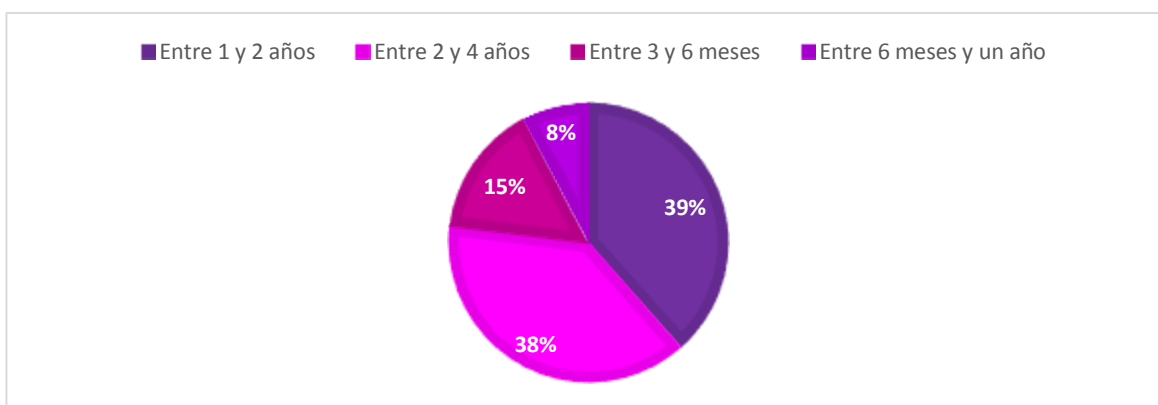


Categoría: Empresas activas

¿Cuánto tiempo lleva operando?

Se observa en la figura 28 que el 39% de los encuestados aseguró estar operando desde hace 1 a 2 años, el 38% de los encuestados dijo que su empresa ha estado operando entre 2 y 4 años, los emprendedores con tiempo de operación entre 3 y 6 meses son un 15%, la menor proporción (8%) de egresados dijo estar operando un periodo de 6 meses a un año.

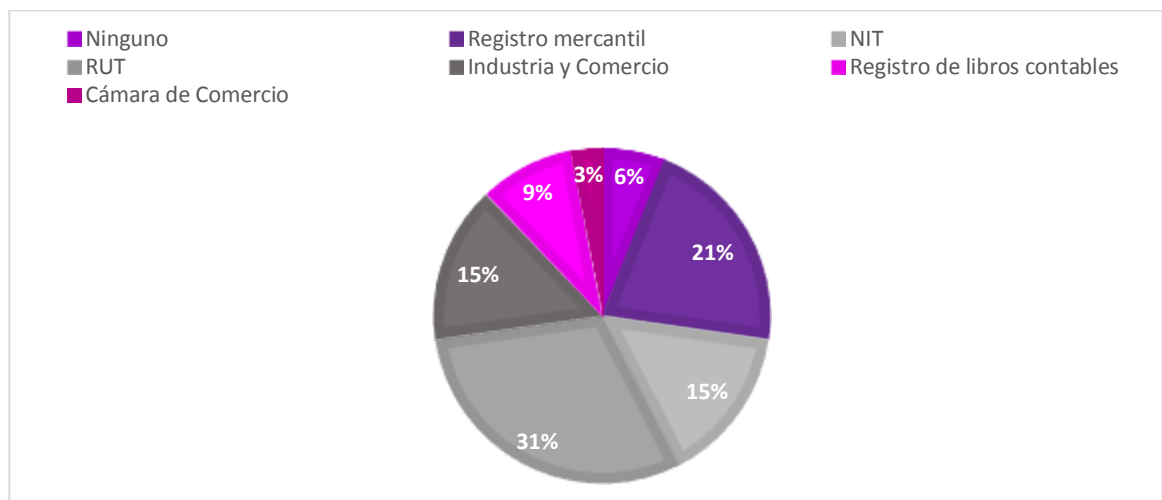
Figura 28. Tiempo de operación de empresas activas.



- **De los siguientes certificados, ¿con cuáles cuenta su empresa actualmente?**

Se preguntó a los encuestados sobre los certificados con los que cuenta la empresa, para analizar el comportamiento de los encuestados frente a requisitos legales. En los resultados presentados en la figura 29, se observa que los egresados aún son reacios al pago de registros de libros contables. El 31% manifestó tener RUT y el 15% dijo tener NIT, no obstante, es probable que no consideraran el hecho de tener RUT implica la tenencia de NIT para toda empresa legal constituida. Solo el 6% dijo no contar con ningún certificado esto se puede deber a que hay egresados que no han constituido legalmente su empresa. El 15% dijo tener Industria y Comercio, es decir solo el 15% paga impuestos por ser empresa industrial, de servicios o de comercio.

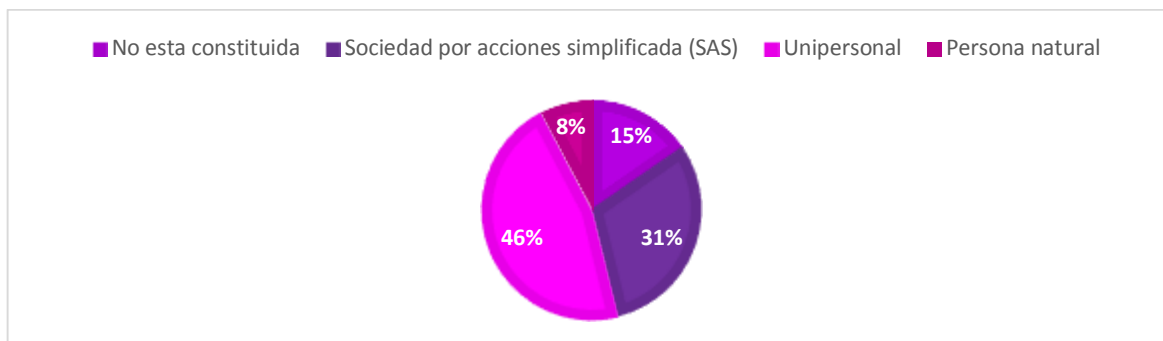
Figura 29. Certificados de la empresa.



¿Cuál es la figura jurídica de su empresa?

Como se puede observar en la figura 30 la clasificación de empresas según la figura jurídica, muestra una tendencia en los encuestados en su elección hacia la figura Unipersonal, que corresponde al 46% de las empresas creadas, la sigue la Sociedad por acciones simplificadas (SAS) con 31% de las empresas creadas, por última opción de figura jurídica esta Persona natural con un 8%. Es de recalcar que un 15% de las empresas creadas por los egresados aún no están constituidas.

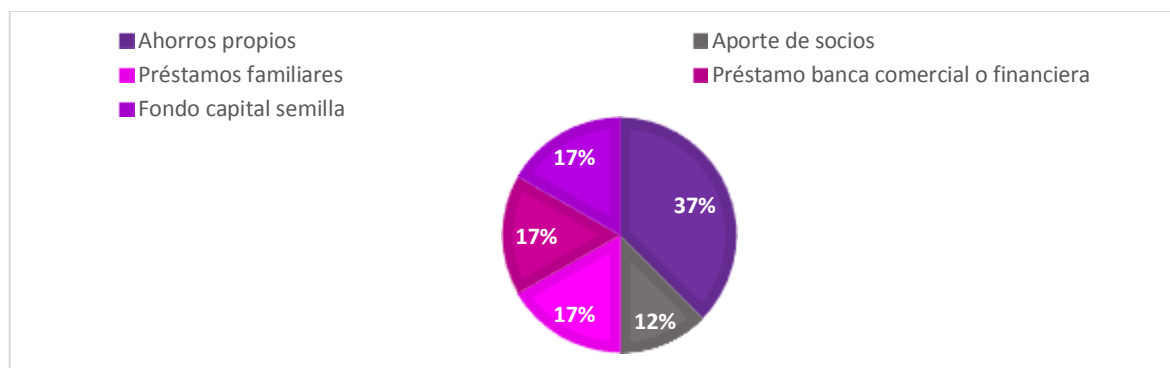
Figura 30. Figura jurídica de la empresa



Recursos usados para crear su empresa

A los encuestados se les preguntó por la principal fuente de recursos usada al momento de crear su empresa. De la figura 31 se puede afirmar que la mayoría de los egresados, representada por un 37% usaron ahorros propios para crear su empresa. Un 17% dijo que su principal fuente de financiamiento fue un fondo de capital semilla al que accedió, una proporción igual dijo haber usado un préstamo de banca comercial o financiera, y otro 17% dijo haber creado empresa gracias a los recursos recibidos en forma de préstamos por su familia.

Figura 31. Recursos usados para la creación de la empresa



Desempeño empresarial

En esta categoría se incluyeron diez preguntas que se aplicaron en la entrevista basándose en la matriz de buenas prácticas aplicadas en empresas impulsadas por

programas de apoyo⁷⁸ y se definieron las áreas fundamentales en las que se encuentran las actividades clave con las que debe contar una empresa para su correcto funcionamiento. Se plantearon preguntas que indagaron sobre cada área fundamental de las empresas creadas. La figura 32 presenta las áreas fundamentales que debe tener una empresa para alcanzar el éxito.

Figura 32. Áreas de una empresa



Fuente elaboración propia

La finalidad de este grupo de preguntas es conocer el desempeño empresarial de los egresados emprendedores en la gestión y operación de sus empresas, a partir de la aplicación o no de buenas prácticas asociadas al éxito empresarial.

Para el análisis estadístico de este grupo de preguntas y en aras de evitar errores de subjetividad, el equipo de investigación se basó en la escala de Likert para la elaboración de una escala de puntuación (véase tabla 1) debido a la existencia de preguntas con más de cinco opciones de respuesta. Dicha escala va de 1 a 50

⁷⁸ Cancela, Elaine; Gasca, Reyna. Fomento de la actividad emprendedora por el programa impulsa. Caso: GAM, INNOVEM y PROCAMIX de Puebla de la escuela de negocios y Economía. Trabajo de grado Licenciatura en Administración de Empresas. Puebla. Universidad de las Américas Puebla. Departamento de Administración de Empresas y Mercadotecnia, 2006.

puntos, siendo 1 el valor más bajo que toma la variable (situación negativa) y 50 el nivel más alto (situación positiva) de la variable. Cada pregunta contiene unas opciones de respuesta y su puntuación fue asignada en función del nivel de éxito empresarial generado por la presencia de cada práctica. Así mismo, cada respuesta tiene una puntuación y nivel cualitativo correspondiente a la escala definida.

Tabla 1. Escala de valoración de grupo de preguntas de desempeño empresarial

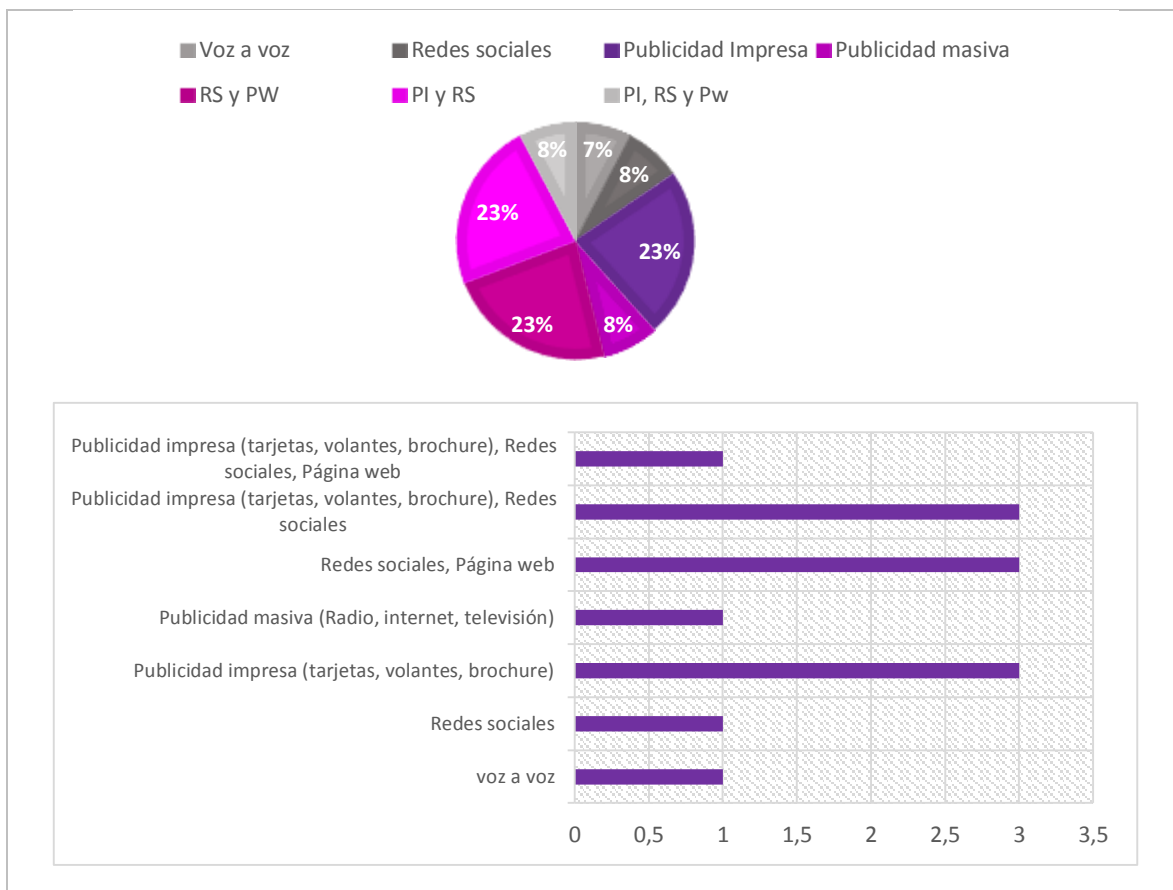
Puntuación	1 a 10	11 a 20	21 a 30	31 a 40	41 a 50
Nivel de desempeño	Malo	Regular	Aceptable	Bueno	Excelente

Dicho lo anterior, se presenta el análisis descriptivo de las preguntas de desempeño empresarial, agrupadas por cada área empresarial establecida anteriormente.

Mercadeo y Ventas

1. ¿Cuál de los siguientes medios ha utilizado para darse a conocer en el mercado?

Puntaje asignado	2	6	15,5	15,5	30	31	50	150
Opciones de respuesta	Voz a voz	Publicidad masiva	Redes sociales	Publicidad impresa	Redes sociales y página web	Publicidad impresa y redes sociales	Publicidad impresa, redes sociales y página web	Total
Porcentajes de respuesta obtenidas	7%	8%	8%	23%	23%	23%	8%	
Puntos obtenidos	0,14	0,48	1,24	3,57	6,9	7,13	4	23



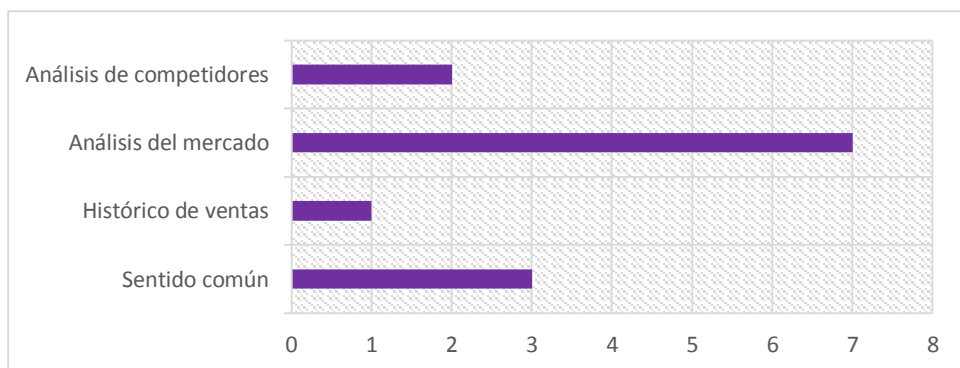
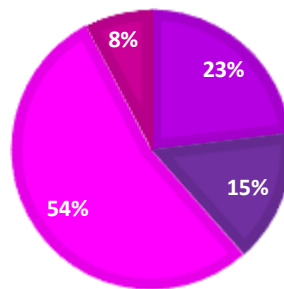
Los medios publicitarios más usados por los egresados son redes sociales y publicidad impresa. Tres egresados aseguraron usar redes sociales y página web, el mismo número de egresados usaron publicidad impresa y redes sociales, y la misma cantidad usaron publicidad masiva para darse a conocer en el mercado. Igualmente, algunos egresados dijeron usar solo publicidad masiva, redes sociales o voz a voz.

Esta práctica obtiene 23 puntos como calificación y en consecuencia, alcanza un nivel de desempeño Aceptable. Como se evidencia, los egresados no presentan un patrón en el uso de medios publicitarios, esto se puede deber a las necesidades y la ubicación de las empresas, así como a las estrategias de marketing trazadas por las empresas.

¿Cuáles son las principales fuentes de información en las que se basa para conocer la demanda de su producto/servicio?

Puntaje asignado	10	20	30	40	50	150
Opciones de respuesta	Sentido común	Histórico de ventas	Análisis del mercado	Análisis de competidores	Previsión de acuerdo a las tendencias del mercado expuestas en revistas especializadas o en seminarios empresariales	Total
Porcentajes de respuesta obtenidas	23%	8%	54%	15%	0%	
Puntos obtenidos	2,3	1,6	16,2	6	0	

■ Sentido común ■ Análisis de competidores ■ Análisis del mercado ■ Histórico de ventas



A los egresados se les preguntó sobre la información en la que se basan para saber la demanda de sus productos/servicios, los resultados muestran que hay una

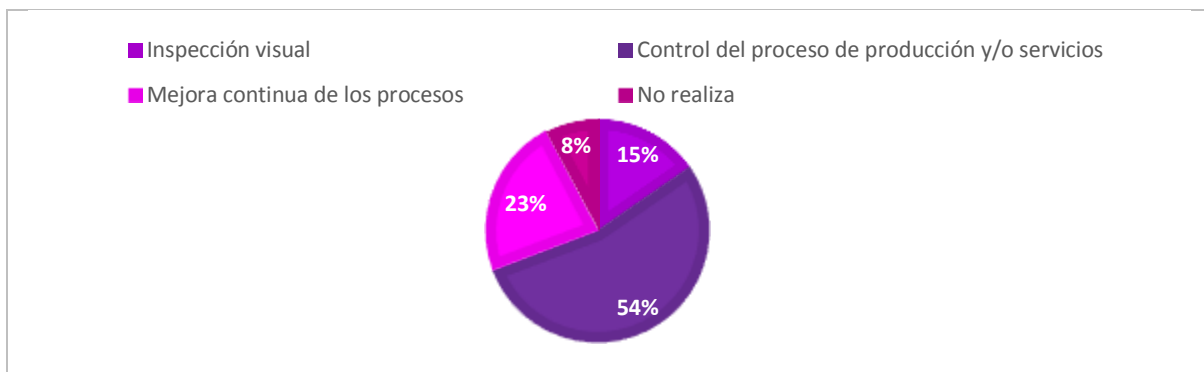
inclinación hacia el uso de análisis de mercado para conocer la demanda. No obstante, un 23% de los encuestados aseguraron que basta con el uso de sentido común para el cálculo de los productos demandados por sus clientes, señal de la falta de conocimiento en el tema o ajuste al tipo de necesidades empresariales que se tenga o al tipo de producto o servicio que ofrecen las empresas. Un 15% aseguró ser más específico en el cálculo de la demanda al basarse en un análisis de competidores. Finalmente una pequeña proporción de egresados usa el histórico de ventas como método para calcular su demanda.

La práctica obtiene 26 puntos logrando un nivel desempeño Aceptable. Se concluye que los egresados utilizan diferentes fuentes de información para determinar su demanda, si bien existe un porcentaje de egresados que no es muy riguroso en el proceso de la determinación de la demanda, las empresas muestran un nivel de previsión aceptable para la planeación de los productos que ofrecen en el mercado.

Producción u Operaciones

2. ¿Qué métodos utiliza para medir la calidad de los productos y/o servicios?

Puntaje asignado	10	20	30	40	50	150
Opciones de respuesta	No realiza	Inspección visual	Control del proceso de producción y/o servicios	Control estadístico de los procesos	Mejora continua de los procesos	Total
Porcentajes de respuesta obtenidos	8%	15%	0%	54%	23%	
Puntos obtenidos	0,8	3	0	21,6	11,5	37

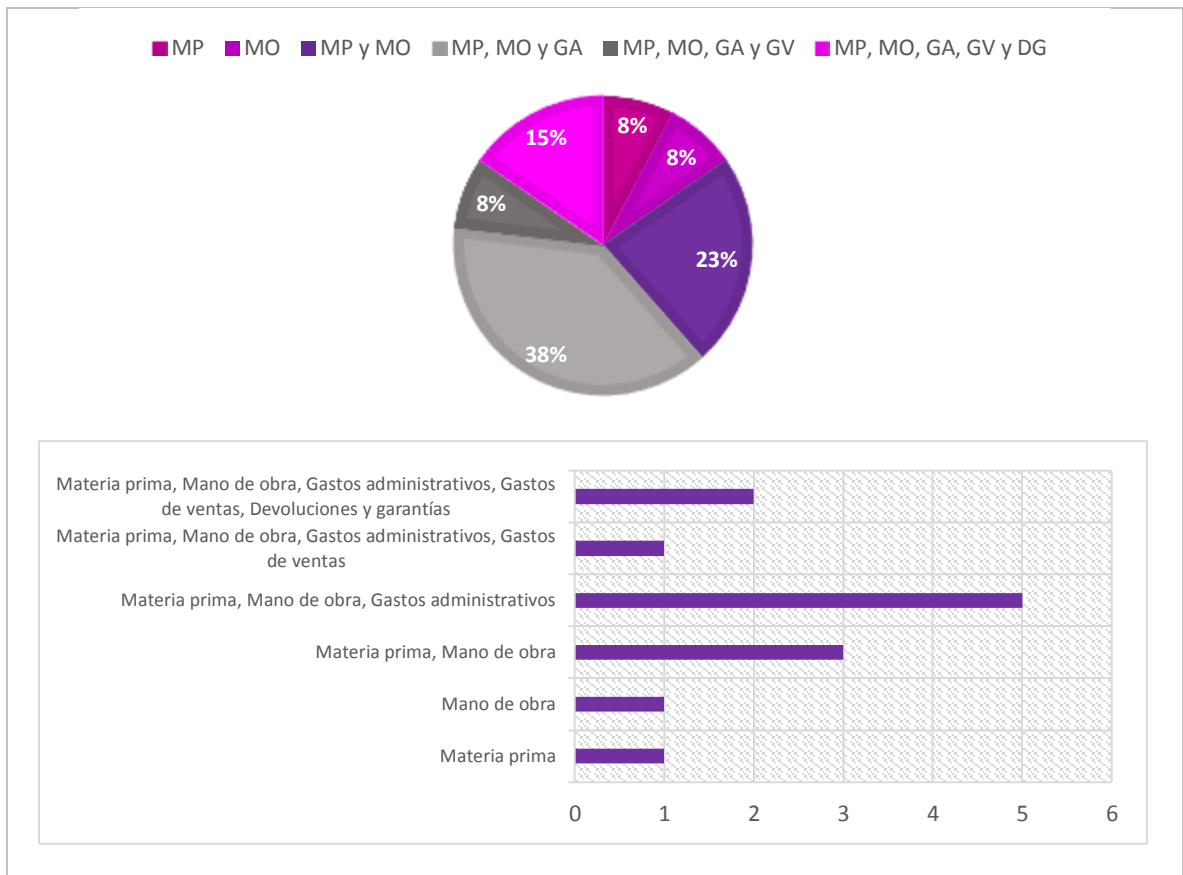


Se infirió que la mitad de los emprendedores utiliza como principal método de medición de calidad el control de procesos de producción y/o servicios, un 23% aseguró utilizar la mejora continua de los procesos como proceso de medición de calidad y un 15% utiliza la inspección visual de sus productos o servicios para medir la calidad. Una pequeña proporción de egresados aún no utiliza ningún método para medir la calidad de sus productos o servicios.

Esta práctica obtiene 37 puntos como calificación, en consecuencia, el nivel de desempeño alcanzado es Bueno en los métodos utilizados para medir la calidad.

3. ¿Cuáles de los siguientes elementos están incluidos dentro de los costos de su producto y/o servicio?

Puntaje asignado	7,5	7,5	15	30	40	50	150
Opciones de respuesta	Materia prima	Mano de obra	Materia prima y mano de obra	Materia prima, mano de obra y gastos administrativos	Materia prima, mano de obra, gastos administrativos y gastos de ventas	Materia prima, mano de obra, gastos administrativos, gastos de ventas y devoluciones y garantías	Total
Porcentajes de respuesta obtenidas	8%	8%	23%	38%	8%	15%	
Puntos obtenidos	0,6	0,6	3,45	11,4	3,2	7,5	27

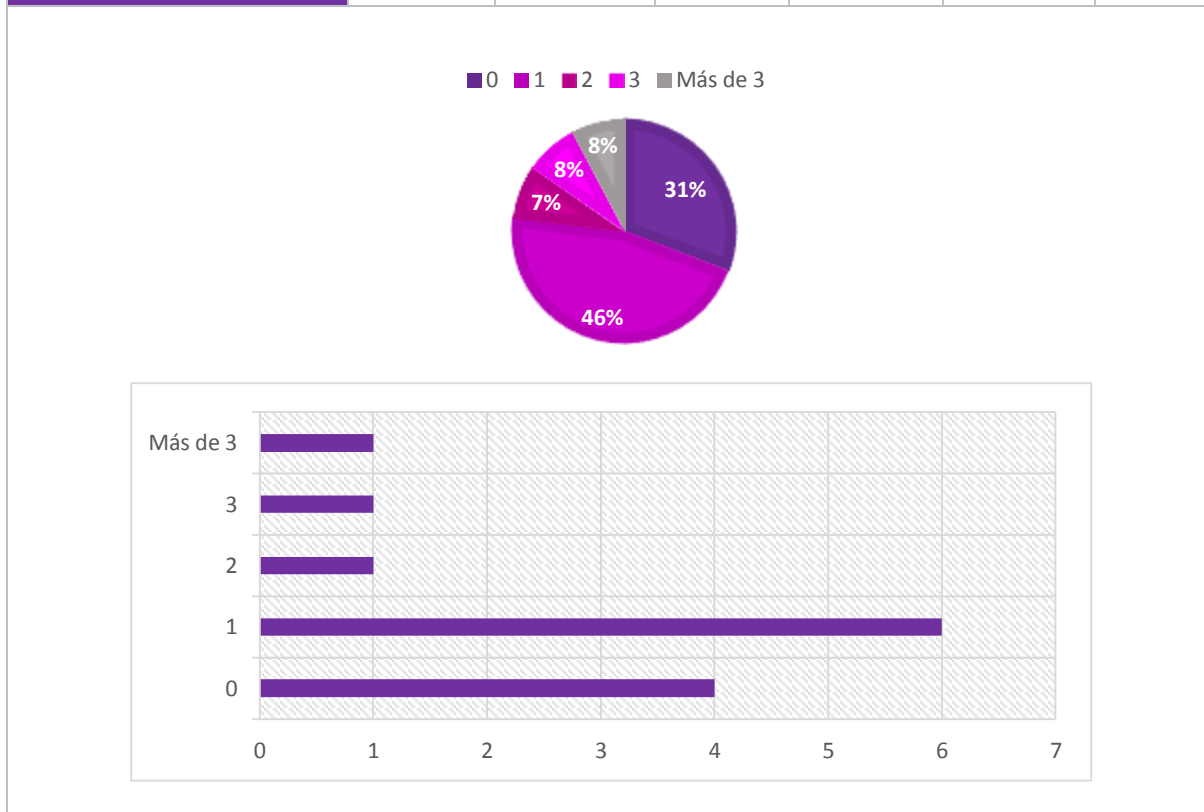


Se observa que una gran parte de empresas tienen establecido los costos de su producto y/o su servicio, pero no están teniendo en cuenta los costos que se generan al vender el producto y/o servicio, esto puede deberse a que no cuentan con una estrategia fuerte de mercadeo y ventas. No obstante, dos empresas incluyen además los gastos de venta y las devoluciones, al respecto se puede decir que estas empresas tienen clara la forma como se estiman los costos de un producto y/o producto, pues incluyen los elementos esenciales utilizados en un producto y/o servicio. Por otra parte hay una empresa que solo costea la materia prima utilizada, y otra la mano de obra.

Esta práctica obtiene 27 puntos como calificación, en consecuencia, se ubica en un nivel de desempeño Aceptable al método de cálculo de costos de producto y/o servicio que manejan los egresados en la gestión de sus empresas.

4. ¿Cuántos productos y/o servicios nuevos ha creado en el último año para ofrecer a sus clientes?

Puntaje asignado	10	20	30	40	50	150
Opciones de respuesta	0	1	2	3	Más de 3	Total
Porcentajes de respuesta obtenidas	31%	46%	7%	8%	8%	
Puntos obtenidos	3,1	9,2	2,1	3,20	4	22



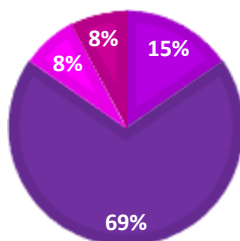
La gran mayoría de las empresas creadas por los egresados dice haber creado un solo producto en el último año, tendencia que se puede atribuir al tipo de empresa que han establecido. No obstante, también se evidencia que los egresados escogieron no haber creado ningún producto en el último año. Igualmente por pequeños porcentajes de egresados crearon 2, 3 o más de tres productos por año. Esto se puede deber a que las empresas de acuerdo al comportamiento o tendencia del mercado crean un número de productos y/o servicios.

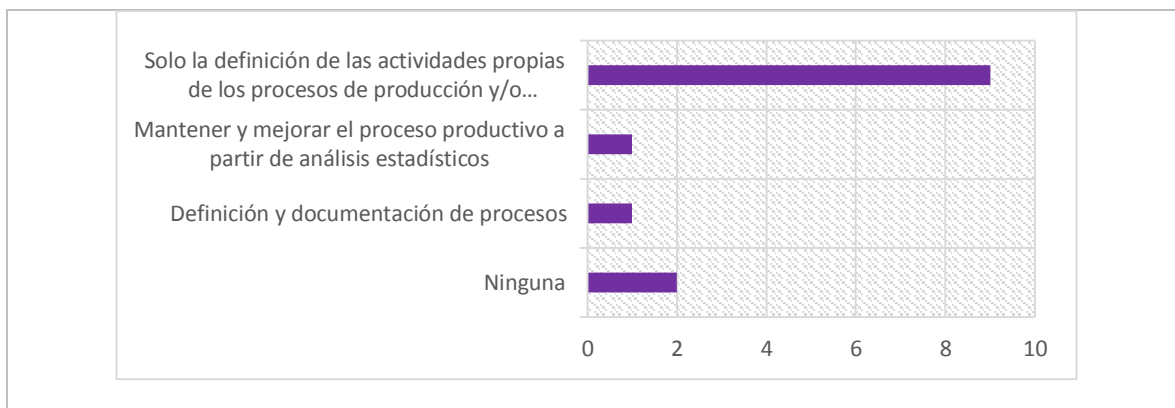
Se puede concluir que los egresados están innovando en diferentes niveles, y que esta innovación está ligada al mercado al que se está enfocando y al tipo de empresa establecido. Por lo anterior, esta práctica obtiene 22 puntos como calificación correspondiente a un nivel de desempeño Aceptable en la creación de nuevos productos para ofrecer en el mercado.

5. ¿Cuál de las siguientes actividades de estandarización ha desarrollado la empresa?

Puntaje asignado	10	20	30	40	50	150
Opciones de respuesta	Ninguna	Solo la definición de las actividades propias de los procesos de producción y/o prestación del servicio	Documentación de las actividades	Definición y documentación de procesos	Mantener y mejorar el proceso productivo a partir de análisis estadísticos	Total
Porcentajes de respuesta obtenidas	15%	69%	0%	8%	8%	
Puntos obtenidos	1,5	13,8	0	3,2	4	23

- Ninguna
- Solo la definición de las actividades propias de los procesos de producción y/o prestación del servicio
- Mantener y mejorar el proceso productivo a partir de análisis estadísticos
- Definición y documentación de procesos

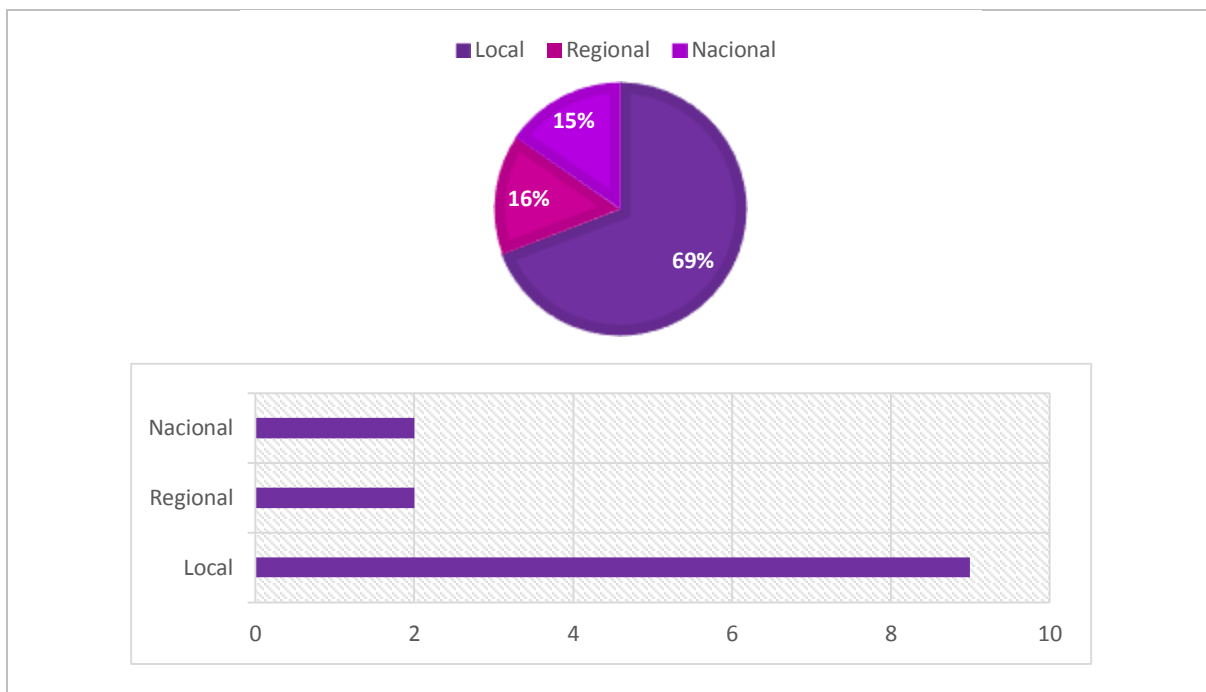




El proceso de estandarización del proceso productivo de las empresas creadas por los egresados está marcado por una tendencia a definir las actividades propias de los procesos de producción y/o prestación del servicio (el 69% de los egresados lo afirmó). Es de recalcar que un 8% de los egresados mantiene y mejora el proceso productivo a partir de análisis estadísticos, igualmente, los egresados también han logrado definir y documentar los procesos de la empresa. *Por lo anterior, esta práctica obtiene 23 puntos y según la escala definida, se alcanza un nivel de desempeño Aceptable en el desarrollo de actividades de estandarización dentro de la empresa.*

6. La mayoría de sus productos/servicios son distribuidos de forma:

Puntaje asignado	10	20	30	40	50	150
Opciones de respuesta	Local	Regional	Nacional	Internacional	A través de alianzas empresariales (redes de colaboración)	Total
Porcentajes de respuesta obtenidas	69%	16%	15%	0%	0%	
Puntos obtenidos	6,9	3,2	4,5	0	0	15



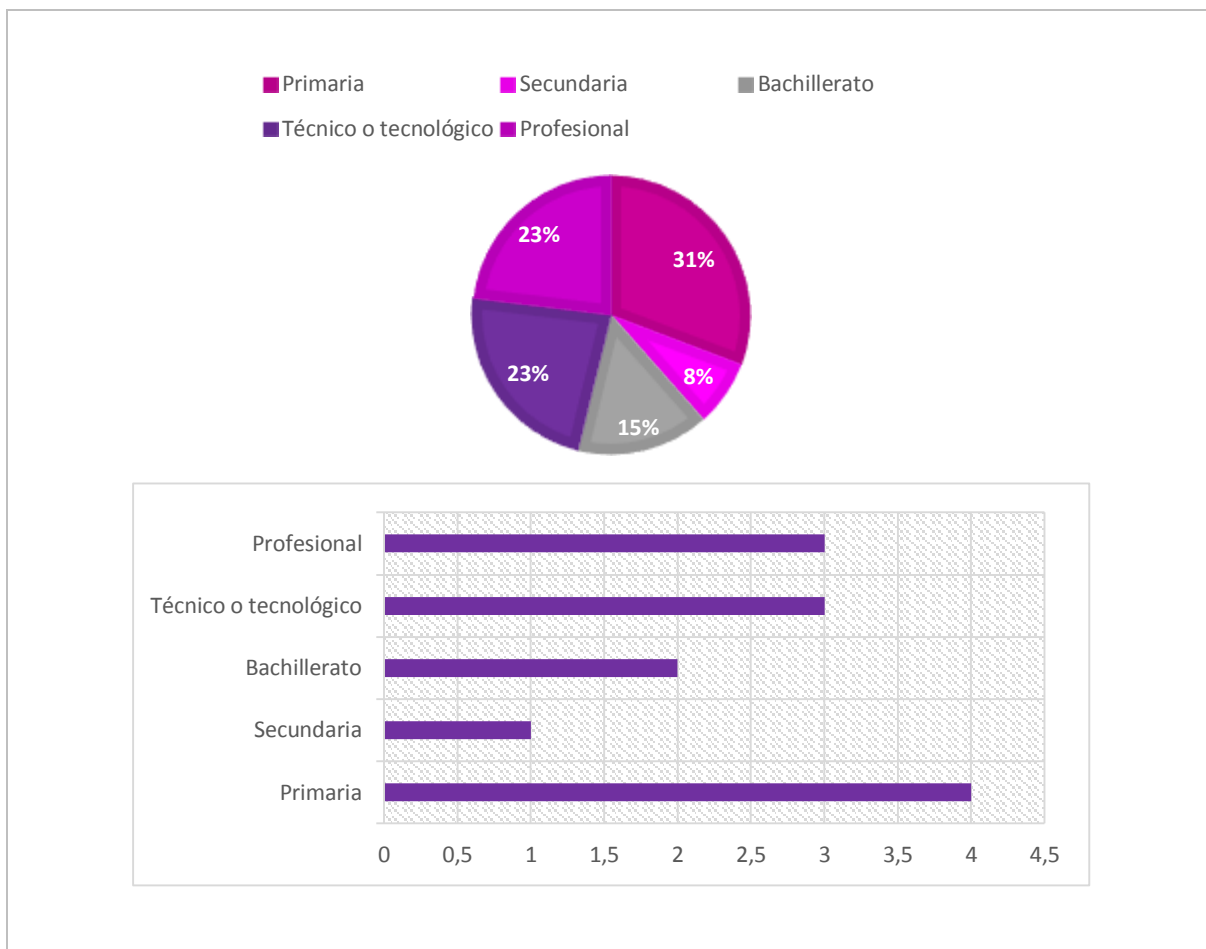
La mayoría de los productos/servicios de las empresas creadas por los egresados son distribuidos a nivel local, en menor proporción a nivel regional y local.

Aunque la puntuación alcanzada por esta práctica es de 15, es decir se ubica en un nivel de desempeño Regular, estos resultados pueden deberse a que la mayoría de empresas creadas por los egresados tienen la operación en Bucaramanga y están centrados en esta población.

Administrativa

7. ¿Qué formación profesional o técnica tienen en su mayoría las personas que laboran en la empresa?

Puntaje asignado	10	20	30	40	50	150
Opciones de respuesta	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Técnico o Tecnológico	Profesional	Total
Porcentajes de respuesta obtenidas	31%	8%	15%	23%	23%	
Puntos obtenidos	3,1	1,6	4,5	9,2	11,5	30



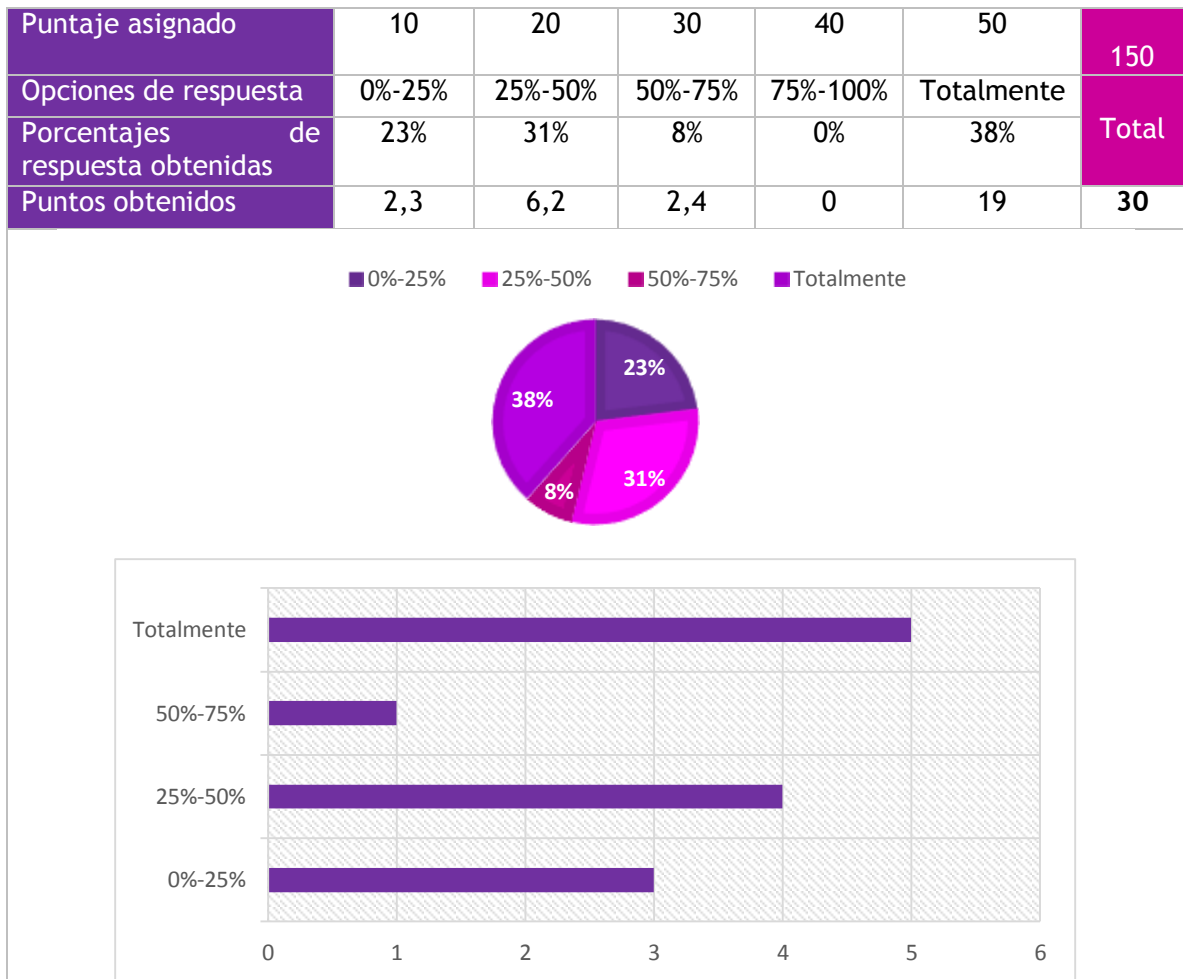
En lo que se refiere al nivel de formación de los trabajadores de las empresas creadas, la figura muestra una tendencia de los egresados por contratar personas con un nivel de estudios de primaria. Por otra parte el 23% de los egresados contratan personas con nivel técnico o tecnológico. En igual proporción, los egresados contratan personas con formación profesional. Un grupo de empresas contrata personas con estudios de bachillerato y solo un egresados contrata personas con estudios de secundaria.

Esta práctica obtiene 30 puntos de calificación y corresponde a un nivel de desempeño Aceptable. Se concluye entonces que la variación en el perfil contratado por las empresas de los egresados depende de la diversidad de las mismas, de los

requerimientos de los procesos que lleva a cabo cada empresa y del sector al que pertenezca.

Finanzas

8. ¿En qué porcentaje los ingresos de su empresa cubren los gastos de la misma?



Se quiso indagar por el manejo de los gastos de las empresas creadas por los egresados, a lo cual el 38% de egresados respondió que los gastos de la empresa son cubiertos totalmente por los ingresos de la misma, en contraste a esta respuesta, un 31% de los egresados respondió que solo se cubre los costos entre

un 25% y 50% con los ingresos. Un 23% aseguró que su empresa solo cubre entre 0% y 25% de los costos con los ingresos que esta tiene. Se puede decir que cerca del 40% de las empresas creadas se está manteniendo completamente debido a su operación, mientras que el porcentaje restante es posible que deba usar otras fuentes (préstamos, inversión nueva) para asegurar el funcionamiento de la empresa.

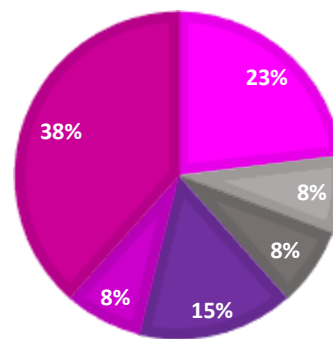
Esta práctica obtiene 30 puntos como calificación, en consecuencia, se logra un nivel de desempeño Aceptable en la forma como se cubren los gastos de la empresa con los ingresos de la misma.

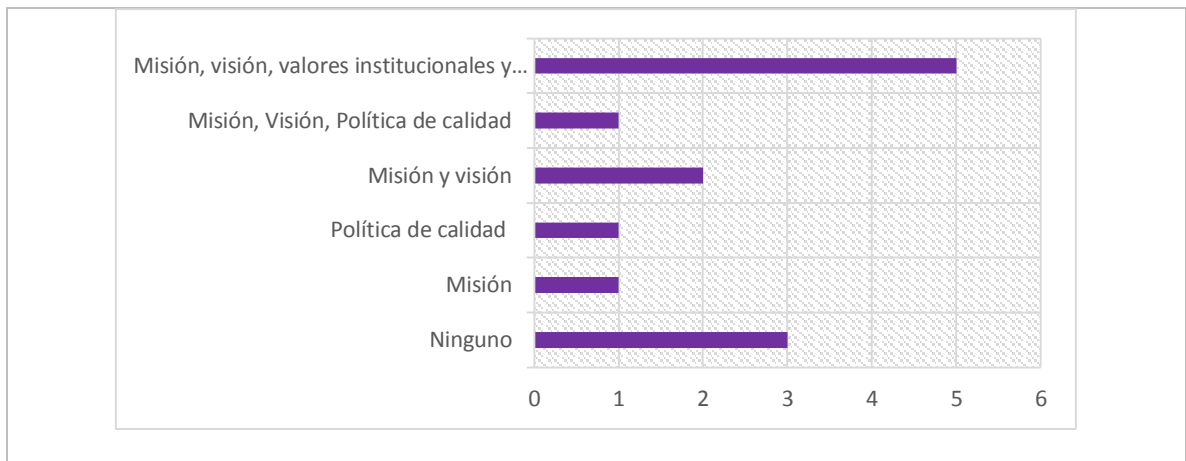
Planeación Estratégica

9. En su empresa, ¿cuáles de los siguientes valores y principios están claramente definidos?

Puntaje asignado	1	14	15	30	40	50	150
Opciones de respuesta	Ninguno	Misión	Política de calidad	Misión y visión	Misión, visión y política de calidad	Misión, visión, valores institucionales y política de calidad	Total
Porcentajes de respuesta obtenidas	23%	8%	8%	15%	8%	38%	
Puntos obtenidos	0,23	1,2	1,2	4,5	3,2	19	29

- Ninguno
- Misión
- Política de calidad
- Misión y visión
- Misión, Visión, Política de calidad
- Misión, visión, valores institucionales y política de calidad





Los valores o principios que dirigen las empresas creadas por los egresados, son en diferentes proporciones, misión, visión, valores institucionales y política de calidad. La definición de estos principios refleja el interés de los egresados por construir una planeación estratégica que guíe las decisiones y actuaciones de sus empresas hacia el éxito. Esto puede deberse a que en el transcurso de su formación se les orientaba a que este aspecto debe definirse en la formulación de un plan empresarial. Resalta el hecho de que tres empresas no cuentan con ninguno de estos principios básicos.

A pesar de ello, esta práctica logra obtener 29 puntos y por ende, se ubica en un nivel de desempeño Aceptable a la definición de valores y principios estratégicos que atraviesan transversalmente a la empresa.

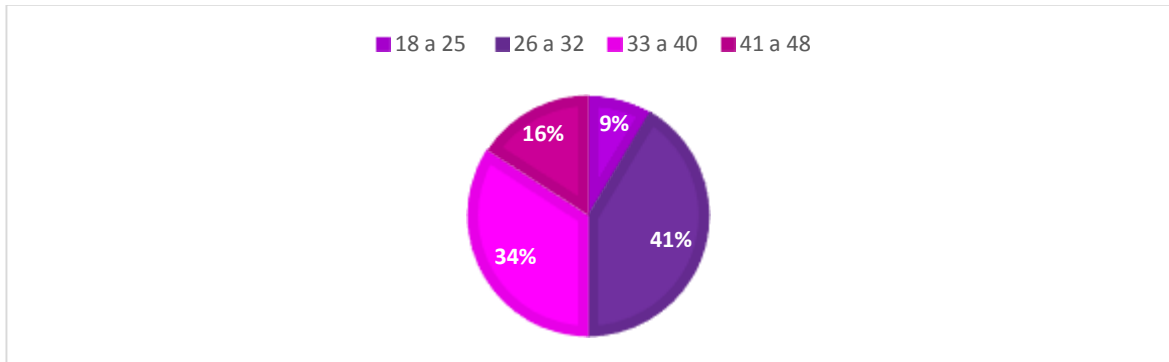
Sección: Egresados que no crearon empresa

Características sociodemográficas

Edad

De los resultados del estudio que se pueden observar en la figura 33, se tiene que el 41% de los egresados que no crearon empresa está en el rango de 26 a 32 años, seguido de un 34% con edades entre 33 y 40 años, el 16% tiene una edad de 41 a 48 años y un 9% esta con una edad de 18 a 25 años.

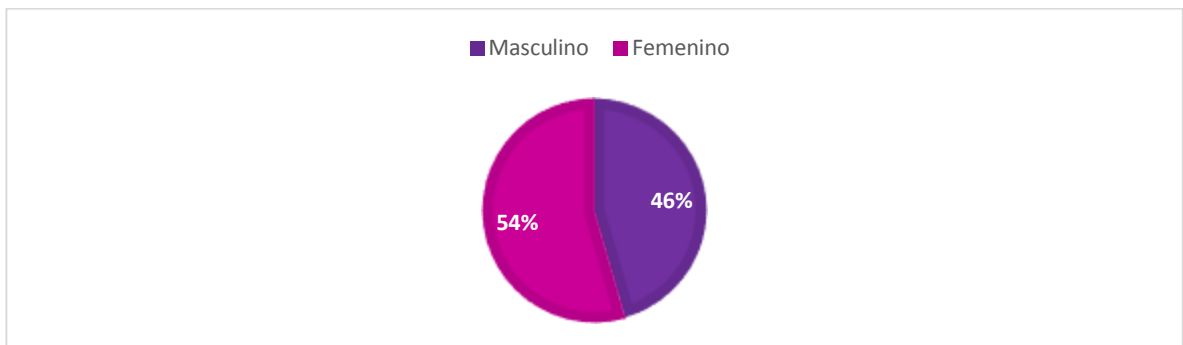
Figura 33. Edad



Género

De los egresados que no crearon empresa, el 54% son mujeres y el 46% son hombres, estos resultados se muestran en la figura 36. Véase figura 34.

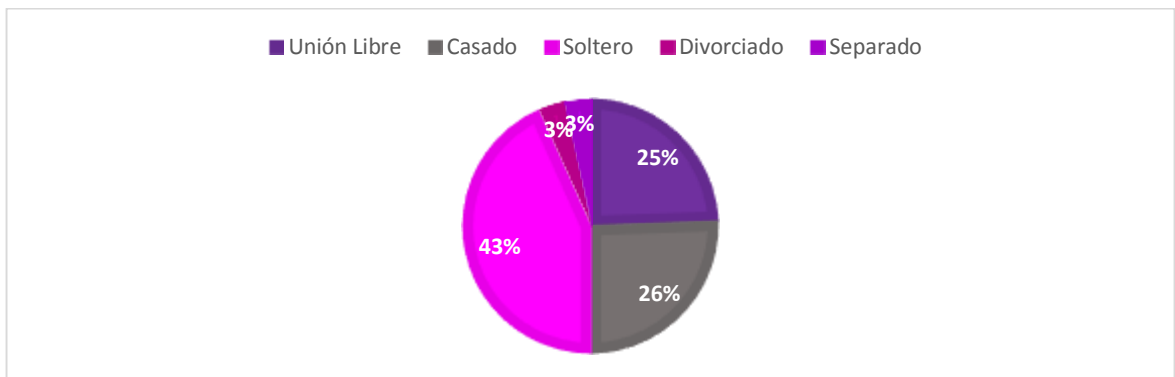
Figura 34. Género



Estado civil

Se observa en la figura 35 que la mayoría de egresados que no crearon empresa son solteros, el 26% de los egresados son casados, el 25% unión libre y los restantes están separados y están separados.

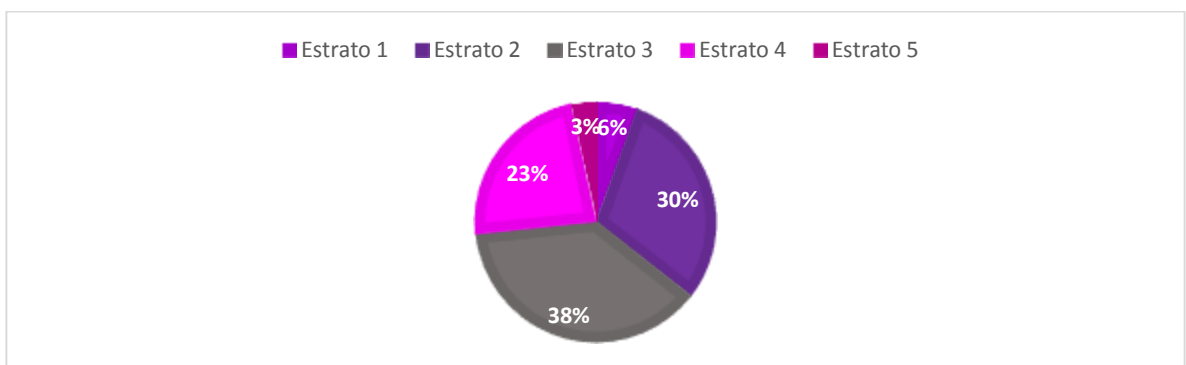
Figura 35. Estado civil



Estrato socioeconómico

Se observa en la figura 36 que el 38% de los egresados viven en sectores de estrato 3, seguido por un 30% que vive en estrato 2, el 23% aseguró vivir en un sector de estrato 4. Un 3% de los egresados habita viviendas de estrato 1, frente a un 3% que se encuentra viviendo en estrato 6.

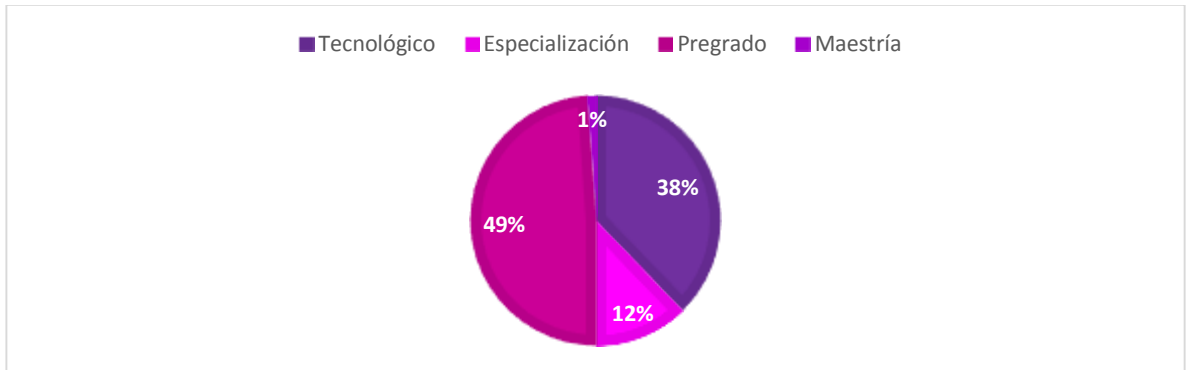
Figura 36. Estrato socioeconómico



Nivel educativo

La figura 37 presenta que cerca de la mitad de egresados que no creó empresa está en un nivel académico de pregrado, el 38% de los egresados son tecnólogos, el 12% cuenta con especialización, y tan solo un 1% de los egresados tiene estudios de maestría.

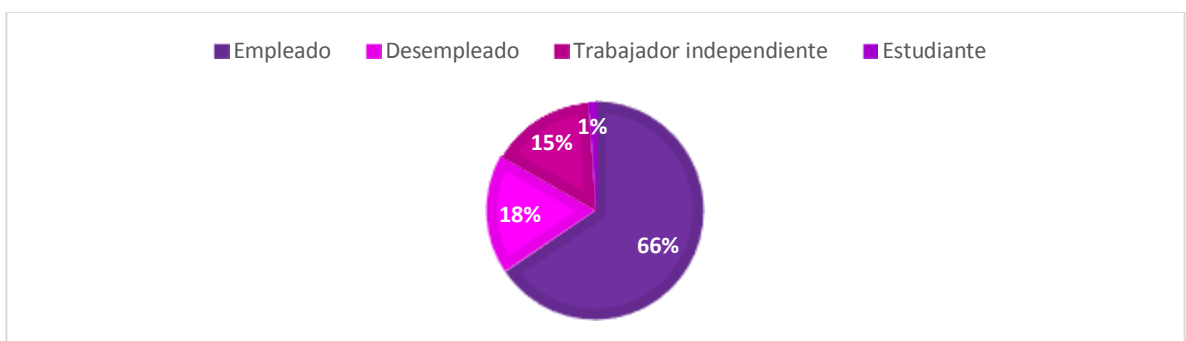
Figura 37. Nivel educativo actual



Situación laboral

A esta pregunta los egresados respondieron que 66% son empleados, el 18% está sin empleo, y un 1% de los egresados mencionó estar estudiando. Cabe resaltar que un 15% de los egresados que no creó empresa expresan ser “trabajadores independientes” sin tener empresa. La figura 38 ilustra los resultados

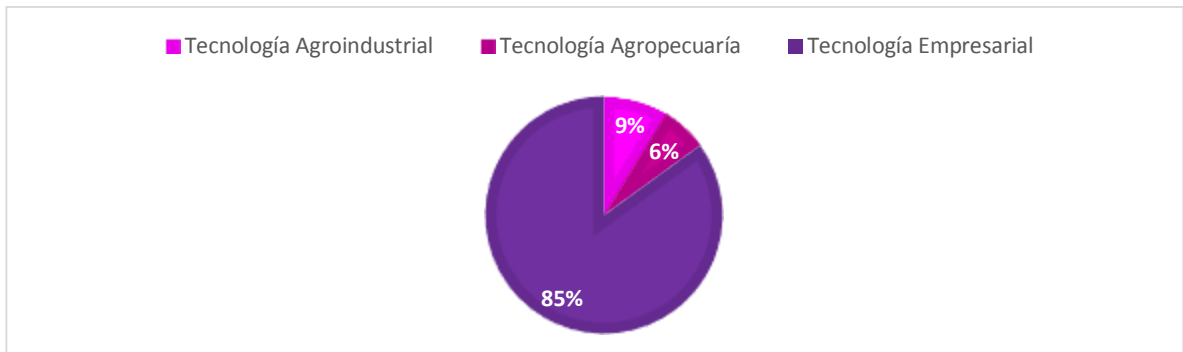
Figura 38. Situación laboral actual



Formación Tecnológica recibida en la universidad

La figura 39 muestra que el 85% de los egresados que no crearon empresa estudiaron Tecnología Empresarial, el 9% Tecnología Agroindustrial y el porcentaje restante Tecnología Agropecuaria.

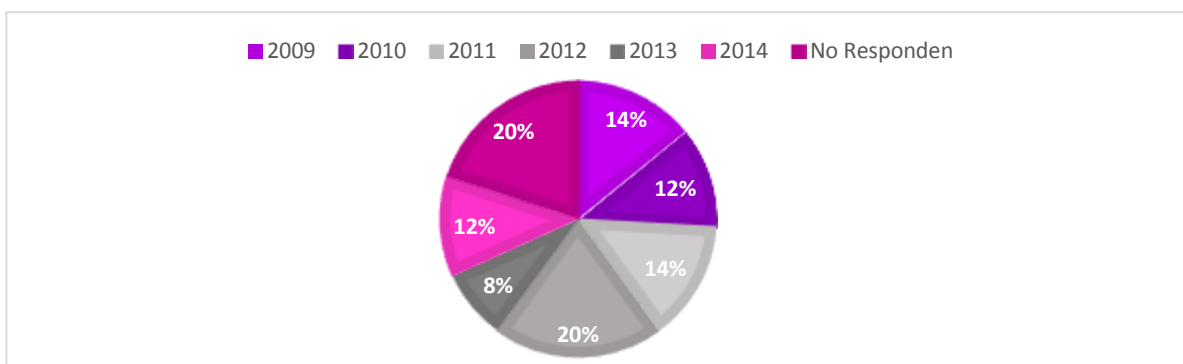
Figura 39. Formación tecnológica recibida



¿En qué año se graduó de la tecnología?

En la figura 40 se muestra que el 20% de los egresados no respondió esta pregunta, esto se puede deber a que no recuerda con precisión la fecha de graduación. En 2012 se graduaron el 20% de los egresados encuestados, un 14% de los egresados se graduó en 2009 y en 2011 se graduó una igual proporción de egresados. En 2014 y en 2010 se graduaron el 24% de los egresados y el 8% de los egresados se graduó en 2013.

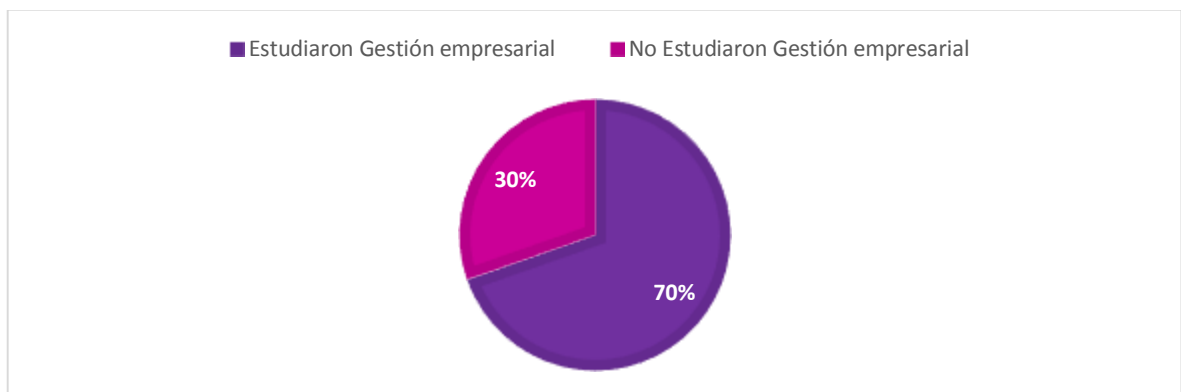
Figura 40. Año de graduación de Tecnología



Egresados de Tecnología Empresarial que continuaron con el programa profesional en Gestión Empresarial

Se observa en la figura 41 que el 70% de los egresados de Tecnología Empresarial continuaron sus estudios profesionales de Gestión Empresarial, mientras que el 30% no decidieron continuar.

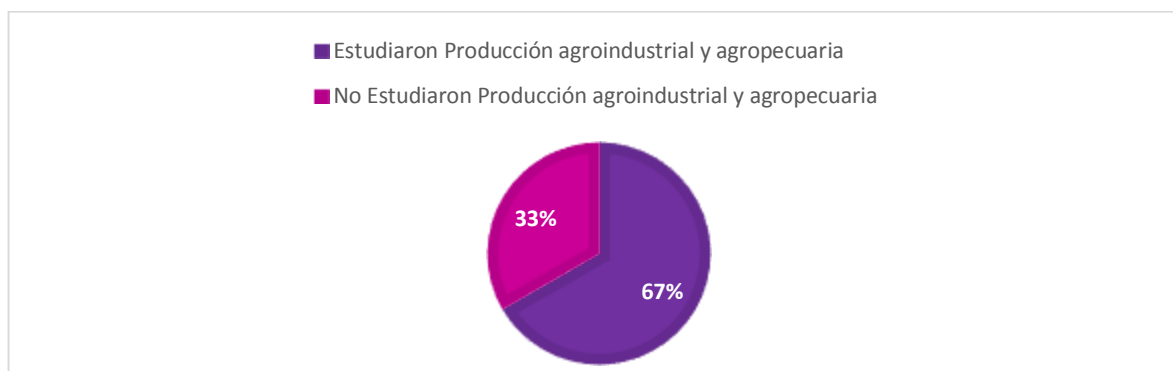
Figura 41. Continuación de estudios de Gestión Empresarial



Egresados de Tecnología Agropecuaria y Tecnología Agroindustrial que continuaron con el programa profesional de Producción Agroindustrial

En la figura 42 Se puede observar que el 67% de los egresados de los programas Tecnológicos de Agroindustrial, continuaron sus estudios profesionales de Producción Agroindustrial, por el contrario, el 33% no continuó.

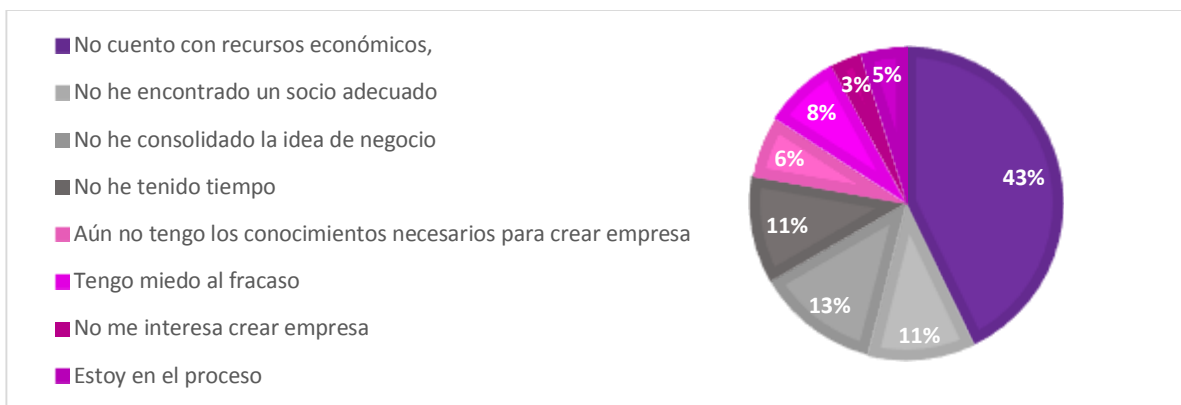
Figura 42. Continuación de estudios de Producción Agroindustrial



Razones de la que no creó empresa

A los egresados se les preguntó por qué no ha creado empresa, a lo cual respondieron que se debe en gran medida a la falta de recursos económicos, otros aseguran que se debe a que no han consolidado la idea de negocio. También atribuyen la no creación a la falta de tiempo y la falta de un socio adecuado. La figura 43 presenta los resultados.

Figura 43. Razones de la no creación de empresa

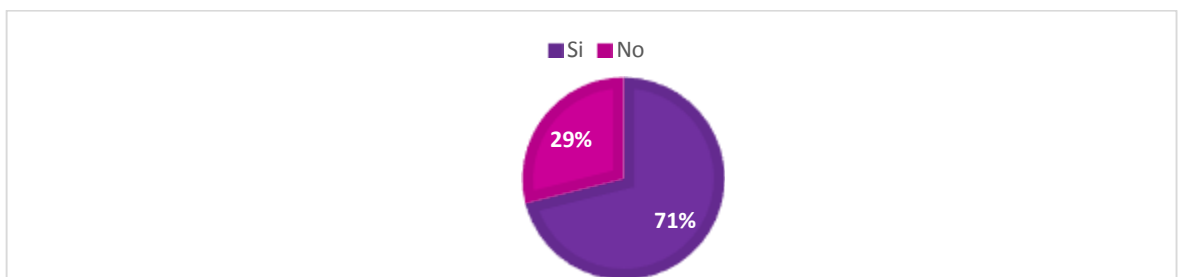


Evento Emprendedores

¿Usted participó en el Evento Emprendedores?

La figura 44 exhibe que el 71% de los egresados que no creó empresa participó en el Evento Emprendedores y el 29% no participó.

Figura 44. Participación en el Evento Emprendedores

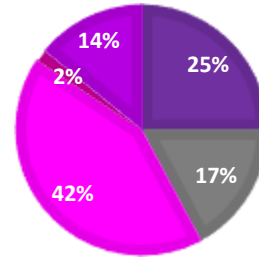


Por favor califique los siguientes aspectos del Evento Emprendedores:

- *Acompañamiento de los tutores y/o profesores en el proceso de elaboración de la idea de negocios.*

Cerca de la mitad de los egresados calificó el acompañamiento de los tutores en la elaboración de la idea de negocios como buena, un 17% lo califica como muy bueno y un 25% dice que este aspecto es excelente. No obstante, un 14% y un 2% califican el acompañamiento como regular y malo respectivamente.

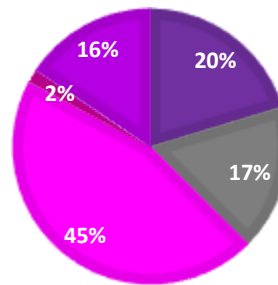
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



- *Lugar donde llevo a cabo el Evento.*

Se observa que la mayoría de los egresados califican el lugar donde se realiza el evento como bueno, un 20% dice que es Excelente, un 17% asigna una calificación de muy bueno. Por otro lado, el 16% dice que es regular y un 2% dice que es malo.

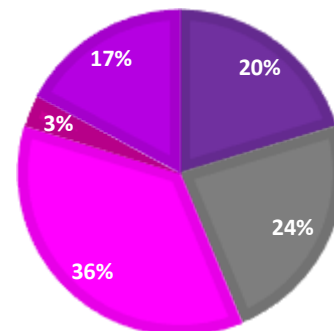
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



- *Stand asignado para mostrar su idea de negocio.*

Se observa una dispersión con respecto a la calificación de este aspecto. Se evidencia que un 36% de los egresados califica con bueno el stand asignado, un 24% lo califica como muy bueno y un 20% como Excelente. Sin embargo, un 20% de los egresados no asigna calificaciones bajas a este aspecto.

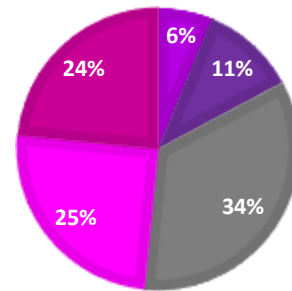
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



- *Apoyo brindado por la Universidad para el traslado de los elementos requeridos en el stand.*

Los egresados mostraron tener diferentes puntos de vista respecto a este aspecto. Aunque la calificación reflejada para este aspecto es de Bueno, un 25% da una calificación mala y un 24% dice que este apoyo es regular.

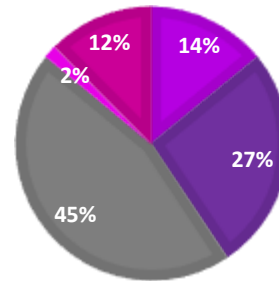
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



- *Cumplimiento del cronograma del evento.*

Los resultados evidencian que el cumplimiento del cronograma tiende a ser bueno. Se resalta que en menor proporción los egresados también asignaron calificación de muy bueno y excelente.

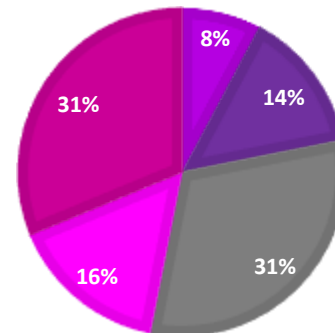
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



- *Participación de personalidades y entidades (inversionistas, cámara de comercio, aceleradoras, etc.) promotoras del emprendimiento en el evento.*

No se evidencia un consenso en la calificación de este aspecto, pero si se observa que los egresados calificaron entre regular y bueno la participación de personalidades y entidades. Un 16% califica como mala esta participación y un 14% como muy bueno.

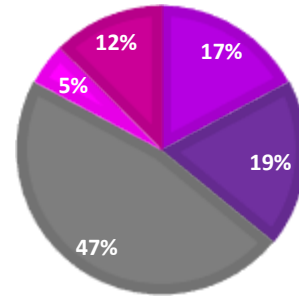
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



- *Parámetros del comité para evaluar la idea de negocio presentada en el Evento.*

Se presenta una tendencia de los egresados por calificar este aspecto como bueno, un 19% lo califica como muy bueno y un 17% como excelente. Un pequeño porcentaje de egresados asigna calificaciones bajas a este aspecto.

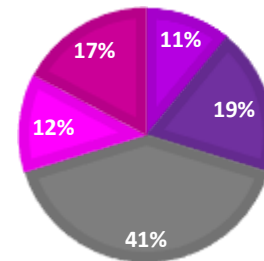
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



- *Premio otorgado por los organizadores del Evento a la mejor idea de negocio.*

Se observa que la mayoría de los egresados califica los premios otorgados como Bueno, el 19% le asigna una calificación de muy bueno. Sin embargo, un 29% califica este aspecto como regular y malo.

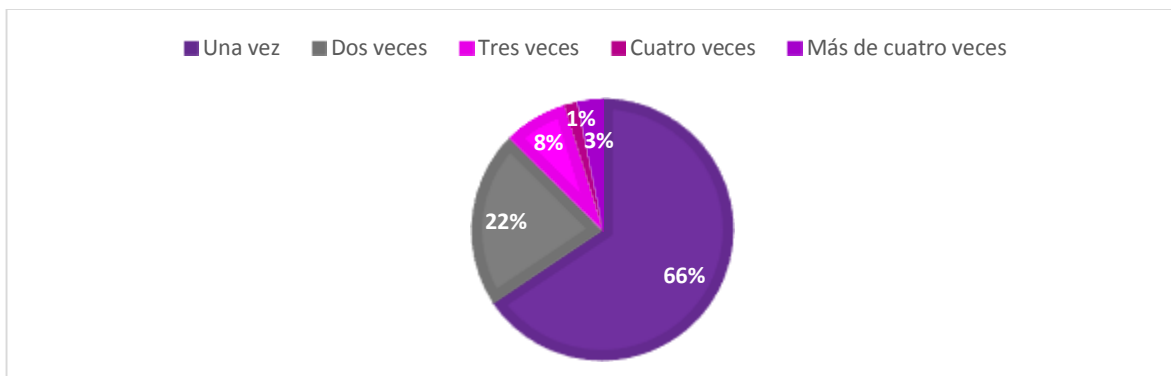
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



¿Cuántas veces participó en el Evento Emprendedores?

Los resultado de la figura 45, muestran que cerca del 70% de los egresados que no crearon empresa participó en el evento una vez, el 22% de los egresados participó dos veces y en menores proporciones, los egresados participaron 3 veces, 4 veces y más de cuatro veces en el evento Emprendedores.

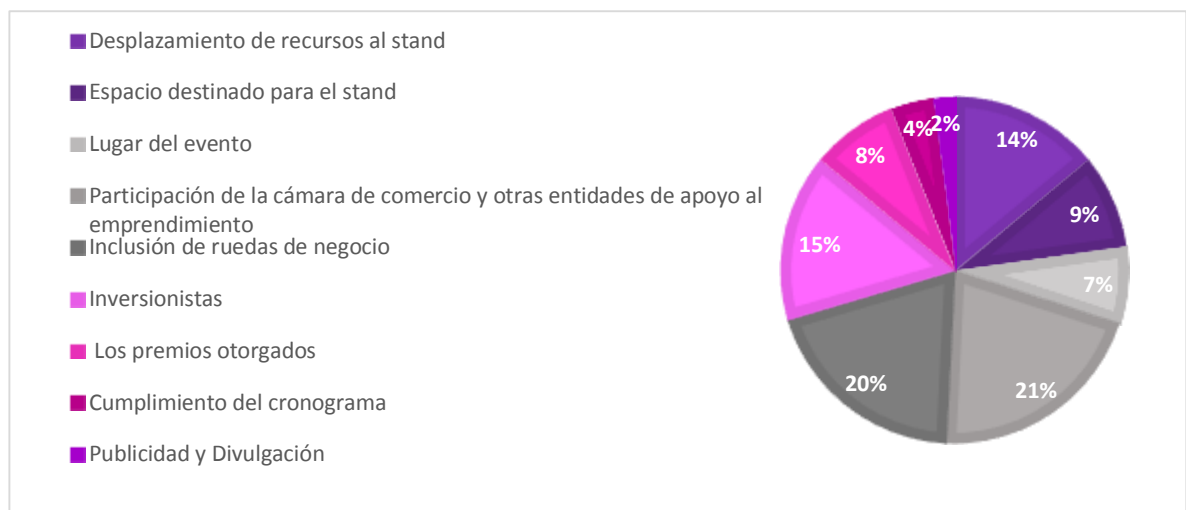
Figura 45. Participación en el Evento Emprendedores.



Seleccione el o los aspectos que considera debe mejorar el Evento Emprendedores

Los egresados consideran que el evento debe mejorar la participación de la Cámara de Comercio y otras entidades de apoyo al emprendimiento, el 20% de los egresados considera que en el evento se deben incluir ruedas de negocio, un 15% dice que se debe incluir inversionistas para que apoyen las ideas expuestas, un 14% dice que se debe mejorar el desplazamiento de recursos al stand. En la figura 46 se exhibe en proporciones más pequeñas que el apoyo con desplazamiento de recursos al stand, los premios otorgados en el evento son aspectos que también deben mejorar.

Figura 46. Aspectos a mejorar del Evento Emprendedores

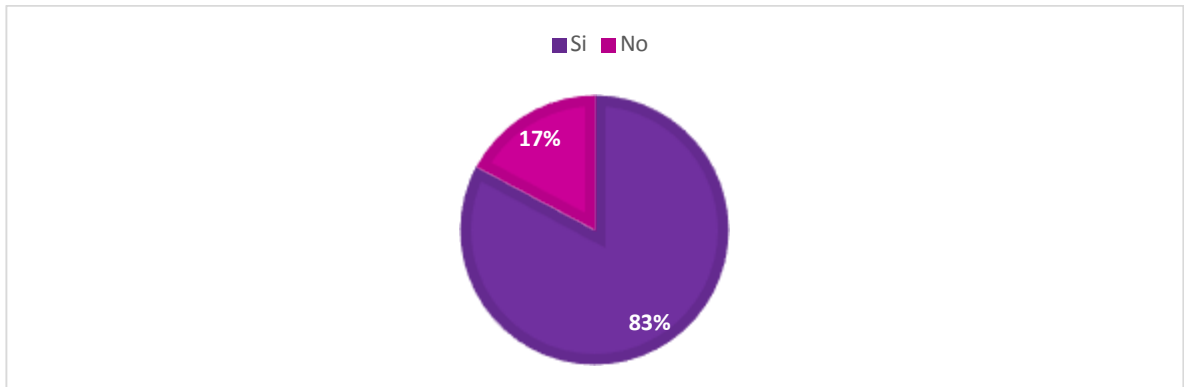


Asignaturas de emprendimiento cursadas

Durante su paso por la Universidad, ¿usted cursó alguna asignatura de creación de empresas o emprendimiento?

Los resultados que se presentan en la figura 47 muestran que el 83% de los egresados que no creó empresa, curso alguna asignatura de creación de empresas o emprendimiento y que el 17% no cursó ninguna.

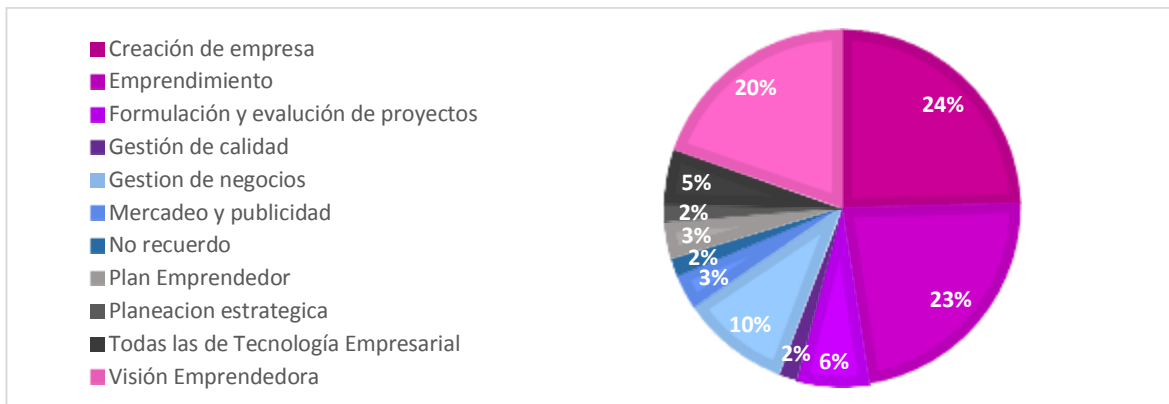
Figura 47. Egresados que cursaron asignaturas de emprendimiento



¿Cuál asignatura de emprendimiento cursó?

En la figura 48 se observa que las asignaturas de emprendimiento que cursaron la mayoría de egresados son Creación de Empresas, Emprendimiento y Visión Emprendedora. Gestión de negocios fue cursada por un 10% de los egresados, Formulación y evaluación de proyectos por un 6%.

Figura 48. Asignaturas de emprendimiento cursadas

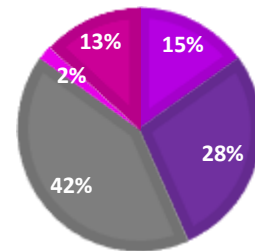


Por favor califique los siguientes aspectos de la asignatura de emprendimiento que cursó

• *Metodología de enseñanza del profesor.*

Se observa que cerca del 50% de los egresados calificó la metodología de enseñanza buena, un 28% lo califica como muy bueno y un 15% dice que este aspecto es excelente. No obstante, un 13% y un 2% califican el acompañamiento como regular y malo respectivamente.

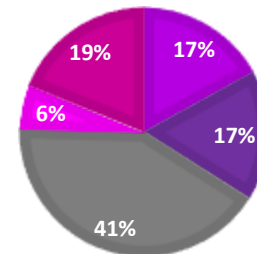
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



• *Material teórico y práctico.*

La mayoría de los egresados califican el material teórico y práctico como bueno, un 19% lo califica como regular, en menores proporciones, los egresados los califican como muy bueno y excelente. Por otro lado, el 6% dice que es malo.

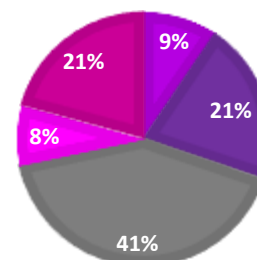
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



• *Utilización de TIC's en la asignatura.*

Se evidencia que el 41% de los egresados califica con bueno la utilización de TIC's, un 21% lo califica como muy bueno y en igual proporción lo califican con regular. Solo el 9% de los egresados le asigna calificación de excelente a este aspecto.

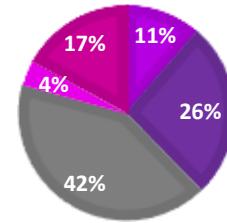
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



- *Evaluación de la temática ofrecida.*

La mayoría de egresados calificaron como buena la evaluación de la temática ofrecida, seguida de una proporción que lo califica como muy buena. Aunque la calificación reflejada para este aspecto es de Bueno, un 17% da una calificación de regular y un 4% de malo.

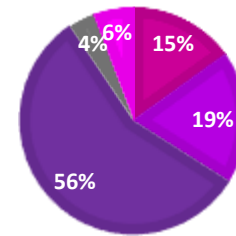
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



- *Aula de clase.*

Los resultados muestran que la calificación asignada para el aula de clase es de bueno. Un 19% lo califica como muy bueno y un 15% como excelente. Una pequeña proporción de los egresados califican este aspecto como regular y malo.

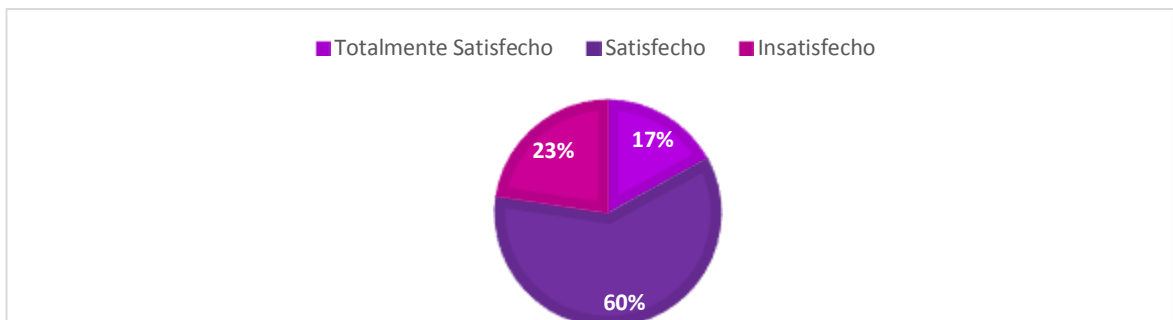
■ Excelente ■ Muy Bueno ■ Bueno ■ Malo ■ Regular



¿Cuál es su nivel de satisfacción general con esta asignatura?

En la figura 49 se observa que la mayoría de egresados que no creó empresa está satisfecho con la asignatura de emprendimiento que cursó, no obstante, un 23% expresa estar insatisfecho con esta asignatura y el 17% se siente totalmente satisfecho.

Figura 49. Nivel de satisfacción con la asignatura de emprendimiento

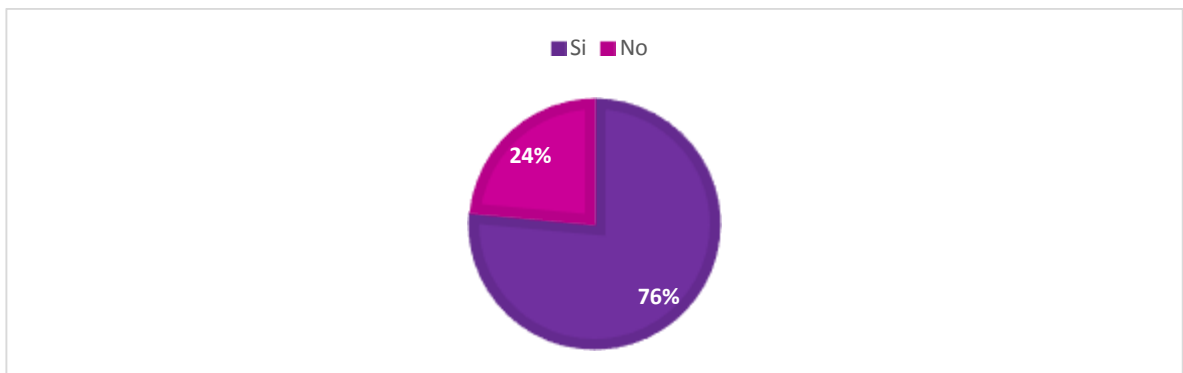


Apoyos en la creación de empresas

¿Usted cree que la UIS debería tener otros mecanismos de apoyo al emprendimiento a parte del IPRED, Evento Emprendedores, UIS Emprende, la modalidad de trabajo de grado en creación de empresas y las asignaturas de creación de empresas?

En la figura 50 se muestra que el 76% de los egresados que no han creado empresa cree que la UIS debería tener otros mecanismos de apoyo al emprendimiento, por su parte el 24% considera que los mecanismos existentes son suficientes para la creación de empresas de estudiantes y egresados.

Figura 50. Existencia de otros mecanismos de apoyo al emprendimiento en la UIS



Análisis Multivariado: Con el objetivo de determinar si existe una relación de dependencia o independencia entre la creación de empresas de los egresados y los diferentes factores que influyen, se decidió realizar un análisis de tablas de contingencias y una prueba de significación estadística Chi-cuadrado de Pearson.

Para el análisis se trabajó con un α de 0.05, siendo la hipótesis:

$$H_0 = X \text{ e } Y \text{ son independientes}$$

Y la alternativa siendo

H₁ = X e Y son dependientes

Si el p-valor asociado al estadístico de contraste (Chi-cuadrado de Pearson) es menor que el nivel de significación 0.05, se rechazará la hipótesis nula H₀ a un nivel de confianza del 95%, y se aceptará la hipótesis alternativa H₁ (asociación entre la variable dependiente y la independiente). El nivel de significación constituye el valor crítico a partir del cual se está dispuesto a aceptar o rechazar una hipótesis dentro de ciertos márgenes razonables de error, siendo el máximo estándar en ciencias sociales de un 5% (95% de confianza). Entre menor sea el nivel de significación, mayor es el nivel de confianza y, por consiguiente, menor será la probabilidad de cometer un error en la prueba de hipótesis.⁷⁹

Luego que se estableció la asociación entre las dos variables, se realizó la prueba basada en el Coeficiente V de Cramer, la cual tiene como finalidad comparar grados de asociación entre variables medidas a nivel nominal. El Coeficiente V de Cramer asume valores entre 0 y 1, en donde, valores próximos a 0 indican una muy baja asociación entre las variables y valores próximos a 1 indican una fuerte asociación.

- Situación 1: Existe una intensidad de asociación baja ($0.0 < V \text{ de Cramer} \leq 0.2$) entre la variable dependiente y la variable independiente.
- Situación 2: Existe una intensidad de asociación media ($0.2 < V \text{ de Cramer} \leq 0.3$) entre la variable dependiente y la variable independiente.
- Situación 3: Existe una intensidad de asociación alta ($0.3 < V \text{ de Cramer} \leq 1.0$) entre la variable dependiente y la variable independiente.

⁷⁹ FIERRO, Jaime. Análisis estadístico univariado, bivariado y variables control 2010. [en línea] Universidad de Tarapaca. Citado en [25 de Octubre del 2015] Disponible en: < <http://chitita.uta.cl/cursos/2012-1/0000104/recursos/r-25.pdf> >

Factores Sociales

- **Edad**

Como se puede observar en la tabla 2 y en la figura 51 la mayor proporción de egresados que crearon empresa (6.1%) se encuentra en el rango de edad entre 41 y 48 años; ellos representan el 19,2% de la muestra. Se puede observar (Véase tabla 3) que el p-valor asociado al estadístico de contraste Chi-cuadrado de Pearson (0.0270) es mayor que el nivel de significación 0.05, por lo tanto se acepta la hipótesis nula; lo que quiere decir que no existe asociación estadísticamente significativa entre la edad y la creación de empresas. Las variables son independientes.

Tabla 2. Tabla de Contingencia: Creación de empresas * Edad del egresado

TABLA DE CONTINGENCIA CREACIÓN DE EMPRESA*EDAD								
% del total								
			18 a 25	26 a 32	33 a 40	41 a 48	49 a 56	Total
CREACIÓN DE EMPRESA	DE	No	5,1%	29,3%	25,3%	13,1%	8,1%	80,8%
		Si	3,0%	4,0%	5,1%	6,1%	1,0%	19,2%
Total			8,1%	33,3%	30,3%	19,2%	9,1%	100,0%

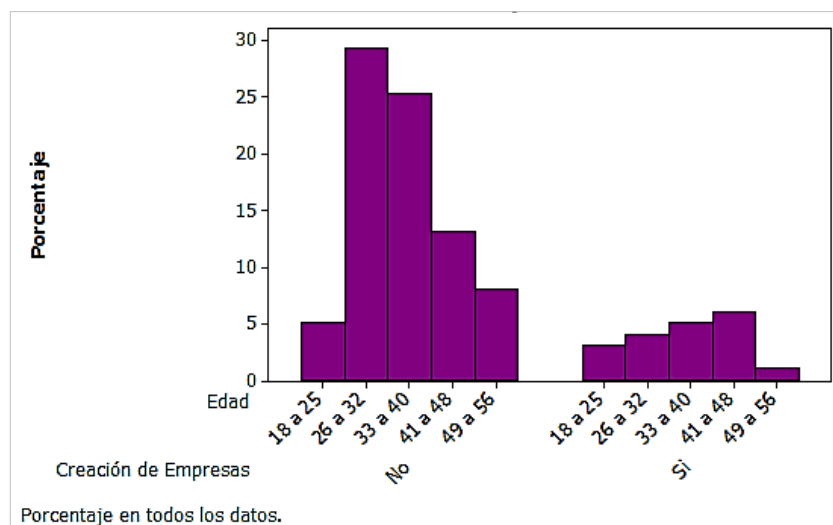
Fuente Elaboración propia basado en Minitab.

Tabla 3. Prueba de asociación de variables. Creación de empresas * Edad del egresado

PRUEBA DE CHI-CUADRADO			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,175	4	0,270

Fuente Elaboración propia basado en Minitab.

Figura 51. Edad de los egresados * Creación de Empresas



Fuente: Elaboración propia basado en Minitab.

- **Genero**

Como se puede observar en la tabla 4 y en la figura 52 la mayor proporción de egresados que crearon empresa (11.1%) son mujeres; ellas representan el 55.6% de la muestra. Se puede observar (Véase tabla 5) que el p-valor asociado al estadístico de contraste Chi-cuadrado de Pearson (0.819) es mayor que el nivel de significación 0.05, por lo tanto se acepta la hipótesis nula; lo que quiere decir que no existe asociación estadísticamente significativa entre el género y la creación de empresas. Las variables son independientes.

Tabla 4. Tabla de contingencia: Creación de Empresas * Género

TABLA DE CONTINGENCIA CREACIÓN DE EMPRESAS*GENERO					
% del total					
		GENERO			Total
		Femenino	Masculino		
CREACIÓN DE EMPRESAS	No	44,4%	36,4%	80,8%	
	Si	11,1%	8,1%	19,2%	
Total		55,6%	44,4%	100,0%	

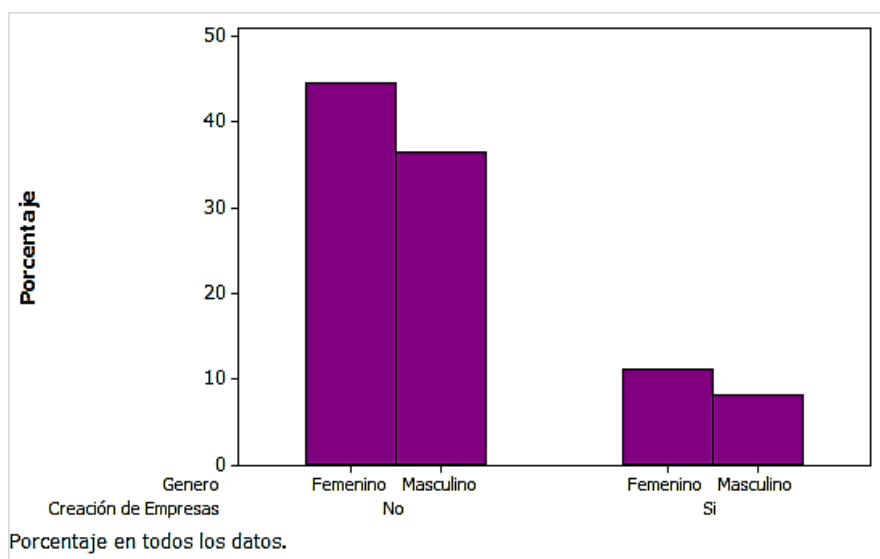
Fuente Elaboración propia basado en Minitab.

Tabla 5. Prueba de asociación de variables. Creación de empresas * Género

PRUEBA DE CHI-CUADRADO			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	0,052	1	0,819

Fuente: Elaboración propia basado en Minitab.

Figura 52. Creación de Empresas * Género



Fuente: Elaboración propia basado en Minitab.

- **Nivel Académico**

Como se puede observar en la tabla 6 y en la figura 53 la mayor proporción de egresados que crearon empresa (10.1%) tienen un nivel académico de pregrado; ellos representan el 52.5% de la muestra. Se puede observar (Véase tabla 7) que el p-valor asociado al estadístico de contraste Chi-cuadrado de Pearson (0.738) es mayor que el nivel de significación 0.05, por lo tanto se acepta la hipótesis nula; lo que quiere decir que no existe asociación estadísticamente significativa entre el nivel académico del egresado y la creación de empresas. Las variables son independientes.

Tabla 6. Tabla de contingencia: Creación de empresas * Nivel académico

TABLA DE CONTINGENCIA CREACIÓN DE EMPRESAS*NIVEL ACADÉMICO							
% del total							
		NIVEL ACADÉMICO					
		Especialización	Maestría	Pregrado	Tecnológico	Total	
CREACIÓN DE EMPRESAS	DE	No	10,1%	1,0%	42,4%	27,3%	80,8%
	Si		1,0%		10,1%	8,1%	19,2%
Total			11,1%	1,0%	52,5%	35,4%	100,0%

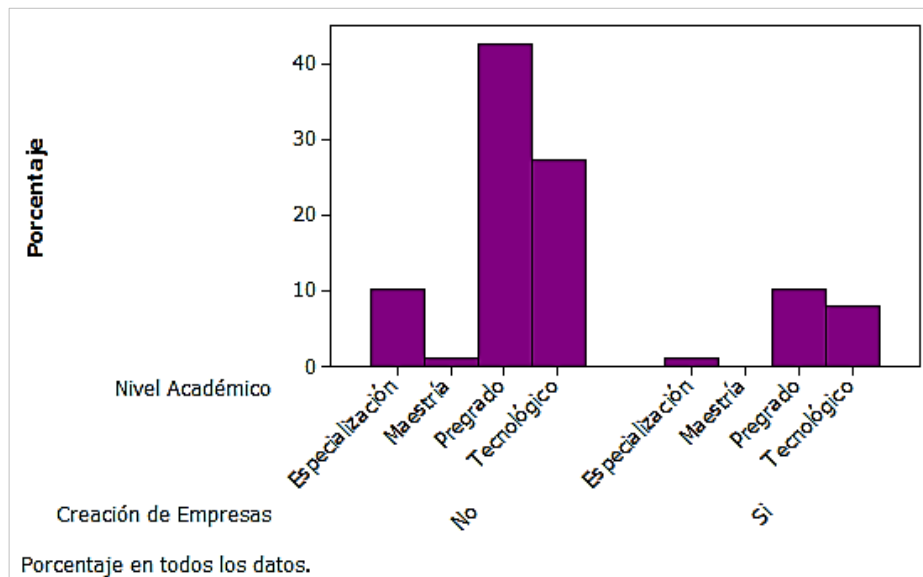
Fuente: Elaboración propia basado en Minitab.

Tabla 7. Prueba de asociación de variables. Creación de empresas * Nivel académico

PRUEBA DE CHI-CUADRADO			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,264	3	0,738

Fuente Elaboración propia basado en Minitab.

Figura 53. Creación de Empresas * Nivel Académico



Fuente Elaboración propia basado en Minitab.

- **Programa tecnológico estudiado**

Como se puede observar en la tabla 8 y en la figura 54 la mayor proporción de egresados que crearon empresa (14.1%) estudiaron tecnología empresarial; ellos representan el 82.8% de la muestra. Se puede observar (Véase tabla 9) que el p-valor asociado al estadístico de contraste Chi-cuadrado de Pearson (0.364) es mayor que el nivel de significación 0.05, por lo tanto se acepta la hipótesis nula; lo que quiere decir que no existe asociación estadísticamente significativa entre el Programa tecnológico estudiado y la creación de empresas. Las variables son independientes.

Tabla 8. Tabla de contingencia: Creación de empresas * Programa tecnológico

TABLA DE CONTINGENCIA CREACIÓN DE EMPRESAS*PROGRAMA TECNOLÓGICO						
% del total						
			PROGRAMA TECNOLÓGICO			Total
			Tecnología Agroindustrial	Tecnología Agropecuaria	Tecnología empresarial	
CREACIÓN DE EMPRESAS	No		7,1%	5,1%	68,7%	80,8%
	Si		2,0%	3,0%	14,1%	19,2%
Total			9,1%	8,1%	82,8%	100,0%

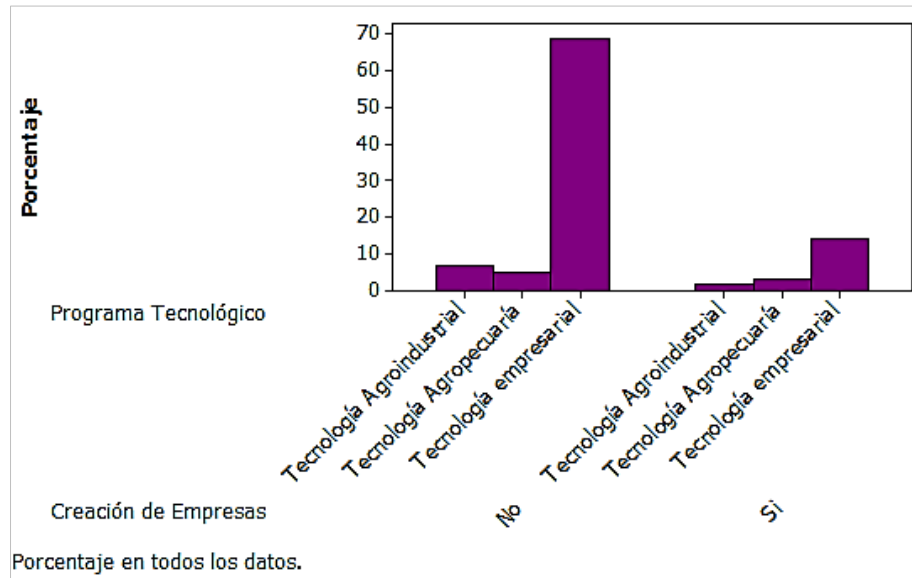
Fuente: Elaboración propia basado en Minitab.

Tabla 9. Prueba de asociación de variables. Creación de empresas * Programa tecnológico

PRUEBA DE CHI-CUADRADO			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,020	2	0,364

Fuente: Elaboración propia basado en Minitab.

Figura 54. Creación de Empresas * Programa tecnológico



Fuente: Elaboración propia basado en Minitab.

MECANISMOS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO OFRECIDOS POR LA UNIVERSIDAD

- **Evento Académico y Científico Emprendedores**

Como se puede observar en la tabla 10 y en la figura 55 la mayor proporción de egresados que crearon empresa (15.2%) participaron en el Evento Emprendedores; ellos representan el 78.8% de la muestra. Se puede observar (Véase tabla 11) que el p-valor asociado al estadístico de contraste Chi-cuadrado de Pearson (0.985) es mayor que el nivel de significación 0.05, por lo tanto se acepta la hipótesis nula; lo que quiere decir que no existe asociación estadísticamente significativa entre la participación en el Evento Emprendedores y la creación de empresas. Las variables son independientes.

Tabla 10. Tabla de contingencia: Creación de empresas * Participación en Evento Emprendedores

TABLA DE CONTINGENCIA CREACIÓN DE EMPRESAS*EVENTO EMPRENDEDORES					
% del total					
			EVENTO EMPRENDEDORES		Total
			No	Si	
CREACIÓN DE EMPRESAS	No	17,2%	63,6%	80,8%	
	Si	4,0%	15,2%	19,2%	
Total		21,2%	78,8%	100,0%	

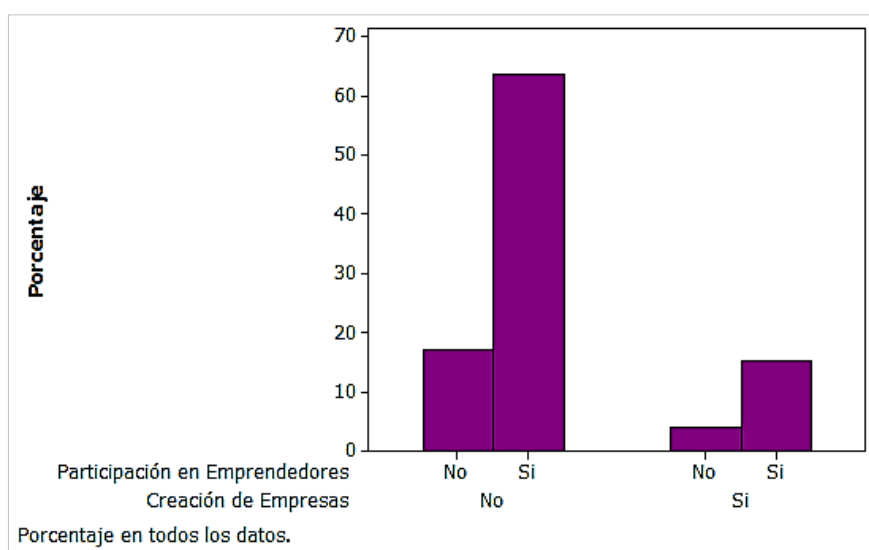
Fuente Elaboración propia basado en Minitab.

Tabla 11. Prueba de asociación de variables. Creación de empresas * Evento Emprendedores

PRUEBA DE CHI - CUADRADO			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	0,000	1	0,985

Fuente Elaboración propia basado en Minitab.

Figura 55. Creación de Empresas * Participación en Evento Emprendedores



Fuente Elaboración propia basado en Minitab.

- **Asignaturas en Emprendimiento**

Como se puede observar en la tabla 12 y en la figura 56 la mayor proporción de egresados que crearon empresa (14.1%) participaron en el Evento Emprendedores; ellos representan el 75.8% de la muestra. Se puede observar (Véase tabla 13) que el p-valor asociado al estadístico de contraste Chi-cuadrado de Pearson (0.815) es mayor que el nivel de significación 0.05, por lo tanto se acepta la hipótesis nula; lo que quiere decir que no existe asociación estadísticamente significativa entre el curso de asignaturas en Emprendimiento y la creación de empresas. Las variables son independientes.

Tabla 12. Tabla de contingencia: Creación de empresas * Curso de Asignaturas en Emprendimiento

TABLA DE CONTINGENCIA CREACIÓN DE EMPRESAS*ASIGNATURAS EN EMPRENDIMIENTO				
% del total				
		ASIGNATURAS EN EMPRENDIMIENTO		Total
		No	Si	
CREACIÓN DE EMPRESAS	No	19,2%	61,6%	80,8%
	Si	5,1%	14,1%	19,2%
Total		24,2%	75,8%	100,0%

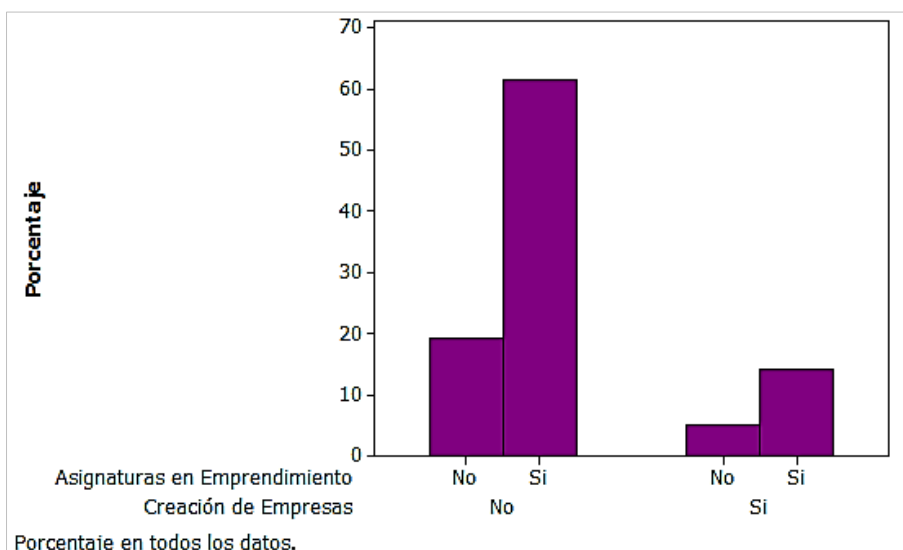
Fuente: Elaboración propia basado en Minitab.

Tabla 13. Prueba de asociación de variables. Creación de empresas * Curso de Asignaturas en Emprendimiento

PRUEBA DE CHI - CUADRADO			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	0,055	1	0,815

Fuente: Elaboración propia basado en Minitab.

Figura 56. Creación de empresas * Curso de Asignaturas en Emprendimiento



Fuente Elaboración propia basado en Minitab

- **Participación en el Programa de Emprendimiento UIS Emprende**

Como se puede observar en la tabla 14 y en la figura 57 la mayor proporción de egresados que crearon empresa (17.2%) No tuvieron apoyo del programa de Emprendimiento UIS Emprende; ellos representan el 94.9% de la muestra. Se puede observar (Véase tabla 15) que el p-valor asociado al estadístico de contraste Chi-cuadrado de Pearson (0.225) es mayor que el nivel de significación 0.05, por lo tanto se acepta la hipótesis nula; lo que quiere decir que no existe asociación estadísticamente significativa entre la participación en UIS Emprende y la creación de empresas. Las variables son independientes.

Tabla 14. Tabla de contingencia: Creación de empresas * Participación en UIS Emprende

TABLA DE CONTINGENCIA CREACIÓN DE EMPRESAS*				
PARTICIPACIÓN EN UIS EMPRENDE				
% del total				
		PARTICIPACIÓN EN UIS EMPRENDE		Total
		No	Si	
Creación de Empresas	No	77,8%	3,0%	80,8%
	Si			

CREACIÓN DE EMPRESAS	Si	17,2%	2,0%	19,2%
	Total	94,9%	5,1%	100,0%

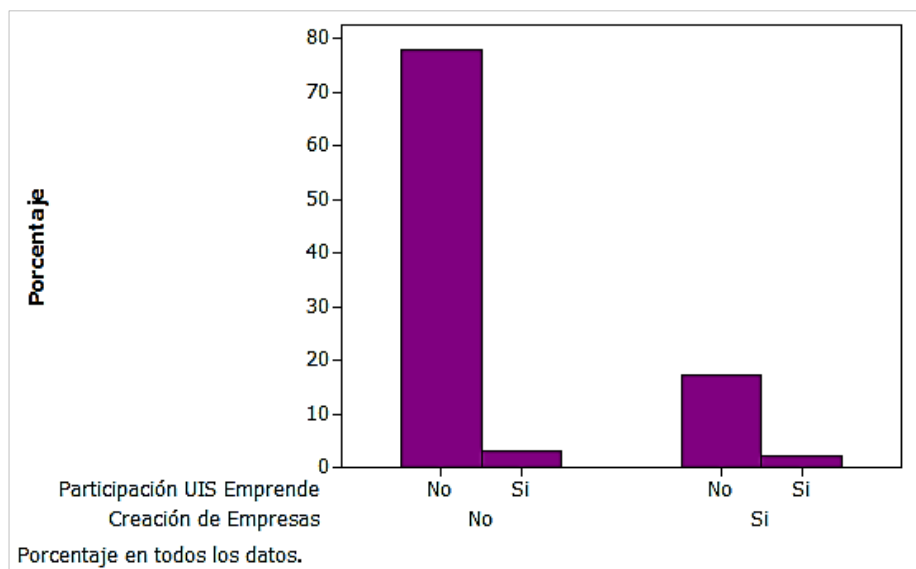
Fuente Elaboración propia basado en Minitab

Tabla 15. Prueba de asociación de variables. Creación de empresas * Participación en UIS Emprende

PRUEBA DE CHI - CUADRADO			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,470	1	0,225

Fuente Elaboración propia basado en Minitab

Figura 57. Creación de empresas * Participación en UIS Emprende



Fuente Elaboración propia basado en Minitab

- **Trabajo de Grado en Modalidad Creación de Empresas**

Como se puede observar en la tabla 16 y en la figura 58 la mayor proporción de egresados que crearon empresa (13.1%) realizaron su trabajo en Modalidad Creación de Empresas; ellos representan el 76.8% de la muestra. Se puede observar (Véase tabla 17) que el p-valor asociado al estadístico de contraste Chi-

cuadrado de Pearson (0.338) es mayor que el nivel de significación 0.05, por lo tanto se acepta la hipótesis nula; lo que quiere decir que no existe asociación estadísticamente significativa entre la realización de trabajo de grado en creación de empresas y la creación de empresas. Las variables son independientes.

Tabla 16. Tabla de contingencia: Creación de empresas * Trabajo de Grado Modalidad Creación de Empresas

TABLA DE CONTINGENCIA CREACIÓN DE EMPRESAS*TRABAJO DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESAS					
% del total					
			TRABAJO DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESAS		
			No	Si	Total
CREACIÓN DE EMPRESAS	No		17,2%	63,6%	80,8%
	Si		6,1%	13,1%	19,2%
Total			23,2%	76,8%	100,0%

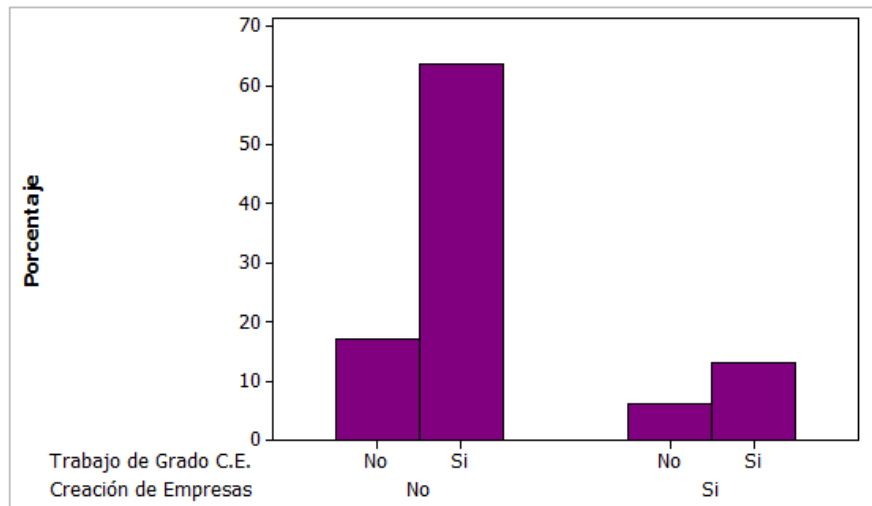
Fuente Elaboración propia basado en Minitab

Tabla 17. Prueba de asociación de variables. Creación de empresas * Trabajo de Grado Creación de Empresas

PRUEBA DE CHI - CUADRADO			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	0,918	1	0,338

Fuente Elaboración propia basado en Minitab

Figura 58. Creación de empresas * Trabajo de Grado Creación de Empresas



Fuente Elaboración propia basado en Minitab

ANEXO L. EVIDENCIA FOTOGRAFICA DE ENTREVISTAS CON EMPRENDEDORES



Evidencia entrevista Arelis Mateus



Evidencia entrevista Arelis Mateus



Evidencia entrevista Jacqueline Ortiz



Evidencia entrevista Jacqueline Ortiz



Evidencia entrevista Leydi
Nossa



Evidencia entrevista Leydi
Nossa



Evidencia entrevista
Salustiano
Cristancho - Vía
Skype.



Evidencia entrevista
Miguel Serrano



Evidencia entrevista
Miguel Serrano



Evidencia entrevista
Mary Luz

ANEXO M. CASOS DE ESTUDIO DE EMPRENDEDORES

CLARALUNA STORE



¿DE DONDE NACE CLARALUNA STORE?

Arelis se considera a sí misma una *fashionista*. Como tal, gusta de la moda, quiere lucir bien, llamar la atención por sus atuendos y tener un toque de originalidad que la distinga.

Sus primeros productos, para uso propio, nacieron de ese deseo: collares elaborados por ella y su actual socia, Aurelia. Collares con diseños propios, no encontrados en las tiendas convencionales de accesorios.

Arelis, que actualmente trabaja en un periódico regional, trabajó en el área comercial y administrativa de un reconocido gimnasio. También ha cultivado guanábanas en su finca, que se administra como una sola junto con la de su padre. Él, un agricultor de Cimitarra, Santander, le metió la espina del emprendimiento: no quiso ser solo un empleado.

PASO POR EL IPRED

Arelis se graduó en 2010 del programa de Tecnología Empresarial, del IPRED. Aunque considera valiosas las herramientas y conocimientos brindados por la universidad en campos como la creación, la contabilidad, lo jurídico y lo legal, cree que el enfoque

de la UIS está en que sus egresados encuentren un empleo, por encima de ser generadores de empresa.

Del Evento Emprendedores su visión no es del todo positiva. Cree que es un evento en exceso académico y que los beneficiados, en su tiempo, no fueron conscientes de su valor. Aún así, Arelis cree que el evento tiene el potencial de convertirse en una oportunidad de práctica y consejería en vez de ser solo una simulación académica.

Hace un año, en septiembre de 2014, el momento llegó. En búsqueda de la independencia económica, Arelis y su socia decidieron iniciar algo que, como ellas cuentan, “no se sabe qué es”.

Es el inicio de Claraluna Store: los productos que elaboraban para ellas mismas se convirtieron en los productos de su emprendimiento.

Quinientos mil pesos sirvieron para los primeros 12 collares de Claraluna, que no fueron cosa fácil. La inexperiencia traía sus riesgos: materiales inadecuados, cierres que se rompían, acabados que no duraban, collares que se desarmaban.

Abrir una tienda, dice Arelis, es un riesgo para una iniciativa tan joven. Ha visto cómo otros han fracasado por tomar ese paso muy temprano. Por eso, desde el primer día, empezaron a promocionarse por redes sociales. Además, usan lo que ella llama “mercado natural”: los familiares, los amigos, los contactos ganados en sus otros trabajos



Arelis usa el conocimiento ganado en los empleos que ha tenido, eso le ha ayudado a administrar el negocio. Aurelia es quien diseña aunque no estudió diseño, es profesora. Ambas venden.

VIDA DE EMPRESARIA

Un año después de empezar, Claraluna no ha parado, sigue avanzando. Sus fundadoras, aunque agradecidas con sus empleos, consideran que su proyecto, su empresa, genera empleo y desarrollo. Entre sus colaboradores se encuentran personas en condición de vulnerabilidad, de discapacidad, de asentamientos humanos irregulares. Abandonar el proyecto no es una opción.

Mantener viable a Claraluna requiere esfuerzo y perseverancia. Manejar responsablemente las ganancias es una prioridad para Arelis. Invierte en otros negocios, como la ganadería; no se ha asignado un salario por sus labores dentro de Claraluna y parte de sus gastos están enfocados a reforzar la marca, como con las nuevas placas que identifican sus productos o las inversiones hechas en eventos y relaciones públicas.



Mujeres independientes, atrevidas y perseverantes es lo que quiere proyectar la marca sobre sus clientes: accesorios que resaltan la belleza natural de cada mujer con, como dice Arelis, “piedras, tamaños, colores y brillo irrumpen para dar creación a piezas singulares. Collares,

maxicollares, pulseras y piezas sutiles que consolidan como infaltables en el tocador de una mujer. Cada accesorio es hecho cuidadosamente a mano con piedras semi-preciosas que dan origen a creaciones llenas de exclusividad y buen gusto”.

Sus productos son usados por mujeres de todo el país, pero sus mejores clientes están en ciudades como Valledupar, Barrancabermeja, Villavicencio y San Gil.

Con ingenio y ánimo enfrentan los nuevos retos. Producir quinientos collares para una feria, manejar la logística del negocio o crear una línea inspirada en Colombia con motivo de la pasada Copa América, son solo unos ejemplos. Pero, así mismo, llegan las recompensas, como haber aparecido dos veces en Vanguardia Liberal o el cubrimiento en el programa Nuestro Talento del canal TRO.

Pero no solo la responsabilidad de Arelis ha sido fundamental para el crecimiento de Claraluna Store. El apoyo de sus dos hermanos en logística y producción, los seis colaboradores a cargo de la manufactura, la confianza de sus amigos en la oficina del periódico, ahora convertidos en clientes y el respaldo recibido por el IPRED en la planeación del proyecto, han contribuido al florecimiento de la iniciativa.

Arelis piensa en el futuro de Claraluna Store. Los pasos inmediatos serán formalizar su empresa y, quizás, abrir una tienda. De vista a la temporada de diciembre, piensa abrir un punto de exhibición en el Centro Comercial Caracolí.

Pero las cosas no se quedan ahí. Para esta mujer visionaria y ambiciosa, la participación en el evento Corazón de la Moda fue la oportunidad para mostrar una nueva línea *premium*, con mejores materiales y acabados, con lo que busca exportar a Europa y Estados Unidos, mercados con más aprecio por los productos artesanales

HUEVOS NOSSA



¿DE DONDE NACE HUEVOS NOSSA?

Leydi Nossa es una mujer santandereana de 23 años dedicada a la producción de huevo criollo.

En el año 2011, Leydi comenzó la carrera de Tecnología Agroindustrial en la Universidad Industrial de Santander, sin tener idea de que en ese momento iba a crear empresa. Su padre quien en ese instante llevaba 25 años trabajando en el campo, estaba pasando por una transición coyuntural: pasar de la producción de pollo engorde y gallina comercial, a la producción de huevo criollo, suceso que ayudaría a Leydi a la creación de su empresa.

Cuando a Leydi le dijeron que debía trabajar una idea de negocios en su carrera, no sabía qué hacer; fue en ese momento que acudió a su padre por ayuda, y este le recomendó lo obvio: Trabajar en el negocio familiar. Leydi y su padre querían hacer las cosas bien, por tal razón ese mismo año acudieron a la Cámara de Comercio de Bucaramanga y formalizaron la empresa. En ese momento se creó, HUEVOS NOSSA, una empresa que se dedicaría a la producción y comercialización de huevos criollos.

A pesar de que sus padres no tuvieron acceso a la educación, siempre han inculcado en Leydi, el ser una persona emprendedora e independiente, que luche día a día por alcanzar sus sueños.

PASO POR EL IPRED

Leydi se ha ganado con sudor cada logro de su vida. En el año 2014 cuando estaba cursando quinto semestre de Tecnología Agroindustrial, fue ganadora del fondo capital semilla de la Fundación Aurelio Llano, lo que le ayudó con el establecimiento de su propio galpón. Fue en este momento que Leydi pasa de ser



socia de su padre a ser dueña de su propia producción. El esfuerzo no paró allí; con el objetivo de convertirse en profesional, seguir escalando y buscar instrumentos que le ayudaran a alcanzar el éxito en su empresa, siguió con la carrera de Producción Agroindustrial.

Leydi dice con seguridad que el programa de tecnología le brindó las herramientas necesarias para desarrollar la técnica de producción del huevo, y el programa de profesional fue el instrumento que le ayudó a establecer su modelo de negocios.

Del Evento Emprendedores su visión es positiva. Cree que es un evento que le ha ayudado en el transcurso de su paso por el IPRED a obtener retroalimentación sobre su producto; sin embargo cree que este puede mejorar aún más, de manera que sea para el estudiante un estímulo bien retribuido a la creación de empresas.

LOS FRUTOS DE SER EMPRESARIO

Leydi cuenta que ser empresaria no ha sido tarea fácil, pero todo ha sido posible gracias al apoyo de su familia, la cual le ha brindado el soporte necesario para enfrentar cualquier dificultad. Ella toma todas las decisiones en su empresa, pero siempre consulta a su padre antes de tomarlas; cree que su experiencia es un gran apoyo que evita que cometa errores.



Actualmente Leydi lleva un año trabajando en su propio galpón, y está sacando su segundo lote de producción. Cuenta que las utilidades de la empresa son buenas, teniendo en cuenta que hasta ahora está empezando.

Leydi maneja la base de clientes de su padre, y utiliza el voz a voz para obtener más clientes. Tiene como objetivo utilizar las redes sociales para promocionar su producto, ya que piensa que la mejor manera de llegar a los estratos altos es por este medio.

Entre las metas de Leydi se encuentra crear una ruta de pedidos, la cual sería publicada en una página web, para que los clientes puedan identificar donde obtener los productos. También tiene como objetivo cambiar el empaque del producto; sin embargo está esperando que la empresa arranque un poco más para poder realizar esta inversión.

Leydi se muestra optimista con respecto al crecimiento de su empresa, y sigue luchando para algún día convertir a Huevos Nossa en la empresa líder en producción avícola criolla de la región y del país.

CITRISANDER



¿DE DONDE NACE CITRISANDER?

Salustiano Cristancho es un joven santandereano de 24 años dedicado a la producción y comercialización de la mandarina.

En el año 2011 inicia su carrera de Tecnología Agropecuaria en la sede de El Socorro de la Universidad Industrial de Santander, sin tener idea que iba a crear empresa. Cuando ingresó a la carrera, le exigieron que debía trabajar en una idea de negocio direccionada al sector agropecuario. La indecisión en Salustiano primó; por esta razón acude a su padre por ayuda, y este le sugiere trabajar una propuesta direccionada al negocio familiar que ya tenía en funcionamiento más de 10 años: La producción de mandarina.

Salustiano empieza entonces a trabajar en la idea, realizando un estudio detallado sobre el cultivo de la mandarina y sobre las técnicas que podría utilizar para optimizar su producción. Todo en pro de mejorar la calidad del producto y poder comercializarlo a mayor escala. Él enfatiza que la mandarina debe cumplir con todos los estándares nutricionales.

Para comercializar su producto Salustiano utiliza el voz a voz, maneja tarjetas de presentación y folletos que describen su producto; esto le ha permitido vender a las ciudades de Barranquilla, Bogotá y Cali.

PASO POR EL IPRED

Salustiano cuenta que si no hubiera estudiado Tecnología Agropecuaria en el IPRED, no se hubiera enfocado en mejorar la producción de la empresa familiar, y en consecuencia, todos los procesos se estarían llevando de forma *“tradicional”*.

En el 2013 Salustiano participa en el concurso de fondo capital semilla para empresas rurales de la Fundación Aurelio Llano. Para poder participar, la fundación le exige el establecimiento del nombre de la empresa, lo que lleva a Salustiano a elegir el nombre de **CITRISANDER (Cítricos de Santander)**.



Salustiano se encuentra en estos momentos cursando noveno semestre de Producción Agroindustrial y comenta que el programa le ha ayudado en la formulación de su modelo de negocio.

Respecto al Evento Emprendedores, comenta que es un espacio que le ha permitido obtener retroalimentación del producto, respecto a calidad y presentación, pero que le gustaría que los organizadores realizaran contactos con el sector agroindustrial, para que los estudiantes puedan establecer alianzas de sociedades.

CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS

No es la primera vez que Salustiano emprende, él tuvo una empresa de productos de aseo en el Socorro, y cuenta que esa experiencia fue bastante enriquecedora; sin embargo no pudo continuar por que no tuvo la asesoría adecuada en la parte tributaria.

Salustiano expresa que se ha destacado en su carrera, precisamente por tener un

“espíritu emprendedor”. Se define a sí mismo como una persona responsable y persistente. Cree que la base de un emprendedor es la perseverancia.

Entre los planes de Salustiano se encuentra la realización de una especialización relacionada con la calidad de los productos y la formalización de **CITRISANDER**.



ECO – SANTURBAN



¿DE DONDE NACE ECO-SANTURBÁN?

Mary Luz Lizcano es una mujer emprendedora de 32 años que nació en Cucunubá, Cundinamarca. Su cuna de formación ha sido el municipio de California, donde ha vivido la mayor parte de su vida.

En el año 2010 inicia su carrera de Tecnología Empresarial en la Universidad Industrial de Santander, con la mentalidad de encontrar las herramientas adecuadas para poder crear su empresa. La oportunidad había llegado, el programa de Tecnología le exigía presentar una idea de negocio que debía consolidar para poder graduarse. Mary Luz presenta la propuesta de creación de un restaurante saludable, sin embargo cuando estudia mejor la situación, se da cuenta que podía encontrar una mejor oportunidad de negocio en la promoción y el fomento del turismo en el **Páramo de Santurban**.

PASO POR EL IPRED

Para poder desarrollar su idea, Mary Luz comienza en el 2013 la carrera profesional de Gestión Empresarial en la UIS, lo que la lleva a realizar un estudio de factibilidad de su posible negocio. Los buenos resultados eran de esperarse; Mary Luz encuentra que su emprendimiento tenía el potencial suficiente para arriesgarse y constituir la empresa.

La decisión estaba tomada, Mary Luz constituye **ECO-SANTURBAN** y decide colocarla en funcionamiento. Sus clientes pilotos, como los llama ella, fueron compañeros de la carrera, quienes estaban interesados en los servicios turísticos y ha ido escalando hasta manejar grupos de 100 personas, todo gracias al Voz a Voz. Mary Luz cuenta que la problemática social que está viviendo el Páramo, le ha despertado la curiosidad a la gente, y que eso ha logrado casi en su totalidad que su idea de negocio sea factible.

En cuanto al IPRED, como tal, Mary Luz expresa que su aporte ha sido beneficioso y que ha ayudado a consolidar su visión de empresaria, inculcándole desde el principio el ser gestora de su propia empresa.

Respecto al Evento Emprendedores piensa que es un espacio muy importante que da el impulso para “*que el estudiante salga de la Universidad con toda*”, y que abre la posibilidad para que la idea se amplíe y se pueda visionar. Sin embargo cree que debe salirse un poco del marco académico, para que no sea solo un requisito de grado, sino la ventana que muestre los productos de las personas que realmente quieren ser empresarios.

VIDA DE EMPRESARIA

Mary Luz cuenta que no está de acuerdo en endeudarse en gran proporción para sacar la empresa adelante, por eso mayor parte de la utilidad que está obteniendo la está reinvertiendo, principalmente en publicidad. Dice que solamente así puede cumplir el



alcance establecido y las metas trazadas. Los sacrificios de hoy serán los frutos del mañana.

Mary Luz se considera a sí misma como “*de esas personas que no se rinden*” su convicción en el diario vivir es ser persistente. Ella aprende de la experiencia. Y es precisamente esa experiencia la que hizo que ganara un contrato con la administración del municipio para gestionar la conexión entre hoteles, restaurantes, y transporte con el fin de direccionar la economía de California a brindar servicios turísticos de calidad.

Gracias a la gran labor realizada, el municipio le ha otorgado un punto de información turístico, que le permite operar y promocionar los servicios de **ECO – SANTURBAN**, y trabajar en red con hoteles y restaurantes, de manera que el cliente al llegar a California esté informado de la variedad de servicios turísticos con los que cuenta.

Mary Luz expresa que sus servicios son para todo público, sin embargo su foco de mercado son los gremios estudiantiles, universitarios y empresariales. Por lo tanto sus estrategias de mercadeo van direccionados a estos.

CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS

Mary Luz dice con entusiasmo que nació para ser emprendedora, y que la formación en la universidad le ha ayudado a convencerse aún más de que está hecha para crear



mejoras de vida en las personas.

Ella fundamenta el triunfo del empresario en la relación de confianza con el cliente. Expresa que si este cree en la empresa y confía en la ella, todo fluirá hacia el éxito. Sin embargo explica que no es sencillo construir esa relación de confianza y

que se debe ser muy persistente en todo momento para poder lograrla, sobre todo si se trabaja en un mercado tan general y consolidado. Expresa que convencer a la gente que viaje y conozca a través de ellos el municipio no es tarea fácil, pero que esto no la detiene.

Mary Luz ha contado con el apoyo de su esposo y sus hijos en todo momento y dice que su familia está animada con *“todo el cuento de la empresa”*, lo que la motiva más a salir adelante, ya que a fin de cuentas, creó la empresa en pro de brindarle bienestar a su familia.

Mary Luz se proyecta a futuro con éxito, y cree que puede consolidar una red líder que ayude al progreso del municipio y de la región, ampliando su alcance no solo a clientes nacionales sino del exterior.

CRISAS



¿DE DONDE NACE CRISAS?

Jackeline Ortiz es una mujer Santandereana de 37 años, dedicada al negocio de montajes metalmecánicos y pintura de unidades móviles y grúas de televisión.

En el año 2009 Jackeline comienza su formación en el IPRED en el programa de Tecnología Empresarial de la Universidad Industrial de Santander; para ese momento Jackeline se encontraba trabajando en una empresa de transporte en el área administrativa y no tenía en su mente la creación de empresa. Cuando en el programa de tecnología le dijeron que debía trabajar en una idea de negocios, Jackeline pensó en la creación de una empresa multiservicios que ofreciera mantenimiento de acueductos y redes eléctricas; sin embargo esta idea quedó en el papel al finalizar la tecnología, debido a que Jackeline y su compañera de trabajo no tenían mucho conocimiento del sector.

En el año 2012 cuando empieza el programa de Gestión Empresarial, Jackeline propone la planeación estratégica para una empresa establecida de bolsas plásticas; sin embargo al terminar la carrera, la empresa decide no implementar la propuesta.

Jackeline aún seguía trabajando en la empresa de transporte, pero algo había cambiado, “*la espinita del emprendimiento*” ya estaba en ella. En enero del año 2015, el cuñado de Jackeline quien había trabajado con montajes metalmecánicos en el sector industrial, estaba trabajando en una empresa de televisión y detectó la

oportunidad de tomar un contrato con dicha empresa en la parte de reparaciones y pintura de unidades móviles y grúas de televisión. Fue la ocasión perfecta. Jackeline quien sabía de pinturas y aerosoles, porque su padre se dedicó parte de su vida a la ornamentación, se asoció con su cuñado para crear **CRISAS (Construcciones y Reparaciones SAS)**.

PASO POR EL IPRED

Jackeline comenta que su paso por el IPRED le ayudó a tener claro temas en el marco legal, los impuestos y la gestión de la empresa. Dice que tener empresa no es una labor fácil y que la ha hecho aterrizar al tener tanta responsabilidad. El ser organizada y fijar metas alcanzables, son algunas de las competencias que Jackeline adquirió en su paso por el IPRED.

Respecto al Evento Emprendedores su visión no es muy positiva. Piensa que el evento debería establecer contacto con la Cámara de Comercio y otras entidades que apoyen a la creación de empresas y además de esto ofrecer información acerca de los medios de financiación que pueden obtener los emprendedores.

VIDA DE EMPRESARIA

Cuando estableció **CRISAS**, Jackeline contaba con el dinero ahorrado para una vivienda, sin embargo tomó la decisión de invertir ese dinero en la empresa, de lo cual no se arrepiente.

En la actualidad Jackeline no cuenta con una planta de personal fija; sin embargo recurre a las prestaciones de servicios de personas que la ayuden en la parte de pintura.

En estos momentos no cuenta con una instalación, trabaja desde casa para disminuir costos.



Jackeline comenta que las utilidades son bajas, pero que es lo normal porque hasta ahora está empezando. Ella sigue manejando el contrato con la empresa de televisión, y le salen de vez en cuando contratos más pequeños con otras empresas.

Jackeline desea dejar prontamente su trabajo y dedicarse plenamente a su empresa; sin embargo está esperando el momento en que las utilidades le permitan tomar esta decisión.

ANEXO N. PONENCIA: EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO EN EL SECTOR AGRÍCOLA: CASO PIÑAGRO

**EJE TEMÁTICO:
INNOVACIÓN, EMPRENDIMIENTO E HISTORIA EMPRESARIAL**

**TEMA:
EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO**

**TÍTULO EN ESPAÑOL:
EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO EN EL SECTOR AGRÍCOLA: CASO
PIÑAGRO**

**TÍTULO EN INGLÉS:
ENTREPRENEURSHIP IN THE AGRICULTURAL SECTOR**

Autor (es)

Aura Pedraza Avella⁸⁰

Diana Hernández Quintero⁸¹

Paula Muñoz Vargas⁸²

Universidad Industrial de Santander

⁸⁰ Doctora en Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia. Profesora de planta en la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, Universidad Industrial de Santander (UIS). acecipe@uis.edu.co

⁸¹ Estudiante de Ingeniería industrial, Semillero de Investigación. Universidad Industrial de Santander, Colombia

Diana23hernandez@gmail.com

⁸² Estudiante de Ingeniería industrial, Semillero de Investigación. Universidad Industrial de Santander, Colombia

paulapmvargas@gmail.com

RESUMEN:

Se presenta un estudio de caso que hace parte de una investigación en curso sobre las iniciativas de emprendimiento de la Universidad Industrial de Santander. El estudio de caso describe la experiencia de un egresado del programa Producción Agroindustrial en la creación de una empresa de piña en Lebrija, Santander, Colombia. El caso contempla los rasgos de este emprendedor universitario, las razones que lo llevaron a establecer una empresa agrícola de carácter innovador, así como la influencia de la universidad y de otros actores en el proceso de creación y consolidación de su empresa. Se utiliza como metodología de investigación el estudio de caso de tipo descriptivo-ilustrativo. Los resultados permiten evidenciar que para lograr el éxito empresarial en el sector agrícola es fundamental el uso de la innovación.

Palabras clave:

Emprendimiento, Emprendimiento universitario, Sector agrícola, Casos de estudio, Piña.

ABSTRACT:

A case study that is part of an ongoing investigation of the entrepreneurial initiatives of the Industrial University of Santander is presented. The case study describes the experience of a graduate of the program Producción Agroindustrial, in the creation of a pineapple company in Lebrija, Santander, Colombia. The case provides the features of this university entrepreneur, the reasons that led him to establish an innovative agricultural enterprise, and the influence of the university and other actors in the process of creation and consolidation of his company. The methodology used in the research is the descriptive-illustrative case of study. The results allow to evidence that the innovation is the key to get success in business in the agricultural sector.

Keywords:

Entrepreneurship, Entrepreneurship in Universities, Agricultural Sector, Case study, Pineapple.

1. INTRODUCCIÓN

El apoyo al emprendimiento por parte de las universidades posibilita el desarrollo de empresas y productos que sean innovadores y sostenibles, impactando positivamente el crecimiento económico y social del país, por ende, las universidades deben focalizar sus esfuerzos en el establecimiento de políticas de emprendimiento efectivas y lo suficientemente robustas que propendan por la formación de estudiantes con mentes emprendedoras que resuelvan optar por la generación de empresas exitosas.

Lo anterior, conlleva a recapitular la situación de sectores pilares de la economía, como el sector de agricultura. Si bien es cierto que es el principal proveedor del sector industrial, este se ha visto afectado por la carencia de políticas y acompañamiento que apalanque el sector y pongan de cara al futuro globalizado que se vive actualmente.

En contraste con lo anterior, las cifras muestran que la agricultura ha presentado un peso no muy representativo en el desarrollo del país. Según el DANE la contribución al PIB del sector en el 2014, presentó una variación de 2,3% respecto al 2013, variación que tiene sus razones en el aumento del 10% en el café y solo 1,9% en otros productos agrícolas. En producción de piña, el Ministerio de Agricultura asegura que Colombia cultivó 144.24 hectáreas y produjo 644.553 toneladas. Aun así, solo alcanzó 1,8% de la participación en producción permanente de piña y un rendimiento de 44,7 toneladas por hectárea.*

En el caso de Santander, se destaca como el principal productor de piña con 249.336 toneladas en 2013 en un área de 5.623 hectáreas, con un 38% de participación en la producción nacional de piña, pero con un bajo rendimiento de 44, toneladas por hectárea.†

* DANE. (2015). Boletín técnico. Recuperado el 1 de Octubre de 2015, http://www.agronet.gov.co/www/htm3b/indicadores/economicos/bol_PIB_dem_IVtrime14.pdf

† Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Sistema de Estadísticas Agropecuarias - SEA. Recuperado el 1 de Octubre de 2015, http://www.agronet.gov.co/www/htm3b/ReportesAjax/parametros/reporte14_2011.aspx?cod=14

Piñagro S.A.S., es una empresa de piña Golden creada en 2013 por Miguel Serrano al término de la Tecnología Agropecuaria que con la ayuda de la unidad de emprendimiento de la Universidad Industrial de Santander accede al capital semilla otorgado por el Fondo Emprender debido a la innovación propuesta en el sector agrícola.

2. FUNDAMENTO TEÓRICO

2.1 Emprendimiento

Las naciones en busca de soluciones a problemáticas sociales y económicas como el desempleo, han volcado sus esfuerzos en el fortalecimiento del emprendimiento como factor imprescindible en la dinamización de la economía. El emprendimiento es el proceso de crear algo diferente, con valor, mediante la asignación del tiempo y el esfuerzo necesario, presuponiendo la toma de riesgos financieros, sociales y físicos, y la obtención de recompensas monetarias y satisfacción personal. (Hishrich & Peters, 1989, citado en Rusu, 2012).

2.2 Emprendimiento universitario

El sistema educativo es el medio más expedito y eficaz para transmitir, socializar y recrear la cultura, por lo tanto es desde la “escuela”, en sus diferentes niveles, que se puede materializar el propósito transformador, incluyendo dentro de los currículos y planes de estudio la cultura del emprendimiento en el proceso formativo y desde allí proyectar la generación de oportunidades laborales, la obtención de riqueza, a través de las sinergias entre los distintos sectores e instituciones, para consolidar la educación como un derecho y creando las oportunidades para que toda la población se encamine hacia el desarrollo humano (Tibana & Duarte, 2009).

Un elemento crucial para fomentar el emprendimiento es dotar a las personas de los conocimientos adecuados para convertir las oportunidades en proyectos de éxito. (Béchar & Grégoire 2005; Pittaway & Cope 2007; Solomon, Duffy, & Tarabishy 2002).

Actualmente las universidades están haciendo esfuerzos deliberados por fomentar el emprendimiento, tratando de facilitar la creación de valor social y económico (Siegel et al, 2007).

2.3 Sector Agrícola

El sector agrícola es uno de los sectores fundamentales en el desarrollo de los países, no obstante, la falta de políticas que direccionen el sector y otros factores, han hecho que su desarrollo este supeditado al progreso de otros sectores de la economía. Con el surgimiento de diversos acontecimientos mundiales, como la globalización, las cadenas de valor integradas, las rápidas innovaciones tecnológicas e institucionales, las restricciones ambientales y el aumento del precio de los bienes agrícolas, ha tenido como consecuencia que la agricultura retorne a la agenda mundial, al tiempo que le ha proveído un renovado papel en el desarrollo de los países (Perfetti, *et al.*, 2013, p.3).

Así mismo, la agricultura ha sido la principal fuerza que impulsa el desarrollo y la transformación de los territorios rurales. Las dinámicas de diverso orden que allí se dan tienen su origen, en buena parte, en el devenir de la agricultura. La revaloración del papel de la agricultura y la importancia estratégica que ahora se le asigna al sector y a los recursos naturales, ha llevado, a su vez, a revisar y a plantear una nueva concepción del desarrollo rural (Perfetti, *et al.*, 2013, p. 5). En efecto, el logro de un crecimiento en el desarrollo rural es posible en gran medida, a la adopción del emprendimiento en estas zonas abriendo nuevas oportunidades a las comunidades rurales.

2.4 Casos de estudio como metodología de investigación

La investigación cualitativa ha ganado un amplio reconocimiento como enfoque válido y valioso. La metodología de investigación cualitativa es aplicable a una gran variedad de paradigmas de investigación -positivista, enfoque interpretativo y crítico-, dentro de los cuales hay muchos métodos de investigación como la investigación de la acción, los estudios de campo, etnografía y los estudios de casos. Todos estos métodos tienen un elemento común

en la investigación cualitativa que consiste en recabar datos en forma de palabras e imágenes, que después serán analizadas mediante diversos métodos que no incluyen la estadística ni la cuantificación de ningún tipo (Morgan & Smiricich; 1980, Hartley 1994; Gummesson, 2000; Carlson Engebretson & Chamberlain, 2005; Cepeda, 2006; VanWynsberghe & Khan, 2007) (citados en Castro, 2010, p.35)

Yin (1994, citado en Villarreal & Landeta, 2010) expresa que el estudio de casos se puede considerar como una investigación empírica que indaga un fenómeno contemporáneo en su contexto real, donde los límites entre el fenómeno y el contexto no se muestran de forma precisa, y en el que múltiples fuentes de evidencia son usadas.

Existen diversas clasificaciones de los estudios de casos, recalcando entre ellas, la que se basa en el número de casos objeto de análisis y la que se realiza en función de los objetivos del estudio (Yin, 1994).

1. Desde el punto de vista que se basa en el número de casos objeto de análisis se realiza la siguiente clasificación:
 - Un único caso. Se utiliza cuando el caso es especial y presenta todas las condiciones necesarias para ratificar, desafiar o extender una determinada teoría.
 - Comparativos o Múltiples casos. Se realizan las mismas preguntas a los distintos casos, pero efectuando una comparación de las respuestas para llegar a conclusiones significativas.
2. Desde el punto de vista en que se realiza en función de los objetos de estudio se clasifica de la siguiente forma:
 - Descriptivos. Su propósito es analizar la forma cómo acontece un fenómeno organizativo dentro de su contexto real.
 - Ilustrativos. Destacan las prácticas de gestión de las empresas más competitivas.
 - Exploratorios. Su objetivo es familiarizarse con un fenómeno o una situación sobre la que no existe un marco teórico bien definido.
 - Explicativos. Revelan las raíces y los procesos de un determinado fenómeno organizativo.

3. METODOLOGÍA

El diseño de la investigación se definió como cualitativo, ya que se partió de reconstruir la realidad, a través de los actores directos de un sistema social determinado, así como también porque a través del mismo se partió de un proceso inductivo, se exploraron y describieron situaciones para luego generar perspectivas teóricas.

Así también se procedió a la realización de un estudio de caso de tipo descriptivo-ilustrativo.

Para la elaboración del caso de estudio se utilizó la siguiente metodología expuesta por Edgar Castro Monge, en el documento *“El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas”*.

3.1 Fase Teórica: En esta etapa el equipo investigador recolectó información relacionada con el sector agrícola, enfocándose en la producción y comercialización de piña.

3.2 Fase trabajo de campo:

- *Encuesta:* Se realizó una encuesta de diagnóstico empresarial al emprendedor.
- *Realización de entrevista semiestructurada:* Se estableció fecha y lugar para realizar una entrevista semiestructurada que le permitió al equipo de investigación obtener la información necesaria para construir el caso
- *Escritura del caso:* A partir de la información recolectada en la fase teórica y la entrevista semiestructura se dispuso a la construcción del estudio de caso.

3.3 Fase Analítica: En esta etapa se analiza la información de campo en relación con la teoría.

4. RESULTADOS

La Universidad Industrial de Santander define su política de emprendimiento para enmarcar y unir los tipos e iniciativas de apoyo al emprendimiento de la universidad, buscando permear todos los programas del claustro académico. Los programas de Tecnología y Producción Agroindustrial enfocan su apoyo en el sector Agrícola, contando con el apoyo de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad.

La unidad de Emprendimiento ayuda a estudiantes de la Universidad en la construcción de Planes de negocio, con el objetivo de participar en convocatorias de Fondos Capital Semilla.

Miguel Serrano es beneficiario de la Unidad de Emprendimiento y egresado de los Programas de Tecnología y Producción Agroindustrial.

Antecedentes del Emprendimiento

Miguel Serrano desde pequeño soñó con tener algo propio que le permitiera alcanzar el éxito. Este joven emprendedor nació en el municipio de Lebrija, Santander, y es hijo de dos campesinos de la región. Miguel atribuye su deseo de crear empresa a su familia, quienes llevan en la producción de piña perolera aproximadamente 40 años. En el año 2007 a sus 25 años, Miguel entra a estudiar Tecnología Agropecuaria en la Universidad Industrial de Santander y para ese entonces ya estaba casado y tenía un hijo de 2 años.

Inicio de la Idea de Negocio

Cuando Miguel se graduó en el 2010 de Tecnología Agropecuaria en la UIS se dio cuenta que el negocio de la Piña Perolera no brindaba el progreso que él quería para su familia; Por lo tanto comienza a indagar sobre la Piña Golden (MD2), que en ese momento estaba comenzando a tener auge a nivel mundial y se da cuenta que su producción era mucho más rentable que la producción de Piña Perolera. Para ese año la producción de piña en Santander era de 239.130 toneladas anuales, el 53,77% de la producción nacional.*

Miguel decide hacer una investigación profunda en el tema y nota que el terreno de Lebrija era perfecto para la producción de Golden y que si decidía incurrir en ese negocio podría alcanzar las metas que se trazó desde pequeño.

Para Miguel poder incursionar en este nuevo negocio necesitaba una inversión considerablemente alta para sus condiciones económicas en ese momento, ya que la semilla de Golden era 24 veces más cara que la de la Perolera; es por eso que decide participar en la

* Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Sistema de Estadísticas Agropecuarias - SEA. Recuperado el 1 de Octubre de 2015, http://www.agronet.gov.co/www/htm3b/ReportesAjax/parametros/reporte14_2011.aspx?cod=14

convocatoria de Fondo Emprender. El Fondo le proveería el capital semilla necesario para poder iniciar su empresa.

Participación en la Unidad de Emprendimiento de la UIS

Antes de buscar ayuda, Miguel decidió investigar a partir de fuentes secundarias acerca de alguna metodología que le ayudara a elaborar su plan de negocios, bajo la concepción de que debía hacer algo único que lo diferenciara y le atribuyera ventajas competitivas; Por lo tanto procede a la elaboración de un plan con tres propuestas de valor: Ser el primer productor de piña Golden para consumo en fresco tipo exportación certificado por el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), tener certificación en BPA (Buenas prácticas agrícolas) y producir piña orgánica. Según Miguel, cualquier idea de negocio es viable, siempre y cuando sea innovadora y sea gestionada de la forma correcta.

Cuando Miguel llega a la Unidad de Emprendimiento de la UIS, llevaba por decirlo así un “prototipo” de su plan de negocios; cabe anotar, que este prototipo contaba con 360 hojas. En la Unidad de Emprendimiento la Ingeniera Leonor Duarte, coordinadora de la Unidad, le aconseja a Miguel que reduzca el número de propuestas de valor y se enfoque solamente por el momento a ser el único productor de piña Golden para consumo en fresco tipo exportación certificado por el ICA. Esto con el fin de ir haciendo un proceso emprendedor ordenado, con recursos que le eran escasos.

Miguel en ese momento trabajaba en la finca de su familia produciendo piña Perolera de 6 de la mañana a 5 de la tarde y se dedicaba a la adecuación de su plan de negocios de 8 de la noche a 1 de la mañana. *“El esfuerzo fue duro, sacrifiqué tiempo con mi familia y prácticamente no dormía, me sentía agotado, pero sabía que al final todo valdría la pena”* asegura Miguel, quien relata como ese proceso de la construcción del plan de negocios fue uno de los principales retos que tuvo que afrontar.

Además de la ayuda que le suministraba la Ingeniera Leonor, Miguel buscaba información en la web, sobre convocatorias pasadas en el Fondo Emprender y observaba las razones por

las cuales se rechazaban o se aprobaban los planes de negocio. Él quería tener todo bajo control.

Cuando Miguel terminó el plan de negocios, ya sabía a qué cliente le iba a vender, cuantas toneladas iba a vender y a qué precio lo iba a hacer, pero desafortunadamente el cliente en esos días cambió de opinión y le dijo que no estaba interesado en seguir con el negocio de compra. Miguel se derrumbó. *“En ese momento pensé: hasta aquí me llegó el proyecto”* cuenta Miguel quien creía que era difícil conseguir un comercializador de piña. Según este emprendedor el creer que solo hay un comercializador es algo cultural. *“Uno como campesino se liga a un solo comercializador, a la persona que llegue y nos compre, y no sabemos que puede haber mejor rentabilidad, al tener negocios con otras personas con las cuales se puede generar una relación más duradera y confiable”*, asegura Miguel. Esa era la última oportunidad para presentarse en el Fondo Emprender, ya que este financiador exige a los aspirantes un tiempo máximo de presentación después de haberse graduado y dado que Miguel creía que no podía lograrlo sin ese el cliente, decide no presentarse al Fondo.

Sin embargo meses después, luego de pensarlo mejor, Miguel decide no rendirse y se dedica a buscar nuevos comercializadores, que para su sorpresa eran más que uno. Miguel contó con la suerte de que para la siguiente convocatoria del Fondo, el plazo de presentación aumentó, lo que le permitía presentarse a la convocatoria.

El Fondo Emprender benefició en el 2012 a Miguel con 90 millones de pesos en forma de capital semilla para la creación de Piñagro S.A.S, y un año después la deuda fue condonada debido a que cumplió todos los objetivos que había planteado en el plan de negocios.

Empresa Establecida

En la actualidad Miguel sigue siendo el único productor de piña en consumo en fresco tipo exportación certificado por el ICA. Sus clientes nacionales se encuentran en Bucaramanga, Bogotá y Cúcuta. Miguel trata de tener una excelente relación con sus clientes, dice que la parte gerencial en las relaciones comerciales es fundamental en un negocio agrícola.

A través del ICA Miguel ha tenido contacto con varios exportadores, pero lastimosamente no puede suplir el volumen de producción que todos ellos le exigen; por el momento está cerrando una negociación con un cliente que exporta a España. Miguel también cuenta con certificado de origen de la piña, lo que le permite a sus clientes exportadores tener ventajas arancelarias en ciertos países.

Para Miguel no bastó la certificación del ICA, cuenta que en pocas semanas le llega la certificación en BPA, objetivo que tenía trazado en el inicio de la construcción del plan de negocios. Esto le permite asegurar la inocuidad de la piña, tener una política de protección al medio ambiente y ofrecer condiciones laborales adecuadas a sus empleados.

Después de crear empresa, Miguel generó 9 empleos, incluyendo el contador, el Ingeniero Agrónomo, y 6 operarios de cosecha. Miguel comenta que otra de las ventajas de la región es que cuenta con mano de obra capacitada que conoce del tema porque ha trabajado por lo menos alguna vez en su vida en el cultivo de piña.

Aportes de la Unidad de emprendimiento de la UIS

Miguel manifiesta que el programa le ayudó a desarrollar la capacidad para identificar oportunidades, a tener un pensamiento estratégico y proyección al futuro y a desarrollar habilidades de creatividad e innovación.

Planes a futuro

Actualmente Santander produce el 30% de la piña Golden del país y en el 2014 se exportaron 3209 toneladas de piña fresca y/o seca por un valor de us\$2.090 millones de dólares, información que motiva a Miguel a visionarse hacia la exportación; Miguel quiere ayudar a los campesinos productores de la región en la construcción de planes de negocio que les permitan acceder a fondos capital semilla y consecutivamente producir piña Golden tipo exportación certificada por el ICA; esto con el objetivo de crear una asociación de

agricultores que pueda cumplir con los volúmenes de exportación exigidos por los exportadores.

Miguel también ha pensado en exportar el mismo, pero dice que para llegar a ese punto primero debe tener la producción óptima que le permita cumplirle al cliente importador o tener una figura en el país de destino que lo represente a él, es decir, ser exportador de Colombia e importador en el país destino. Miguel ha investigado a fondo los términos de negociación.

A nivel personal Miguel quiere hacer una especialización en Alta Gerencia en la UIS con el objetivo de obtener herramientas que le permitan realizar mejora continua en su empresa.

Miguel es enfático en señalar que a pesar de todas las dificultades personales y empresariales que ha vivido a causa de ser empresario, esta labor ha contribuido positivamente a su vida.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

- Los resultados permiten evidenciar que para lograr el éxito empresarial en el sector agrícola es fundamental el uso de la innovación
- Los casos de estudio pueden ser utilizados para ilustrar las motivaciones para emprender y los efectos empresariales de la participación en un programa de apoyo al emprendimiento universitario. Lo que permite sensibilizar y promover la participación en los mismos. Es importante continuar con el desarrollo de casos empresariales del contexto regional, que permita al lector identificarse con el contexto en el cual se desarrolla el caso.
- Concluir acerca de la efectividad o no de las iniciativas de apoyo al emprendimiento, a partir de los relatos de los beneficiarios y de la información suministrados por ellos, no es posible, debido a que la principal limitación de este estudio es la subjetividad.

REFERENCIAS

Béchar, J. & Grégoire, D. (2005). Entrepreneurship Education Research Revisited: the case of Higher Education. *Academy of Management Learning and Education*, 4(1), 22-43.

DANE. (2015). Boletín técnico. Recuperado el 1 de Octubre de 2015, http://www.agronet.gov.co/www/htm3b/indicadores/economicos/bol_PIB_dem_IVtrime14.pdf

Duarte, T. & Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 15(43), 326-331.

Howorth, Carole; Tempest, Sue & Coupland, Christine. (2005). Rethinking entrepreneurship methodology and definitions of the entrepreneur. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 12, No 1, p. 24-40.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Sistema de Estadísticas Agropecuarias - SEA. Recuperado el 1 de Octubre de 2015, http://www.agronet.gov.co/www/htm3b/ReportesAjax/parametros/reporte14_2011.aspx?cod=14

Pittaway, L. & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.

Perfetti, Juan, et al. (2013). Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia. La agricultura y el desarrollo de los territorios rurales. Recuperado el 2 de octubre de 2015, http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2012/08/Pol%C3%ADticas-para-el-desarrollo-de-la-agricultura-en-Colombia-Libro-SAC_Web.pdf

Rusu, Sergiu, et al. (2012). Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts. *African Journal of Business Management*. Marzo, 2012. Vol. 6, No 10, p. 3570-3575.

Solomon, G., Duffy, S. & Tarabishy, A. (2002). The State of Entrepreneurship Education in the United States: a Nationwide Survey and Analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 1–22.

Trademap. Estadísticas de exportación e importación. Recuperado el 1 de Octubre de 2015, <http://www.trademap.org/>

Villarreal, L. & Landeta, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), 1135-2523.

Yin, R. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

ANEXOS

Presente aquí la información que considere necesaria y que haya sido mencionada en la ponencia. Numere cada uno de ellos.

RESUMEN HOJA DE VIDA

Aura Cecilia Pedraza Avella

Ingeniera Industrial. Universidad Industrial de Santander (UIS), 2001.

Magister en Economía. Universidad de los Andes, 2005.

Doctora en Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia, 2010.

Directora del grupo de investigación Finance and Management de la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, UIS. Experiencia de 6 años como profesora en asignaturas introductorias a la economía y en la cátedra Creación de Empresas.

Paula Patricia Muñoz Vargas

Estudiante de decimo semestre de Ingeniería Industrial de la Universidad Industrial de Santander. Auxiliar administrativa de la Vicerrectoría Académica de la Universidad Industrial de Santander. Año 2015.

Integrante del Semillero de Investigación Finance and Management de la Universidad Industrial de Santander.

Investigadora del proyecto “Evaluación de la Creación de Empresas del IPRED de la Universidad Industrial de Santander” Año 2015.

Diana Rocio Hernández Quintero

Estudiante de decimo semestre de Ingeniería Industrial de la Universidad Industrial de Santander. Practicante de Recursos Humanos TMF Colombia Ltda. Año 2014.

Integrante del Semillero de Investigación Finance and Management de la Universidad Industrial de Santander.

Investigadora del proyecto “Evaluación de la Creación de Empresas del IPRED de la Universidad Industrial de Santander” Año 2015.

ANEXO O. ARTÍCULO DE CARÁCTER PUBLICABLE

Evaluación de la creación de empresas del IPRED de la Universidad Industrial de Santander⁸³

Aura Cecilia Pedraza Avella⁸⁴

Paula Patricia Muñoz Vargas⁸⁵

Diana Rocio Hernández Quintero⁸⁶

Universidad Industrial de Santander

Resumen

Este artículo de investigación muestra la evaluación en creación de empresas de los egresados del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED) de la Universidad Industrial de Santander con el objetivo de brindar información que le permita al IPRED conocer la influencia de los mecanismos de apoyo al emprendimiento ofrecidos. El estudio se realizó de forma descriptiva empleando herramientas cualitativas como cuestionarios y revisión de información institucional. La investigación compila la identificación del programa académico y el perfil socioeconómico del emprendedor, el sector económico al cual pertenece su empresa y los mecanismos de apoyo al emprendimiento recibidos de la universidad. Los resultados sugieren que a pesar de los apoyos al emprendimiento ofrecidos por la universidad, pocos son los estudiantes que han

⁸³ Trabajo de grado desarrollado para optar el título de Ingeniería Industrial de las autoras Paula Muñoz Varrgas y Diana Hernandez Quintero con la tutoría de la profesora Aura Pedraza Avella.

⁸⁴ Doctora en Ciencias Económicas. Profesora de la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, Universidad Industrial de Santander, Colombia. Directora del grupo de investigación Finance & Management. Correo: acecipe@uis.edu.co

⁸⁵Estudiante de Ingeniería industrial, Integrante del Semillero de Investigación Finance & Management. Universidad Industrial de Santander, Colombia. Correo: paulapmvargas@gmail.com

⁸⁶Estudiante de Ingeniería industrial, Integrante del Semillero de Investigación Finance & Management. Universidad Industrial de Santander, Colombia. Correo: diana23hernandez@gmail.com

creado empresa; por tal razón, se concluye que se debe establecer una política institucional de emprendimiento que incentive la cultura empresarial universitaria.

Palabras clave

Emprendimiento, emprendimiento universitario, mecanismos de apoyo, creación de empresas.

Abstract

This research article shows the evaluation of graduates's business creation of the Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED) of the Universidad Industrial de Santander, in order to provide information that allows the IPRED know the influence of the entrepreneurship support mechanisms offered. The study was conducted descriptively using qualitative tools such as interviews, questionnaires and a review of institutional information. The Research compiled the identification of the academic program and the socioeconomic profile of the entrepreneur, the economic sector of their business and the entrepreneurship support's mechanisms received from the university. The results suggest that despite the support to entrepreneurship offered by the university, few students have created ventures; for this reason it is concluded that the University must establish an institutional policy that encourages entrepreneurial culture in students.

Keywords

Entrepreneurship, university entrepreneurship, support's mechanisms, business creation.

1. Introducción

De acuerdo con la ley 1014 de 2006, los establecimientos educativos deben trabajar en el fomento del espíritu emprendedor y creativo con miras al desarrollo de nuevas empresas que contribuyan al crecimiento local, regional y territorial. Para tales efectos, el proceso de formación de los estudiantes debe incorporar técnicas para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa. (Universidad Industrial de Santander)

Además de los beneficios económicos que puedan derivarse del emprendimiento, la formación de profesionales emprendedores contribuye al fortalecimiento del capital social de los países, teniendo en cuenta que los estudiantes emprendedores desarrollan actitudes, habilidades y comportamientos que les permiten progresar en sus carreras profesionales y, al

mismo tiempo, desarrollar las herramientas necesarias para una mejor convivencia e interacción social.

Actualmente, dentro del Plan de Desarrollo de la Universidad Industrial de Santander, se plantea crear y estimular una cultura institucional que promulgue el emprendimiento y la creación de empresas. En consecuencia, el IPRED en su quehacer prevalece la formación integral de personas capaces de pensar y actuar universalmente, con visión futurista, participativa, crítica, dispuesta al emprendimiento y orientada a la construcción colectiva (Universidad Industrial de Santander)

El IPRED de la Universidad Industrial de Santander desarrolla la función de docencia en modalidad a distancia con programas como Tecnología Empresarial y Tecnología Agroindustrial que presentan un enfoque de emprendimiento. El mecanismo de apoyo al emprendimiento que da más visibilidad al IPRED es el Evento Académico y Científico Emprendedores, en el cual los estudiantes de Tecnología Empresarial y Agroindustrial presentan los planes de negocio desarrollados durante la carrera ante la comunidad. El evento promueve en el estudiante el desarrollo de competencias que le permiten identificar y comprender los procesos creativos empresariales, promover la mentalidad emprendedora orientada a la generación de ideas de negocio innovadoras, aplicar los conceptos relacionados con la empresa y vivenciar el rol como agente de cambio empresarial en un contexto globalizado. Adicionalmente, los estudiantes reciben apoyo del programa de emprendimiento UIS Emprende de la Universidad Industrial de Santander el cual cumple una función de extensión.

2. Revisión de literatura

Emprendimiento

Antes de abordar el tema de emprendimiento universitario, se debe realizar una aproximación al término de Emprendimiento. La palabra “emprendimiento” tiene su origen en el término francés entrepreneur. El término "emprendedor" aparece por primera vez en 1755 en el texto titulado "Essai sur la Nature du Commerce en Général" de Richard Cantillon, y concibe al emprendedor como un tomador de riesgo, que compra los productos a precios conocidos y luego los revende en el mercado a un precio desconocido (Rusu, Florin, Radu, & Luiela, 2012). En la definición de Cantillon, el emprendedor es un

intermediario que instiga a una transformación (Centro de Desarrollo Empresarial - CDEE, 2011).

Por su parte, Hirsrich y Peters (1989) (citados en (Misra & Kumar, 2000)) definen el emprendimiento como el proceso de crear algo diferente, con valor, mediante la asignación del tiempo y el esfuerzo necesario, presuponiendo la toma de riesgos financieros, sociales y físicos, y la obtención de recompensas monetarias y satisfacción personal

Emprendimiento Universitario

El sistema educativo es el medio más expedito y eficaz para transmitir, socializar y recrear la cultura, por lo tanto es desde la “escuela”, en sus diferentes niveles, que se puede materializar el propósito transformador, incluyendo dentro de los currículos y planes de estudio la cultura del emprendimiento en el proceso formativo. Lo anterior, con el objetivo de proyectar la generación de oportunidades laborales y la obtención de riqueza, creando oportunidades para que toda la población se encamine hacia el desarrollo humano (Duarte & Ruiz, 2009)

Actualmente las universidades están haciendo esfuerzos deliberados por fomentar el emprendimiento, tratando de facilitar la creación de valor social y económico.

Según el (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN), 2014), la universidad ejerce tres funciones en pro del desarrollo de la cultura emprendedora (ver figura 1): docencia, investigación y extensión.

En la función de docencia se encuentra la forma en que han estructurado las acciones curriculares y extracurriculares para visibilizar, sensibilizar y enseñar el emprendimiento, esto incluye los diferentes modelos pedagógicos en los que está sustentado el tema. En la función de docencia se diseñan y ofrecen cursos, diplomados y posgrados que satisfagan las necesidades empresariales.

La función de investigación corresponde a la generación de nuevo conocimiento relacionada con el emprendimiento. Esta investigación permite conocer cuáles son las preguntas que se han hecho los académicos y de qué forma las han resuelto. En lo relacionado con el emprendimiento y la función de investigación, se financian investigaciones de desarrollo tecnológico y se patentan y comercializan resultados de los diferentes grupos de investigación.

La función de extensión es entendida como la generación, difusión y transferencia de conocimiento a la sociedad. Esta concepción se traduce en múltiples actividades que incluyen consultorías, asesorías, establecimiento de alianzas con las empresas y con entidades gubernamentales, etc.

Figura 12 La organización del emprendimiento en las universidades



Fuente: Elaboración propia basado en Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades –ASCUN. 2014

3. Metodología

Con el fin de evaluar los resultados del IPRED en la creación de empresas, se realizó una encuesta que permitió recolectar la información relacionada con los egresados que crearon empresa y su percepción de los principales mecanismos de apoyo al emprendimiento del IPRED.

Recolección de datos

Población objetivo: Corresponde a los egresados del programa de Tecnología Empresarial, Tecnología Agroindustrial y Tecnología Agropecuaria del IPRED, de la sede de Bucaramanga que se hayan graduado entre los años 2009 – 2014. Siendo un total 1.936 personas.

El tamaño de muestra se calculó a partir de la siguiente fórmula de tamaño de muestra para una población finita:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N : Tamaño total de la población = 1936

Z_{α} : Z (Nivel de confianza de 95%) = 1,96

p : Proporción esperada (0,5) = 0,5

q: 1-p (0,5) = 0,5

e: Precisión de la investigación = 10%

$$n=91,55$$

$$n= 92 \text{ egresados}$$

Se obtuvo una muestra de 92 egresados para el estudio.

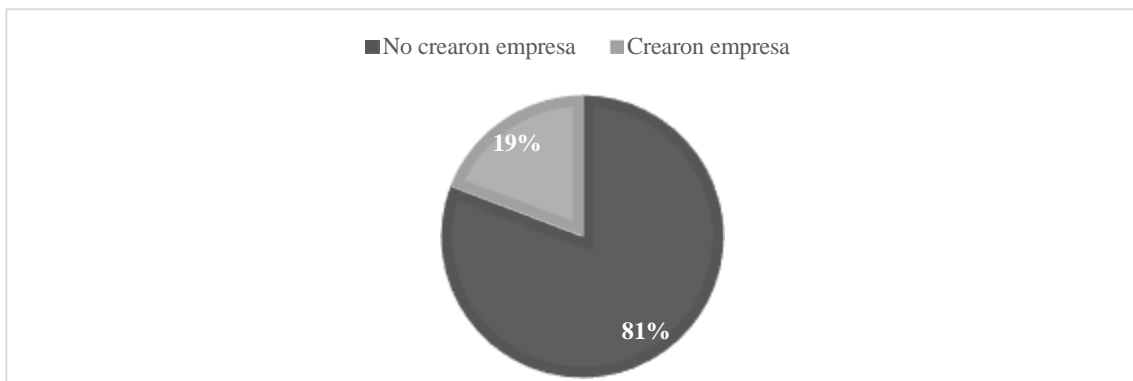
- Muestreo: Considerando el difícil acceso a los egresados, el tipo de muestreo que mejor se ajustó a los requerimientos y dificultades de la investigación es el muestreo por conveniencia. Este tipo de muestreo es una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. Este muestreo es fácil y eficiente, pero los resultados que se obtienen no pueden generalizarse más allá de los individuos que componen la muestra, es decir, no permite ninguna inferencia sobre la población. (Crespo & Salamanca, 2007)
- Aplicación de la encuesta: Se envió la encuesta a los egresados por medio del programa institucional de Egresados UIS de la oficina de Relaciones Exteriores.

- Análisis de resultados: Una vez se dio por terminado el periodo de aplicación de la encuesta, se prosiguió con el análisis de los resultados de cada bloque que conformaba el instrumento, mediante estadística descriptiva.

4. Resultados

El 19% de los egresados encuestados aseguraron haber creado empresa, mientras que un 81% dijo no haber creado empresa. A pesar de ser una porción pequeña, se resalta que es una cifra cercana a los datos arrojados por el GEM donde se muestra que en Colombia tiene una Tasa de Actividad Empresarial (TEA) de 23.7% (GEM, 2014). Los resultados se ilustran en la figura 1.

Figura 1. Egresados que crearon empresa



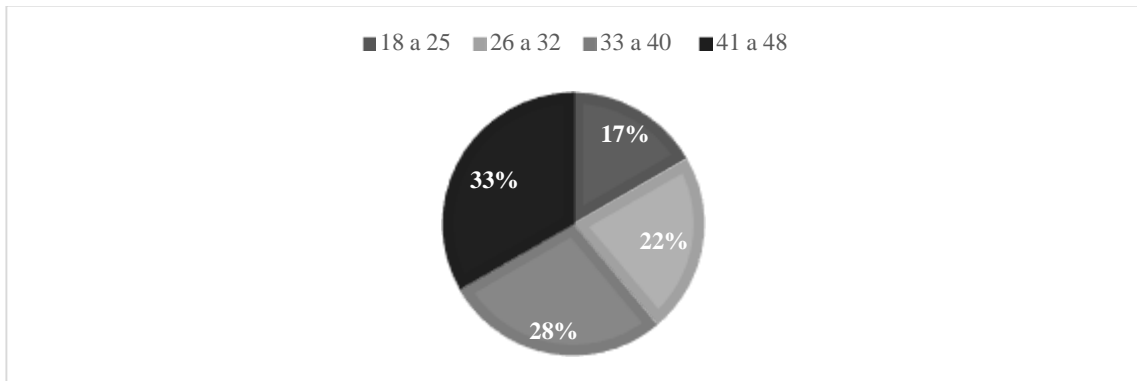
Fuente: Elaboración de las autoras.

Edad

En la figura 2 se observa que el 33% de los emprendedores está en el rango de 41 a 48 años, seguido de un 28% con edades entre 33 y 40 años. Estos resultados se ajustan a los arrojados por GEM Colombia en donde la segunda mayor propensión (50,7%) hacia la creación de empresas corresponde al rango de 35 a 54 años de edad. (GEM, 2014)

Mientras que el 22% de los emprendedores aseguró estar en un rango de edad de 26 a 32 años. En el rango de 18 a 25 años se encuentra la menor cantidad (17%) de encuestados; esta baja propensión a la creación de empresas se puede deber a que los programas del IPRED son de modalidad a distancia y virtual, por tanto la mayoría de estudiantes son personas adultas que se encuentran en el rango de edad de 33 a 40 años que cuentan con empleo.

Figura 2. Edad de los Emprendedores

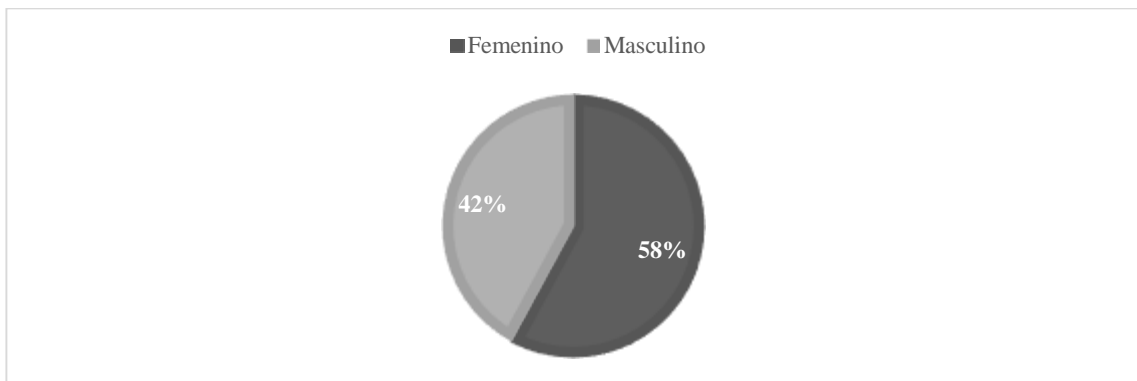


Fuente: Elaboración de las autoras.

Genero

En la figura 3 se puede observar que las mujeres tienden más a crear empresa que los hombres. Lo anterior es contrario a los resultados encontrados por el GEM, visto que el porcentaje de hombres clasificados como empresarios nacientes/nuevos es de 30%, en contraste con el de mujeres que es de 17%. (GEM, 2014). Conviene subrayar que el 59% de los encuestados son mujeres.

Figura 3. Género de los emprendedores

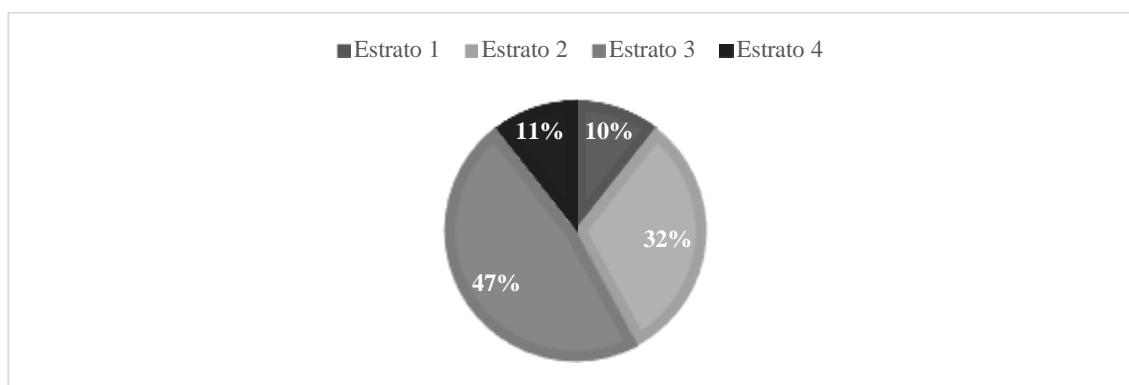


Fuente: Elaboración de las autoras.

Estrato socioeconómico

La encuesta contempló la pregunta sobre estrato socioeconómico de la vivienda del egresado emprendedor con la finalidad de tener indicios sobre su capacidad económica y calidad de vida actual. La mayoría de los emprendedores (47%) aseguró estar viviendo en un sector de estrato 3 que corresponde al grupo de estratos bajos que alberga a los usuarios con menores recursos, los cuales son beneficiarios de subsidios en los servicios públicos domiciliarios (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE, 2015). El 32% de los encuestados habita una vivienda de estrato 2. Tan solo un 11% reside en una vivienda de estrato 4. Cabe resaltar que ninguno de los encuestados ocupa una vivienda de estrato 5 ó 6. Los resultados se ilustran en la figura 4.

Figura 4. Estrato socioeconómico de los emprendedores

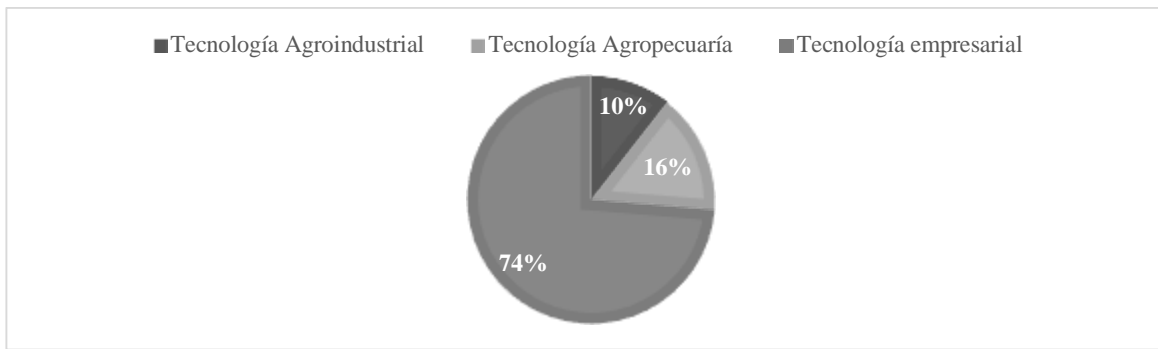


Fuente: Elaboración de las autoras.

Formación Tecnológica recibida en la universidad

En el estudio se quiso determinar cuál es la proporción de egresados con empresa discriminados por programa académico a nivel tecnológico. La figura 5 muestra que el 74% de los emprendedores son Tecnólogos Empresariales, el 16% son Tecnólogos Agropecuarios y el 10% de Tecnólogos Agroindustriales. Con respecto al total de encuestados se halló que el 83% egresaron del programa de Tecnología Empresarial, el 9% de Tecnología Agroindustrial y el 8% de Tecnología Agropecuaria; esto tiene influencia en el porcentaje de egresados que crearon empresa.

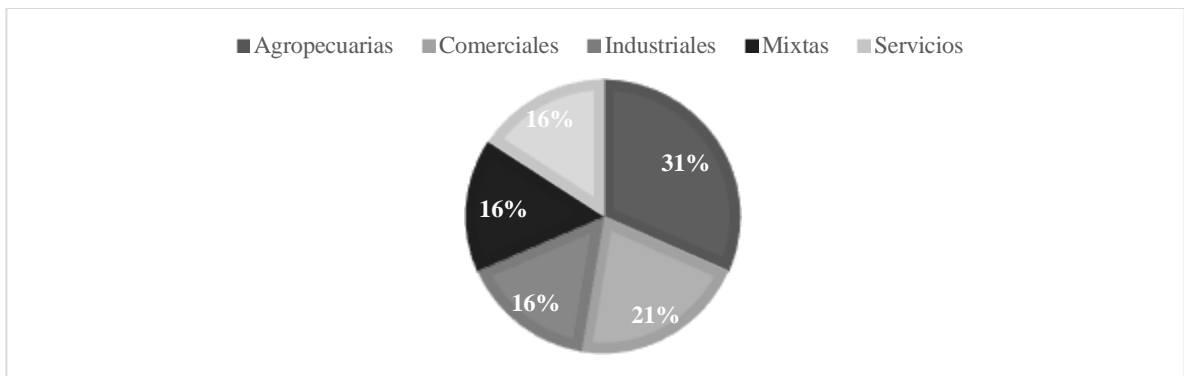
Figura 5. Formación tecnológica recibida



Fuente: Elaboración de las autoras.

Sector Económico

Como se puede observar en la figura 6, el 31% de las empresas creadas pertenecen al sector Agropecuario, en el cual se destacan empresas dedicadas a la agricultura. El 21% de las empresas hacen parte del sector comercio, en las que se destacan empresas comercializadoras de café y de accesorios para mujer. Por otro lado, el 48% restante de las empresas creadas pertenecen al sector industrial, de servicios y mixtos, en igual proporción, *Figura 6. Sector económico de las empresas creadas*

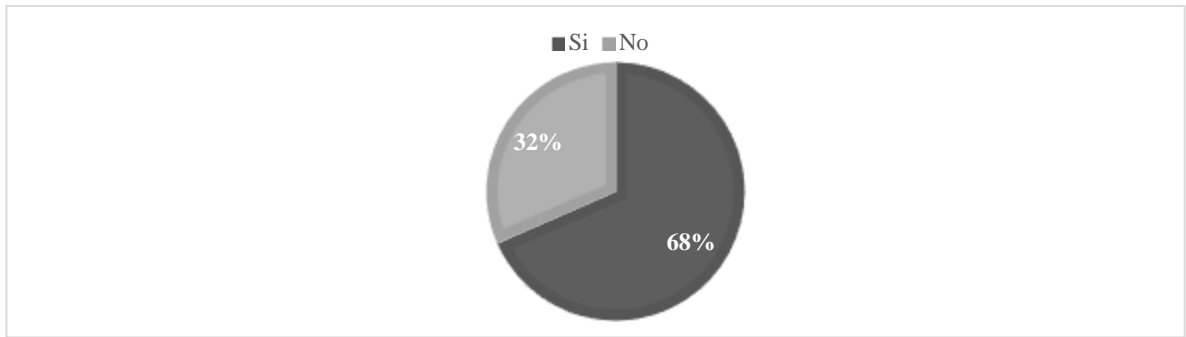


Fuente: Elaboración de las autoras.

¿Su Empresa se encuentra activa?

Los resultados muestran (véase figura 7) que cerca del 70% de las empresas creadas por los egresados están activas, y solo el 32% de las empresas creadas han cerrado. El 39% de las empresas activas aseguran estar funcionando desde hace 1 a 2 años y el 33% de las empresas cerradas operaron por más de 4 años.

Figura 7. Empresas activas y no activas

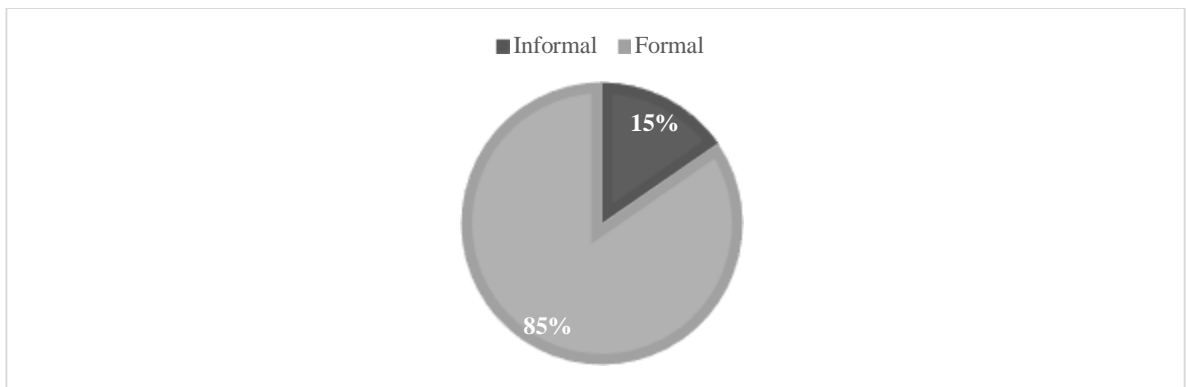


Fuente: Elaboración de las autoras.

Formal

De las empresas activas el 85% son formales y el 15% no son formales (véase figura 8). El alto porcentaje de empresas formales puede deberse a la ley de formalización y primer empleo aprobada en el 2010, la cual introdujo beneficios para pequeñas empresas que sean constituidas a partir de su promulgación, disminuyendo los costos laborales durante los primeros 4 años de vida (Tissot & Olano, 2011).

Figura 8. Empresas activas formales e informales

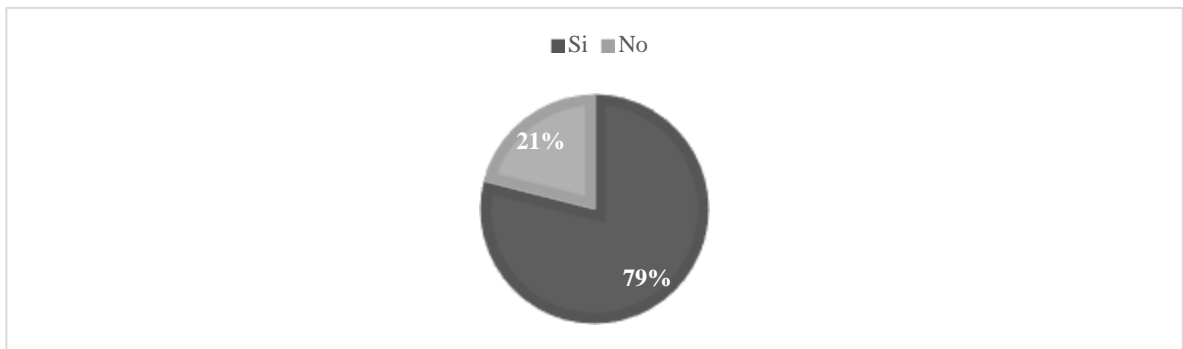


Fuente: Elaboración de las autoras.

Evento Emprendedores

El 79% de los emprendedores afirmó haber asistido al Evento Emprendedores, mientras que un 21% dijo no haber asistido al evento (véase figura 9). Se infiere que la participación en el Evento Emprendedores influyó en la creación de empresas.

Figura 9. Participación de los emprendedores en el Evento Emprendedores

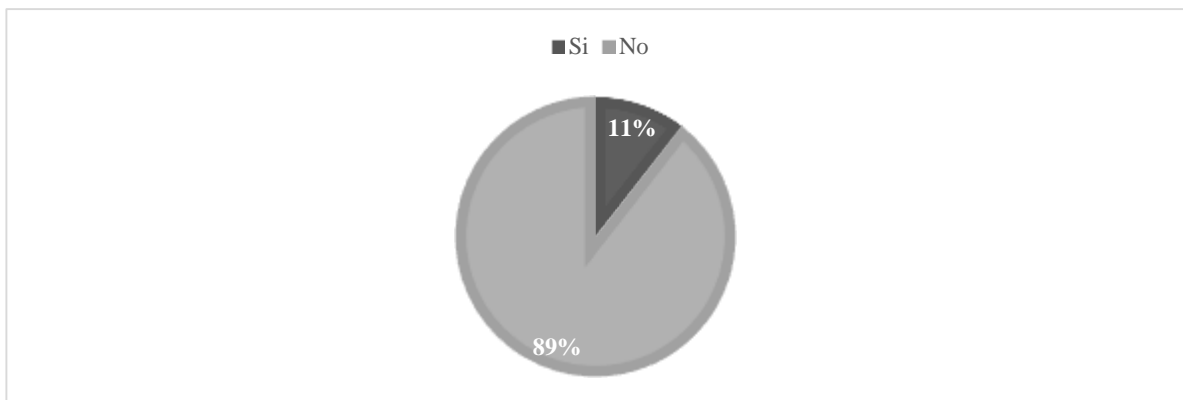


Fuente: Elaboración de las autoras.

Programa de emprendimiento UIS Emprende

El estudio indagó la participación de los emprendedores en el programa de emprendimiento UIS Emprende y se obtuvo que solo el 2% de los emprendedores recibió apoyo del programa (véase figura 10). Se infiere que la baja participación se debe a que los estudiantes no saben de la existencia del programa.

Figura 10. Participación de los emprendedores en UIS Emprende

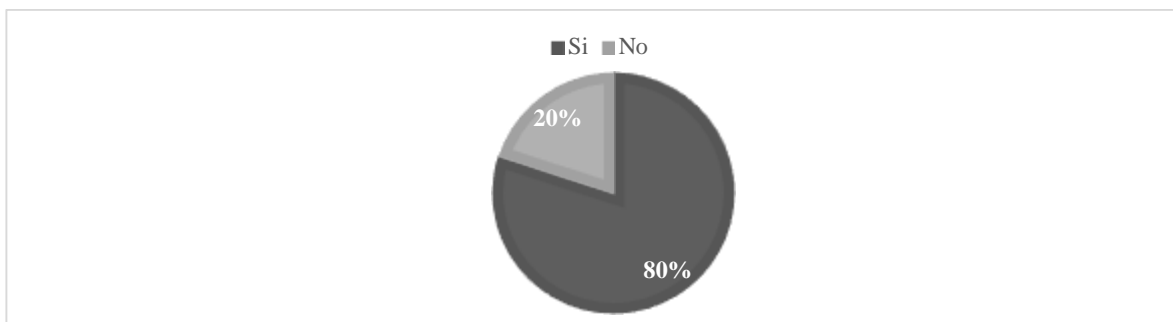


Fuente: Elaboración de las autoras.

Asignaturas de emprendimiento cursadas

La figura 11 evidencia que el 80% de los emprendedores respondió haber cursado una asignatura de creación de empresas o emprendimiento. Tan solo un 20% respondió no haber cursado tales asignaturas.

Figura 11. Egresados que cursaron asignaturas de emprendimiento



Fuente: Elaboración de las autoras.

5. Conclusiones

En primer lugar, la investigación muestra que aunque el número de egresados que crearon empresa parezca desalentador, algunos de ellos optaron por crear su propia empresa; por lo tanto la universidad debe focalizar sus esfuerzos en el establecimiento de políticas de emprendimiento efectivas y lo suficientemente robustas que propendan por la formación de estudiantes con mentes emprendedoras que resuelvan optar por la generación de empresas exitosas que contribuyan al bienestar social y económico del país.

Por otro lado se pudo observar que la mayoría de empresas fueron creadas por mujeres; esto contradice estudios realizados por el GEM, que indican que la mayor tasa de creación de empresas en Colombia corresponde al género masculino.

En cuanto a la formalidad de las empresas creadas el estudio muestra que la mayoría de empresas son formales, lo que demuestra que los emprendedores aprovechan las ventajas ofrecidas por la ley de formalidad y primer empleo promulgada por el Ministerio de Trabajo de Colombia.

Respecto al sector que predomina en las empresas, la investigación muestra que la mayoría pertenece al sector agropecuario; y de las empresas creadas el 68% se encuentran activas.

El estudio muestra que la mayoría de emprendedores participaron en el Evento Emprendedores, lo que demuestra en cierta forma la efectividad de este mecanismo de apoyo. No obstante, gran parte de los emprendedores no tuvieron apoyo del programa de emprendimiento institucional UIS Emprende, lo que indica la falta de promulgación del programa a los estudiantes de educación a distancia.

A pesar que los programas tecnológicos tienen en su currículo materias enfocadas al emprendimiento, algunos emprendedores consideran que no tomaron asignaturas de

emprendimiento en su plan de estudios, por tal razón se concluye que no todos los emprendedores opinan que el currículo académico tiene un enfoque de emprendimiento.

Referencias

- Centro de Desarrollo Empresarial - CDEE. (2011). *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial* (Vol. 1). Universidad ICESI.
- Crespo, M. C., & Salamanca, A. B. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. *Nure Investigación*(27).
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE. (2015). *Preguntas Frecuentes de Estratificación*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2015, de https://www.dane.gov.co/files/geoestadistica/Preguntas_frecuentes_estratificacion.pdf
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 15(43), 326-331.
- GEM. (2014). *Dinamica Empresarial Colombiana*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2015, de GEM Colombia: <http://gemcolombia.org/publications/730-2/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN). (Mayo de 2014). Estado del arte sobre emprendimiento universitario. Bogotá, Colombia. Obtenido de www.mincit.gov.co/minindustria/descargar.php?id=71364
- Misra, S., & Kumar, S. (2000). Resourcefulness: A Proximal Conceptualisation of Entrepreneurial Behaviour. *The Journal of Entrepreneurship*, 9(2), 135-154.
- Rusu, S., Florin, I. s., Radu, C., & Luiela, C. (2012). Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts. *African Journal of Business Management*, 6(10), 3570-3575.
- Tissot, V., & Olano, M. F. (25 de Enero de 2011). Impacto de la ley de primer empleo. *Portafolio*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/impacto-la-ley-primer-empleo>

Universidad Industrial de Santander. (s.f.). *IPRED*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2015, de <http://ead.uis.edu.co/judicialycriminalistica/index.php/quienes-somos/visionymisionipred>

Universidad Industrial de Santander. (s.f.). *Programa de Emprendimiento UIS Emprende*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2015, de <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/documentos/UISEmprende.pdf>