UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

ACUERDO N° 085 DE 2021
(09 de noviembre de 2021 **)**

Por el cual se aprueba la creación de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, como una Unidad de Gestión del Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión – MIPSE.

El CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA, en uso de sus facultades legales y en especial de las conferidas por los Acuerdos 011 del 10 de abril de 2000, expedido por el Consejo Superior Universitario y 80 del 21 de octubre de 2015 expedido por el Consejo Académico,

CONSIDERANDO:

Que el Artículo 69 de la Constitución Política de Colombia concordante con la Ley 30 de 1992, consagra en su Artículo 28 la autonomía universitaria y reconoce a las Universidades el derecho a darse y modificar sus estatutos, designar sus autoridades, crear, organizar, desarrollar sus Programas Académicos, definir sus labores formativas, docentes, científicas, culturales, determinando como objetivos de la Educación Superior y de sus instituciones el profundizar en la formación integral de los colombianos, dentro de las opciones y calidades de educación, capacitándolos para cumplir las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que requiere el país.

Que la Ley 30 de 1992, artículo 6 establece como uno de los objetivos de la educación superior *"trabajar por la creación, el desarrollo, y la transmisión del conocimiento de todas sus formas y expresiones y promover su utilización en todos sus campos para solucionar las necesidades del país"* y en su artículo 29 determina la autonomía de las instituciones universitarias en el literal d) para definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión.

Que mediante Acuerdo No. 007 del 16 de febrero de 2001 del Consejo Académico, se reglamentó la práctica comercial empresarial en el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Unicolmayor en donde se establecen las funciones generales y los escenarios de práctica, enfocados a la articulación de la universidad, empresa y sociedad y en consecuencia en el Acuerdo No. 045 del 28 de agosto de 2007 del Consejo Académico, se aprobó la creación y organización del Consultorio Empresarial, en el cual se reglamentan las funciones orientadas al fortalecimiento de la comunidad emprendedora.

Que mediante el Acuerdo 017 del 24 de julio de 2019 del Consejo Superior Universitario, se aprobó la Política y el Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión – MIPSE, el cual incluye como una de las Unidades de Gestión del Eje estratégico Economía, la Unidad de Emprendimiento de la Universidad y se plantean los mecanismos de articulación de las funciones misionales desde la proyección social y extensión.

Que mediante Acuerdo No. 029 del 9 de octubre de 2019, el Consejo Superior Universitario aprobó el Direccionamiento Estratégico de Unicolmayor, como marco conceptual y de

referencia para la formulación del Plan de Desarrollo Institucional 2020-2025, a partir de la actualización de la Misión, Visión y principios y, en consecuencia, mediante Acuerdo No. 004 del 4 de mayo de 2020, el Consejo Superior Universitario aprobó el Plan de Desarrollo Institucional y el Plan Plurianual de Inversiones 2020-2025 de la Unicolmayor, en el cual se establece como tercer eje estratégico *"Articular la Proyección Social – Extensión con la docencia e investigación, a partir de la permanente interacción con el Estado, la comunidad, el sector productivo"*

Que mediante Acuerdo No. 022 del 5 de mayo de 2020, el Consejo Académico aprobó la actualización del Modelo Pedagógico Institucional MOPEI, el cual establece como una de las Competencias transversales el Emprendimiento innovador para generar soluciones innovadoras en entornos cambiantes, que creen valor e impacten positivamente en la sociedad.

Que la creación de la Unidad de Emprendimiento ha sido resultado de años de trabajo con la comunidad en la capacitación y generación de oportunidades para el emprendimiento que tiene como referentes la Resolución 70-1 de 2015 de la Asamblea General de las Naciones Unidas y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible–ODS; el documento CONPES 3918 de 2018; el Documento CONPES 4011 de 2020 y la normativa nacional para incentivar la creación y el desarrollo del emprendimiento en Colombia entre ellas: Ley 1014 de 2006, Ley 1838 de 2017 y Ley 2069 de 2020, en articulación con la normativa institucional como el Plan de Desarrollo Institucional 2020 – 2025 adoptado mediante Acuerdo No. 04 del 7 de mayo de 2020, el Modelo Pedagógico Institucional-MOPEI, la actualización del Proyecto Educativo Institucional PEI y la normatividad congruente con las tendencias nacionales e internacionales sobre emprendimiento y sostenibilidad.

Que de acuerdo con las políticas y demandas educativas globales y nacionales vigentes relacionadas con la búsqueda de la excelencia y la calidad de la educación superior, en especial la Declaración mundial sobre la educación superior en el Siglo XXI de la UNESCO, el Acuerdo por lo Superior 2034 del CESU, Plan Nacional Decenal de Educación 2016 – 2027, el Decreto 1330 de 2019 del MEN, Acuerdo 02 de 2020 del CESU, la normatividad y los procesos de autoevaluación Institucional en Unicolmayor, es necesario avanzar en la formulación de proyectos que promuevan el emprendimiento como eje dinamizador entre la universidad y el entorno, característica de la alta calidad de las instituciones.

Que en el marco del Plan Rectoral de la Dra. María Ruth Martínez Hernández, en el quinto eje estratégico se prevé el fortalecimiento de la *"innovación, extensión y la proyección social" a través de diversas estrategias que permiten el fomento de "las relaciones con la sociedad, el sector productivo y el gobierno".*

Que el Consejo de Facultad de Administración y Economía, según acta No. 08 del 22 de abril de 2021 dio concepto favorable al proyecto de Acuerdo de la Unidad de Emprendimiento, como unidad de gestión del Modelo Institucional de Proyección Social MIPSE.

Que el Consejo Académico en sesión del 9 de noviembre de noviembre de 2021, analizó de manera integral la propuesta de acuerdo para la creación de la Unidad de Emprendimiento.

En consecuencia, el Consejo Académico

ACUERDA:

ARTÍCULO PRIMERO. APROBAR LA CREACIÓN de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, como una Unidad de Gestión del Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión – MIPSE. El documento técnico hace parte integral del presente acto administrativo.

ARTÍCULO SEGUNDO. La Unidad de Emprendimiento es la responsable de proponer el diseño y la ejecución la política de emprendimiento, innovación y desarrollo para el fortalecimiento de la comunidad emprendedora desde la Universidad hacia estudiantes y egresados de todos los programas académicos, así como de funcionarios de la universidad, emprendedores y empresarios de la comunidad en general.

ARTÍCULO TERCERO. PROPÓSITO GENERAL. Fortalecer el ecosistema emprendedor a través de las iniciativas de nuevas empresas para convertirlas en unidades productivas formales que promuevan el desarrollo económico o de la aplicación de planes de mejoramiento que impliquen el ejercicio de las capacidades para materializar proyectos sostenibles en el mediano y largo plazo de las empresas existentes. La Unidad de Emprendimiento utilizará estrategias de sensibilización, capacitación, pre-incubación, acompañamiento en todas las fases, fomento de las iniciativas, articulación con los sistemas de financiamiento y ecosistemas de inversión de acuerdo con la normatividad vigente.

ARTÍCULO CUARTO. FUNCIONES.

- Realizar actividades de sensibilización con la comunidad sobre la importancia del emprendimiento, la innovación, la asociatividad y el desarrollo tecnológico e innovación como factores de bienestar social y crecimiento económico.
- Ejecutar programas de capacitación en materia de emprendimiento e innovación dirigidos a fomentar la cultura del emprendimiento en la comunidad.
- Generar espacios de participación que permitan a la comunidad de futuros empresarios, presentar sus capacidades innovadoras y creativas articulándose con el sector productivo y organizaciones que fomenten y apoyen el emprendimiento.
- Desarrollar programas de emprendimiento a través de actividades de formación y asesoría, orientadas a mejorar las competencias para la creación de empresas basadas en el conocimiento, el desarrollo tecnológico y la innovación.
- Dinamizar el desarrollo y articulación de actividades académicas, investigativas y de extensión para la creación de emprendimientos y fortalecimiento de las empresas.
- Realizar alianzas estratégicas que coadyuven en el desarrollo de los objetivos de la Unidad de emprendimiento, en los ámbitos nacional e internacional.
- Planear las actividades de gestión, educación e investigación de cada vigencia fiscal.
- Presentar el presupuesto para la realización de actividades de la Unidad de Emprendimiento en cada vigencia fiscal, conforme a procedimiento institucional.
- Establecer los lineamientos, criterios de evaluación, herramientas, metodologías y demás aspectos relacionados con las convocatorias de la Unidad de Emprendimiento.

- Establecer los procesos, procedimientos, roles y actividades de la estructura funcional de la Unidad de Emprendimiento.
- Gestionar las propuestas presentadas por los solicitantes interesados en el acompañamiento de sus iniciativas de emprendimiento.
- Articular las actividades de la Unidad de Emprendimiento con otras Unidades de Gestión o de Apoyo del MIPSE, con otras dependencias de la Universidad o con otras organizaciones del sector externo.
- Articular el funcionamiento de los emprendimientos que resulten en fuentes de financiación para la Universidad.
- Rendir informes periódicos al Consejo de Facultad, a la Oficina de Proyección Social y demás instancias de la Universidad que lo requieran.
- Las demás contempladas en los acuerdos de prácticas académicas y empresariales de la universidad e inherentes al logro del propósito general de este acuerdo que considere el órgano de dirección.

ARTÍCULO QUINTO. ARTICULACIÓN DE LA UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO. Para articular las funciones misionales de la Universidad, la Unidad de Emprendimiento acogerá las mencionadas en las prácticas académicas de los programas de la universidad, así como en la normatividad existente para el cumplimiento de los propósitos institucionales; además, se enfocarán en los siguientes ámbitos de operación:

a. **LA GESTIÓN:** Se refiere a la operación habitual de la Unidad en el desarrollo de sus actividades cotidianas con programas y proyectos con la comunidad.
b. **LA EDUCACIÓN:** La Unidad diseña y ejecuta eventos de capacitación en forma de talleres, cursos, seminarios, foros, conversatorios, conferencias o diplomados y/o eventos afines.
c. **LA INVESTIGACIÓN:** Los integrantes de la Unidad, bien sean docentes, estudiantes o egresados en cooperación con el sector externo puedan trabajar la investigación desde dos aspectos: el primero es identificando necesidades del entorno que requieren ser solucionadas y para ello presentar proyectos de investigación en las convocatorias internas o externas emitidos por entidades del orden distrital, departamental o nacional, con el acompañamiento de la Oficina de Investigaciones de la Universidad. El segundo aspecto surge a partir de proyectos de investigación relacionados con el objetivo general de la Unidad, cuyos productos o servicios se puedan convertir en acciones reales en el entorno, bien sea en forma de educación, gestión o unidades productivas formales.

PARÁGRAFO 1. Si alguna de las actividades desarrolladas por la Unidad de Emprendimiento se configura en una venta de servicios, se procederá conforme a la normatividad vigente en esa materia.

ARTÍCULO SEXTO. ESTRUCTURA. La unidad de emprendimiento tendrá una estructura conforme a las necesidades y dinámicas del entorno; se conformará a través de la articulación de áreas de gestión y/o de apoyo, orientadas al fomento de la cultura emprendedora, la gestión de eventos empresariales, el estudio metodológico para determinar la viabilidad, el acompañamiento de proyectos de emprendimiento y/o de planes de mejoramiento, comunicaciones y alianzas estratégicas, entre otras áreas funcionales. A la Unidad de Emprendimiento pueden pertenecer directivos, personal administrativo, docentes, estudiantes

y egresados de cualquier programa académico de la Universidad y hará parte de las prácticas profesionales o académicas de los estudiantes. También podrá articularse con Programas Académicos, Facultades o Dependencias de la Universidad, así como con personas naturales o jurídicas del sector externo para el desarrollo de programas o proyectos conjuntos en el marco de la normatividad institucional vigente.

ARTÍCULO SÉPTIMO. ÓRGANO DE DIRECCIÓN. La gestión integral de la Unidad de Emprendimiento estará a cargo del Programa de Administración de Empresas Comerciales de la Facultad de Administración y Economía en articulación con la Oficina de Proyección Social, sin perjuicio de los trámites y autorizaciones que se deban surtir ante las diferentes autoridades administrativas.

ARTÍCULO OCTAVO. COORDINACIÓN DE LA UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO. La Unidad de Emprendimiento contará con un Coordinador, quien será un docente con dedicación de tiempo completo de la Universidad, con experiencia previa en trabajo con comunidades, procesos de emprendimiento, innovación y desarrollo de las empresas; tendrá las siguientes funciones:

- Proponer las actividades de gestión, educación e investigación asociadas a la función de proyección social de cada vigencia fiscal.
- Presentar el presupuesto para la realización de actividades de la Unidad de Emprendimiento y demás actividades originadas del ejercicio misional, conforme a los parámetros y procedimientos institucionales.
- Aplicar los lineamientos, criterios de evaluación, herramientas, metodologías y demás aspectos relacionados con las convocatorias de la Unidad de Emprendimiento.
- Aplicar los procesos, procedimientos y actividades de la Unidad de Emprendimiento.
- Recepcionar las propuestas presentadas por los solicitantes interesados en el acompañamiento de sus iniciativas de emprendimiento.
- Asignar las propuestas recibidas a los diferentes integrantes del equipo de asesores de la Unidad de emprendimiento.
- Administrar y mantener actualizada la información relacionada con los ámbitos de gestión, educación e investigación en los que participe la Unidad de Emprendimiento.
- Coordinar las actividades de la Unidad de Emprendimiento con otras Unidades de Gestión o de Apoyo del MIPSE, con otras dependencias de la Universidad o con otras organizaciones del sector externo.
- Presentar informes de gestión periódicos y extraordinarios relacionados con todas las actividades de la Unidad.
- Las demás inherentes al logro del propósito general de este acuerdo.

ARTÍCULO NOVENO. – REGLAMENTACIÓN, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS: Todos los lineamientos generales, específicos, procedimientos, guías, registros, formatos y en general toda la documentación relacionada con la operación de la Unidad, será aprobada por el Consejo de Facultad, previa presentación del Coordinador ante el Comité de Currículo del Programa de Administración de Empresas Comerciales. Se procederá conforme a lo establecido en el Sistema de Gestión de Calidad y el Sistema de Gestión Documental sobre la materia.

PARÁGRAFO TRANSITORIO: Los efectos del presente Acuerdo se aplicarán para los proyectos o eventos que sean aprobados con fecha posterior a la promulgación del mismo, una vez se hayan establecido los procedimientos administrativos necesarios para la correcta ejecución del presente Acuerdo, por lo tanto, se autoriza a la Rectoría para expedir los actos administrativos necesarios o ante las instancias de aprobación necesarias en el proceso y en el marco de la normatividad institucional vigente.

ARTÍCULO DÉCIMO. Los aspectos no contemplados en este Acuerdo serán resueltos por el Consejo de Facultad, previa gestión del coordinador de la Unidad de Emprendimiento y del comité de currículo del programa de Administración de Empresas Comerciales y según corresponde a través del órgano de dirección contemplado en el artículo séptimo.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO. El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Expedida en Bogotá D.C., a los 09 de noviembre de 2021

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO,

MARÍA RUTH HERNANDEZ MARTÍNEZ

LA SECRETARIA DEL CONSEJO,

SANDRA YULIET MONCADA CASANOVA

Proyectó:	Carlos Ariel Alzate Orozco Decano Facultad Administración y Economía	
Revisó:	Ana Judith Otálvaro López Jefe Oficina de Proyección Social	
	Ana Isabel Mora Bautista Vicerrectora Académica	
	Myriam Sepúlveda López Vicerrectora Administrativa (e)	Myriam Sepúlveda L
	Doris Astrid González López Decana Facultad Ciencias Sociales	
	Julio César Orjuela Peña Decano Facultad de Ingeniería y Arquitectura	
	Sandra Mónica Estupiñán Torres Decana (e) Facultad de Ciencias de la Salud	
	Over Humberto Serrano Suárez Decano Facultad de Derecho	
	Carlos Eduardo Ortiz Rojas Jefe Oficina Jurídica	

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

DOCUMENTO TÉCNICO

UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

AÑO: 2021

Tabla de Contenido

1. Unidad de Emprendimiento 3

1.1 Contextualización 3

2. Justificación 5

2.1. Internacional 5

2.2. Ibero - Latinoamérica 6

2.3. Colombia 8

3. Consideraciones Legales 10

3.1 Considerandos propuestos para el acuerdo 12

4. Gestión de Emprendimiento e Innovación 15

4.1. Líneas de innovación 15

4.2. Emprendimiento en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca 18

5. Objetivos de la Unidad de Emprendimiento 21

5.1. *Objetivo General:* 21

5.2. *Objetivos Específicos:* 22

6. Estructura y Funciones de la Unidad De Emprendimiento en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca 24

6.1. Funciones generales de la unidad de emprendimiento 24

6.2. Estructura y funciones por área 24

7. Plan de Transición y Puesta en Marcha de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca 29

7.1. Transición y Puesta en Marcha del Área de Gestión Consultorio Empresarial 29

7.2. Propuesta Para el Escenario de Empresa Actual 31

7.3. Transición y Puesta en Marcha del Área de Gestión Para Los Eventos Empresariales 32

7.4. Transición y Puesta en Marcha del Área de Gestión de Comunicaciones y Alianzas 32

7.5. Transición y Puesta en Marcha del Área de Gestión de Proyectos 33

7.6. Propuesta de Transición y Puesta en Marcha de la Unidad de Emprendimiento 34

8. Resultados 36

9. Comparativo Universidades 38

10. Referencias 40

1. Unidad de Emprendimiento

1.1 Contextualización

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca es una Institución de Educación Superior con carácter de Universidad Pública, pluralista y autónoma del orden nacional cuyo quehacer educativo se enmarca dentro de la ética social, la vocación de servicio y el desarrollo de saberes disciplinares e interdisciplinares; desde su misión reconoce y valora prácticas docentes y procesos investigativos dialógicos en permanente relación con las exigencias de la sociedad, los avances del conocimiento y la formación de profesionales en un ambiente de inclusión, gestión transparente, sana convivencia, atención eficiente a los requerimientos del contexto externo para dar respuesta a las problemáticas sociales y económicas de las comunidades locales, regionales y nacionales.

Su misión apunta a brindar educación integral dentro de una perspectiva humanista impulsando los valores humanos y ciudadanos como formadora de individuos responsables, críticos y comprometidos con el desarrollo socio-cultural y el cuidado del medio ambiente. Su origen se remonta al año de 1945 como Colegio Mayor de Cultura Femenina de Cundinamarca, siendo pionera en la inclusión y educación integral de las mujeres colombianas. Reconocida como Universidad con la Resolución 828 de 1996 emitida por el Ministerio de Educación Nacional. Cuenta con 18 programas académicos en los distintos niveles de educación (tecnológico, profesional, especialización y maestría), sumado a lo anterior, La Universidad estableció desde hace más de 30 años el Centro de cursos de extensión, el cual brinda educación no formal a toda la comunidad en temas como las artes manuales, gastronomía, pintura, confección textil, emprendimiento entre muchas otras.

Por ser entidad pública la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se encuentra vigilada por el Ministerio de Educación Nacional, La Contraloría General de la República, La Procuraduría General de la Nación y todas las entidades que velan y supervisan la gestión de las Entidades del Estado. Además, cuenta con Certificación de Calidad ISO 9001 y con el Aval del Ministerio de Educación Nacional para ofertar el 100 % de sus programas académicos, eventos de Educación continuada y proyectos en cumplimiento de su misión.

La Universidad ha suscrito más de 200 convenios de cooperación interinstitucional con entidades del estado del orden nacional, departamental, municipal y local y con personas jurídicas de carácter privado, así como con otras Instituciones de educación superior, al tiempo, mantiene relación comercial permanente mediante carta de compromiso con entidades como: El Fondo de la personería de Bogotá, La Asociación de acción social del ejército Nacional, El Banco Av Villas, El Banco Popular,

La Cooperativa del acueducto de Bogotá, La Cooperativa del Magisterio, Cooperativa de empleados del banco popular, Fundación Carlos Valencilla y la Asociación Tejido Humano.

El Sistema de Innovación Educativa apoyada en TIC - SIETIC es la Unidad responsable de incorporar la metodología virtual en los procesos de enseñanza-aprendizaje, el cual se encarga de brindar asesoría, soporte y apoyo. Este proyecto se inició en 2012 y está compuesto por un equipo de ingenieros expertos en administración de plataformas de e-learning, diseñadores gráficos y constructores de contenidos, quiénes liderados por un jefe de unidad, se encargan de gerenciar la política tecnológica de divulgación de conocimiento y la Plataforma virtual de aprendizaje basada en el sistema Moodle versión vigente. Para la Universidad, La metodología virtual se caracteriza por el uso de las TIC en la mediación comunicativa, el cual permite el desarrollo de la educación virtual. Este proceso facilita la interacción entre docentes- estudiantes, estudiantes- contenidos y estudiantes- estudiantes permitiendo la orientación del proceso de aprendizaje y la construcción del conocimiento en proyectos especiales.

2. Justificación

Desde lo académico, la Universidad fomenta las iniciativas de emprendimiento de manera transversal en todos los programas académicos; para ello se oferta la electiva de complementación EMPRENDIMIENTO desde el programa de ciencias básicas, la cual está disponible para todos los estudiantes de la Universidad. De igual manera, a lo largo de la carrera de Administración de Empresas Comerciales de la Facultad de Administración y Economía, los estudiantes fortalecen sus competencias en las áreas: administrativa, comercial y financiera de tal manera que tienen las capacidades para liderar y emprender.

De igual manera, el programa ha venido trabajando desde el escenario de práctica del Consultorio Empresarial; un espacio que ha permitido desarrollar en los estudiantes de noveno y décimo semestre, capacidades, habilidades y destrezas de gestión empresarial para acompañamiento de los emprendedores, así como consolidar métodos de capacitación para su desarrollo, convirtiéndose en centros de apoyo para las distintas comunidades donde se ubican estos centros de intervención social (CIS).

Sin embargo, la gestión adelantada, ha permitido identificar otras necesidades de estos emprendedores y de estas localidades que deben fortalecerse a través de alianzas y convenidos con el sector público y privado. Se pretende entonces, construir un sólido soporte de emprendimiento, creatividad e innovación, para que desde la educación superior colombiana se pueda contribuir a la creación de empresas con mayores posibilidades de sostenimiento en el tiempo, mejores herramientas de gestión, acceso a I + D + i, y más posibilidades de contribuir en la disminución de los índices de desempleo.

Diferentes entes de gobierno y de alianza internacional coinciden en que el emprendimiento es un mecanismo de desarrollo económico para las regiones, es por ello que a continuación se mencionan algunas concepciones relevantes sobre la importancia del emprendimiento en la economía desde el campo internacional, tomando aspectos de Ibero y Latinoamérica, Colombia y por último en Unicolmayor.

2.1. Internacional

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) define a los emprendedores como “aquellas personas (dueñas de un negocio) que buscan generar valor a partir de la creación o expansión de una actividad económica, a través de la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados” (OCDE, 2008) y que hace relación al concepto de teoría económica planteado por Schumpeter sobre la importancia vital del emprendedor en los negocios, para

estimular la inversión y la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad, pues según el autor, dependiendo de la manera en que se puedan superar los retos financieros y demás por parte de los emprendedores, pueden causar o no inestabilidad en los mercados. (Shumpeter, 1942).

Más reciente, otro autor que define emprendimiento es Peter Drucker (1985, 25-26), "aquel empresario que es innovador y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y que lo lleva a cabo un emprendedor"; según Drucker, "ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta" y una persona capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador.

En la literatura de los modelos de crecimiento económico, aparece relación con el emprendimiento y la innovación, es así como Baumol (2002) se refiere al emprendedor como el principal factor "milagro de crecimiento del capitalismo" aunque previamente (1990) lo relaciona con la teoría de Shumpeter desarrollando el concepto de emprendimiento productivo e improductivo; pues pese a los estudios, faltan mayores esfuerzos tanto a nivel de gobierno como del sector educativo que logren la motivación para que el emprendimiento se consolide como un mecanismo de alto impacto en el desarrollo y competitividad.

De conformidad con la relación del emprendimiento y el crecimiento económico; según OCDE (2004), sus países miembros muestran que los que tienen mayores tasas de creación de empresas son aquellos con mayor crecimiento económico; pese a eso, también indica la OCDE (2005) que los países con niveles de ingresos más bajos desarrollan una mayor actividad emprendedora que los países con rentas altas, al igual que los países más ricos. Citado por Zamora-Boza, C. (2017).

2.2. Ibero - Latinoamérica

En su artículo Universidad y Emprendimiento, los autores Alvarado y Rivera (2011) citan la definición de emprendimiento de (Burnett, 2000, Formichella, 2004 y Pereira, 2007) como: "El término es de origen francés y, en un sentido económico fue usado, por primera vez, en el siglo XVIII por Richard Cantillon para describir al agente que asume riesgos en el mercado para combinar factores productivos y ofrecer un nuevo producto"; sin embargo, hoy en día se pretende ampliar el curso del emprendimiento para que se conciba como una estrategia de crecimiento y desarrollo económico, pues se ha visto que las autoridades de las regiones, en los diversos niveles, promueven iniciativas para impulsar el desarrollo del emprendimiento empresarial, y en especial, el que conduce a la creación de Pymes, ya que se considera que desempeñan un papel relevante en la generación de empleo, el desarrollo socio-económico local y la dinamización de las cadenas productivas (Cardona et al., 2008).

Consecuente con lo anterior, se encuentra el concepto planteado por Zamora-Boza (2017), “Los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, permiten incrementos de productividad y generan la mayor parte del empleo. Entonces, se genera más y mejor empleo que contribuye al incremento del valor agregado de la economía”.

El emprendimiento es una característica estructural de las economías latinoamericanas, en parte, como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrenta la región y que a través del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos. Según reporte de la Corporación Andina de Fomento, (CAF,2013), en América Latina, el 28.7% de la población económicamente activa es autoempleada, el 54.8% es asalariada y el 4% es empleadora.

Particularmente, el 19% de los jóvenes latinoamericanos se encuentra dentro de un empleo informal, mientras que el 20% no estudia ni trabaja (OCDE/CEPAL/CAF, 2016). Bajo este panorama, el emprendimiento tiene un papel clave en el desarrollo del autoempleado. Un independiente creativo que cuente con las motivaciones, capacidades e instrumentos necesarios pasa de autoempleado a emprendedor y desempeña actividades productivas de mayor valor, produce más, genera más ganancias y contrata a más empleados, esto permite la creación de más y mejor empleo.

El apoyo a la innovación y unas políticas industriales inteligentes que logren materializar las oportunidades de las economías globales del conocimiento son aún una tarea pendiente para América Latina (CEPAL, 2015). Tanto el desarrollo productivo, como la equidad y la cohesión social demandan insumos de conocimientos científicos y tecnológicos que los países de Iberoamérica deben adquirir y fortalecer. Los procesos de innovación, aún aquellos caracterizados como “innovación social” a escala comunitaria, implican la incorporación de conocimientos a las actividades de que se trate.

La madurez científica y tecnológica es la capacidad de obtener y aplicar los conocimientos necesarios, creándolos o adaptándolos, según el caso. Consecuente con la importancia que implica el emprendimiento a nivel Iberoamericano, a continuación se enuncian algunos de los objetivos, estrategias y líneas de acción propuestas en el Programa de educación técnico profesional de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI 2015), en respuesta a la solicitud de ministros de educación realizada en El Salvador en el año 2008 y que impulsaron como: “«Metas Educativas 2021: la educación que queremos para la generación de los Bicentenarios».

Como lo planteado en documento de la OEI (2010), las anteriores acciones se relacionan también con la agenda política de la próxima década se apuntará, necesariamente, en pilares como la creatividad, la innovación y el emprendimiento al expresar:

> *"y en coherencia con los objetivos generales establecidos, la OEI ha asumido el compromiso de impulsar iniciativas innovadoras que ayuden a los jóvenes a encontrar su primer empleo. Entre ellas hay que destacar los programas de apoyo a jóvenes emprendedores, los sistemas de orientación de carácter presencial y a distancia, la cooperación con diferentes sectores públicos y privados para el desarrollo de nuevas experiencias de contratación, y una oferta flexible y renovada de formación que permita la actualización profesional permanente de jóvenes y adultos" (OEI, 2010, 131)*

Esta y otras políticas del emprendimiento se mantienen hasta ahora, involucrando cada vez más elementos que pueden aportar al crecimiento y supervivencia de las empresas y al económico, estos aspectos son la innovación, investigación, desarrollo y sostenibilidad.

2.3. Colombia

Para hacer referencia al emprendimiento en Colombia, se iniciará con un artículo referente a una consulta con entidades y empresarios con actividades enfocadas en las regiones, Bucaramanga, Manizales e Ibagué fueron identificadas como las ciudades con perspectivas más interesantes hacia el futuro. Al descartar las cuatro mayores ciudades (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla), el ejercicio arrojó varias coincidencias: hay fortalezas en materia de innovación y tecnología, y una deuda pendiente en infraestructura, que hace que el clima de negocios marche a un ritmo menor que el que todos quisieran.

Los directivos sondeados cuentan cuáles son los lugares que merecen una apuesta, no solo de empresarios locales sino de los extranjeros, teniendo en cuenta que, según el Departamento Nacional de Planeación (DNP), durante los próximos quince años las ciudades colombianas se caracterizarán por una fuerte presión demográfica. "Para el 2021 se estima que la población en cabeceras se incrementará en 10 millones de habitantes, alcanzando así los 48 millones (78 por ciento de la población del país)", explica el DNP. Y agrega que, "además, aquellas con más de un millón de habitantes pasarán de 4 a 7 y las de más de 100.000 pasarán de 38 a 55, lo que consolidará el sistema de urbes del país".

Las coincidencias de lo expuesto por los empresarios y directivos sondeados por EL TIEMPO son mayores, si se tiene en cuenta que el Centro de Estudios para el Desarrollo y la Competitividad (Cedec)

también destaca la activa participación de estas ciudades intermedias en el entorno nacional. Lo hace a través del estudio más reciente de la competitividad de las regiones de Colombia, a cargo del Observatorio del Caribe Colombiano y la Cámara de Comercio de Cartagena. Allí, la tecnología, la infraestructura y la fortaleza económica son algunas de las variables que permiten medir que muchas de esas capitales están logrando su mayoría de edad en competitividad y negocios. El Tiempo (Octubre 26, 2013)

3. Consideraciones Legales

- La Ley 30 de 1992, artículo 6 establece como uno de los objetivos de la educación superior "trabajar por la creación, el desarrollo, y la transmisión del conocimiento de todas sus formas y expresiones y promover su utilización en todos sus campos para solucionar las necesidades del país".
- El Artículo 29 de la Ley 30 de 1992 determina la autonomía de las instituciones universitarias en el literal d) Definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión.
- El Plan de Desarrollo Nacional 2018-2022, establece los objetivos de gobierno, fijando programas, inversiones y metas para el cuatrienio, entre los que se encuentran: Emprendimiento, Equidad, Legalidad, Sostenibilidad, Innovación, Competitividad, Transformación Digital, Cultura, Economía Naranja, Construcción de Paz, Inclusión y Biodiversidad.
- El Congreso de la Republica expidió la Ley 789 de 2002 por la cual se dictan las normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del Trabajo.
- El Decreto 934 de 2003 reglamenta el funcionamiento del fondo emprender, adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí descritos.
- La ley 1014 de 2006, Política Nacional de Emprendimiento, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha asumido importantes retos relacionados con la aplicación de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual lo compromete como actor responsable de la política pública en la materia.
- La Ley 1258 de 2008 es un estímulo para la creación de empresas. Sociedad por Acciones Simplificada.
- La Ley 590 de 2000 dicta disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
- El CONPES 3484 de 2007**.** Establece la Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: un esfuerzo público y privado.
- El Decreto 1192 de 2009 reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del Emprendimiento y se dictan otras disposiciones.
- El Acuerdo 006 de 2017 del Consejo Directivo Nacional del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA establece el Reglamento interno del Fondo Emprender.
- El Congreso de la República expidió la Ley 1014 de 2006 por la cual se fomenta la cultura del emprendimiento y determina la integración de la Red Nacional para el Emprendimiento o quien haga sus veces, "Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos

del país en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la ley 1014/2006".

- La Ley 1838 del 6 de Julio de 2017, por la cual se dictan normas de fomento a la ciencia, tecnología e innovación mediante la creación de empresas de base tecnológica (spin off) y se dictan otras disposiciones en las que se reglamenta la participación de las Institucionales de Educación Superior "IES" en la creación y gestión de empresas de base tecnológica.
- El Decreto 284 de 2010 delega al secretario distrital de Desarrollo Económico, la representación legal del Distrito Capital para efectos de la constitución y desarrollo de la Red Regional para el Emprendimiento Bogotá D.C.
- El Decreto 1192 de 2019 reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento.
- El Acuerdo 011 del 10 de abril de 2000 ESTATUTO GENERAL de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en el artículo 3 establece los Objetivos de la Universidad, en los literales a, f y g, donde se indica la labor de Proyección Social.
- El Proyecto Educativo Universitario- PEU - Acuerdo 039 de 2013. Establece que la Proyección Social-Extensión es una de las tres funciones misionales de la Universidad e incorpora dentro de la Misión Institucional la vivencia de valores humanos y ciudadanos que incidan en la formación de profesionales responsables y críticos que se comprometan con los avances del conocimiento, el desarrollo socio-cultural y el cuidado del medio ambiente.
- El Acuerdo 037 de 2004, expedido por el CONSEJO ACADÉMICO de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, reglamentó la función de Proyección Social, y en su Artículo 5, establece entre otras modalidades los servicios a la comunidad; y en su Artículo 6, define los tipos de servicio que ofrece la Proyección Social de la Universidad a través de las Facultades, de la Oficina de Proyección Social y de la División de Medio Universitario, dentro de los cuales está el servicio de consultoría y asesoría empresarial.
- El Acuerdo 007 de 2001 del Consejo Académico de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, reglamenta la práctica comercial empresarial en el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en su Artículo 4, establece entre otros, como escenario de práctica de los estudiantes de noveno (IX) y décimo (X) semestre: 1. La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca 2. La extensión a la comunidad: para el diseño y ofrecimiento de programas de educación permanente y continuada. 3. La asesoría institucional orientando trabajos a la comunidad en asesorías, consultorías, elaboración, ejecución y evaluación de proyectos. 4. Las alianzas estratégicas o convenios institucionales, adelantando proyectos concretos o de asesorías y consultoría, y 5. La gestión para la organización de eventos empresariales.

- El Acuerdo 024 de 2001 del Consejo Académico de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, reglamenta la práctica académica para el programa de Trabajo Social.
- El Acuerdo 045 de 2007 del Consejo Académico de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, se aprueba la creación y organización del consultorio empresarial de la Facultad de Administración y Economía de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- El Acuerdo 104 de 2009 del Consejo Académico de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, por el cual se reglamenta la práctica empresarial del programa de Economía.
- El Acuerdo 006 de 2017 del Consejo Directivo del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA establece que las instituciones de educación superior deberán prestar asesoría permanente a los emprendedores durante la formulación del Plan de Negocio y durante la ejecución del mismo.
- Mediante del Acuerdo 036 del 16 de mayo de 2019, el Consejo Académico emite concepto favorable del Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Mediante el acuerdo 017 del 24 de julio de 2019 el Consejo Superior aprueba la Política y el Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, el cual incluye como una de las Unidades de Gestión del eje estratégico Economía la Unidad de Emprendimiento de la Universidad.
- En virtud de los objetivos de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, se hace necesario articular los procesos para abordar con enfoque interdisciplinario, mecanismos que posibiliten organizar, planear y ofrecer soluciones en materia de emprendimiento e innovación para la comunidad universitaria y para la comunidad en general.

3.1 Considerandos propuestos para el acuerdo

Que el Artículo 69 de la Constitución Política de Colombia concordante con la Ley 30 de 1992, consagra en su Artículo 28 la autonomía universitaria y reconoce a las Universidades el derecho a darse y modificar sus estatutos, designar sus autoridades, crear, organizar, desarrollar sus Programas Académicos, definir sus labores formativas, docentes, científicas, culturales, determinando como objetivos de la Educación Superior y de sus instituciones el profundizar en la formación integral de los colombianos, dentro de las opciones y calidades de educación, capacitándolos para cumplir las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que requiere el país.

Que la Ley 30 de 1992, artículo 6 establece como uno de los objetivos de la educación superior “trabajar por la creación, el desarrollo, y la transmisión del conocimiento de todas sus formas y expresiones y promover su utilización en todos sus campos para solucionar las necesidades del

país" y en su artículo 29 determina la autonomía de las instituciones universitarias en el literal d) para definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión.

Que mediante Acuerdo No. 007 del 16 de febrero de 2001 del Consejo Académico, se reglamentó la práctica comercial empresarial en el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Unicolmayor en donde se establecen las funciones generales y los escenarios de práctica, enfocados a la articulación de la universidad, empresa y sociedad y en consecuencia en el Acuerdo No. 045 del 28 de agosto de 2007 del Consejo Académico, se aprobó la creación y organización del Consultorio Empresarial, en el cual se reglamentan las funciones orientadas al fortalecimiento de la comunidad emprendedora.

Que mediante el Acuerdo 017 del 24 de julio de 2019 del Consejo Superior Universitario, se aprobó la Política y el Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión – MIPSE, el cual incluye como una de las Unidades de Gestión del Eje estratégico Economía, la Unidad de Emprendimiento de la Universidad y se plantean los mecanismos de articulación de las funciones misionales desde la proyección social y extensión.

Que mediante Acuerdo No. 029 del 9 de octubre de 2019, el Consejo Superior Universitario aprobó el Direccionamiento Estratégico de Unicolmayor, como marco conceptual y de referencia para la formulación del Plan de Desarrollo Institucional 2020-2025, a partir de la actualización de la Misión, Visión y principios y, en consecuencia, mediante Acuerdo No. 004 del 4 de mayo de 2020, el Consejo Superior Universitario aprobó el Plan de Desarrollo Institucional y el Plan Plurianual de Inversiones 2020-2025 de la Unicolmayor, en el cual se establece como tercer eje estratégico "Articular la Proyección Social – Extensión con la docencia e investigación, a partir de la permanente interacción con el Estado, la comunidad, el sector productivo"

Que mediante Acuerdo No. 022 del 5 de mayo de 2020, el Consejo Académico aprobó la actualización del Modelo Pedagógico Institucional MOPEI, el cual establece como una de las Competencias transversales el Emprendimiento innovador para generar soluciones innovadoras en entornos cambiantes, que creen valor e impacten positivamente en la sociedad.

Que la creación de la Unidad de Emprendimiento ha sido resultado de años de trabajo con la comunidad en la capacitación y generación de oportunidades para el emprendimiento que tiene como referentes la Resolución 70-1 de 2015 de la Asamblea General de las Naciones Unidas y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible–ODS; el documento CONPES 3918 de 2018; el Documento CONPES 4011 de 2020 y la amplia normativa nacional para incentivar la creación y el desarrollo del

emprendimiento en Colombia entre ellas: Ley 1014 de 2006, Ley 1838 de 2017 y Ley 2069 de 2020, en articulación con la normativa institucional como el Plan de Desarrollo Institucional 2020 – 2025 adoptado mediante Acuerdo No. 04 del 7 de mayo de 2020, el Modelo Pedagógico Institucional-MOPEI, actualizado por Acuerdo 022 de 2020 y demás normatividad congruente con las tendencias nacionales e internacionales sobre emprendimiento y sostenibilidad.

Que de acuerdo con las políticas y demandas educativas globales y nacionales vigentes relacionadas con la búsqueda de la excelencia y la calidad de la educación superior, en especial la Declaración mundial sobre la educación superior en el Siglo XXI de la UNESCO, el Acuerdo por lo Superior 2034 del CESU, Plan Nacional Decenal de Educación 2016 – 2027, el Decreto 1330 de 2019 del MEN, Acuerdo 02 de 2020 del CESU, la normatividad y los procesos de autoevaluación Institucional en Unicolmayor, es necesario avanzar en la formulación de proyectos que promuevan el emprendimiento como eje dinamizador entre la universidad y el entorno, característica de la alta calidad de las instituciones.

Que en el marco del Plan Rectoral de la Dra. María Ruth Martínez Hernández, en el quinto eje estratégico se prevé el fortalecimiento de la “innovación, extensión y la proyección social” a través de diversas estrategias que permiten el fomento de “las relaciones con la sociedad, el sector productivo y el gobierno”.

Que el Consejo de Facultad de Administración y Economía, según acta No. 08 del 22 de abril de 2021 dio concepto favorable al proyecto de Acuerdo de la Unidad de Emprendimiento, como unidad de gestión del Modelo Institucional de Proyección Social MIPSE.

4. Gestión de Emprendimiento e Innovación

El **emprendimiento** consiste en asesorías y acompañamiento para la elaboración del formato de plan de negocio, no son clases teóricas sobre un tema, consiste en resolver dudas e inquietudes sobre los apartados del formato establecido. Se resalta que el asesorado no recibirá clases sobre temas sino únicamente solución de dudas.

Innovación es entendida como un proceso de innovación que se refiere a la introducción de novedades o modificación de elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, de no contar con este aspecto no podrá darse continuidad al proceso, de acuerdo a la UNESCO (1977) la innovación involucra el empleo de resultados de la investigación fundamental y aplicada en la introducción de nuevas aplicaciones o en la mejora de aplicaciones ya existentes, y esta debe ser concebida como una propuesta de generar valor, mejorar la calidad de vida, o generar algún proceso que minimice costos o potencialice la producción.

Innovación es una acción de cambio que supone una novedad. Esta palabra procede del latín *innovatĭo, -ōnis* que a su vez se deriva del término *innovo, -are* "hacer nuevo", "renovar", que se forma con *in-* "hacia dentro" y *novus* "nuevo". La innovación se asociar con desarrollo, creación, progreso y búsqueda de nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que le anteceden, a fin de mejorar algo que ya existe, dar solución a un problema o facilitar una actividad, o presentar algo nuevo y diferente. Implica un proceso continuado de mejoramiento, metódico, participativo y a largo plazo. (García, 2012).

4.1. Líneas de innovación

A. ***Innovación tecnológica*:** El campo de la tecnología se caracteriza por un continuo avance. La innovación, por lo tanto, es una de las características de la tecnología que supone la creación de nuevos dispositivos, en muchos casos, a partir de la modificación de elementos ya existentes. Por tanto, la innovación conlleva a la competitividad y desarrollo de bienes y servicios tecnológicos de alta calidad. La introducción de nuevos cambios permite la creación de nuevos productos que, seguramente en el futuro también se verán sometidos a procesos de innovación según las diversas necesidades tecnológicas que se deban cubrir, esto de acuerdo al instituto de seguridad y bienestar laboral que determina los tres pilares básicos profesiones, empresas y universidades, quien apoyado del manual de Oslo (OCDE 2005) referencia a esta innovación.

B. ***Innovación empresarial*:** En el ámbito empresarial y de los negocios, la innovación es un factor clave para el éxito comercial; y se refiere a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado, cambios y reestructuraciones en los procesos productivos, de servicio y administrativos y a la gestión empresarial. La novedad puede consistir en un nuevo enfoque a productos ya existentes. Puede consistir en una renovación de productos o de la propia empresa, La innovación en sí, es un factor de cambio, de competitividad y de adaptación a las condiciones de los mercados, constituyéndose en una de las más importantes estrategias para enfrentar los retos de un mundo global e intercomunicado. (Galicia, 2015).

   Ematris (2018) clasifica la innovación empresarial en tres categorías: Configuración, Oferta y Experiencia del cliente, y entre ellas, se ubican los 10 tipos de innovación. Para la Categoría Configuración, se ubican: a) el modelo de negocio, referido a la forma en que se generan las ganancias; b) Redes, o la combinación de activos y competencias de otros para generar valor; c) Estructura, u organización de activos y talentos en la organización; y d) Proceso, o procesos como se desarrolla el trabajo. En la categoría de Oferta, se tiene: e) Desempeño de producto que apunta a los atributos y funcionalidades distintivas; f) Sistema de productos o complementariedad de los bienes y servicios ofrecidos; g) Servicio u oferta de valor a los clientes, más allá del bien o servicio. Y la tercera categoría, Experiencia, tiene que ver con: h) Canal, o la forma en que son entregados los bienes y servicios a los clientes o usuarios; i) Marca, o la representación de la empresa y j) Vínculo con el Cliente, que implica las interacciones distintivas con el cliente.

C. ***Innovación educativa*:** La innovación en la educación se refiere a la introducción de nuevos procesos de enseñanza y aprendizaje, que contempla la introducción de recursos materia, los medios o instrumentos tecnológicos de procesamiento y comunicación de la información en la didáctica; y el avance en las teorías de la Educación. (Martin y Castro, 2014)

D. ***Innovación disruptiva*:** Esta tiene que ver con el ámbito empresarial, y se refiere a la introducción de procesos de cambio orientados a un público selecto y que se convierte con rapidez en una realidad con gran demanda comercial, gracias a nuevos productos o servicios que superan la oferta de la competencia en forma radical, a fin de garantizar alcanzar una cota del mercado más alta que los competidores y asumir el liderazgo en el mercado. (Corichi, Pérez, Pérez y Valencia, 2018).

E. **Innovación financiera**: Conocida como FINTECH (Finance and Technology) hace referencia a aquellas empresas de servicios financieros que usan las nuevas tecnologías para ofrecer sus productos y servicios, esto con el fin de facilitar la vida al cliente y mejorar la experiencia del

usuario, por lo tanto, quien decida realizar innovación financiera deberá aplicar procesos tecnológicos en los clientes que busquen mejorar el servicio en cualquier aspecto financiero. (Ocaña Carlos, y Uria Francisco. Funca 2017)

F. **Branding**: Es la forma en la que las organizaciones tienen para innovar dándole poder a la marca y consolidarla frente al sector económico al que pertenece, cuenta con cinco (5) compuestos que permiten que el objetivo se cumpla, estos son creación del nombre de la empresa, la identidad que caracteriza la organización, la búsqueda del posicionamiento de la marca en el mercado, la lealtad del target objetivo con respecto a la competencia y finalmente la marca que identifica y define el producto y/o servicio.(Porras Antony 2010).

G. **Innovación turística**: Se enmarca dentro del sector servicios, ayudan a la satisfacción de las necesidades de los viajeros así como a la superación de sus expectativas y la generación de experiencias únicas, se debe tener en cuenta que estas innovaciones están orientadas a la optimización de los recursos y a mejorar la calidad de los servicios, orientada al cliente, que ayuden a la diversificación y creación de servicios específicos, la introducción de las Tics en las empresas turísticas es un requisito obligatorio en la innovación, se deben adelantar a las necesidades de los consumidores (Gil-Lafuenne, Luis Basta, 2010).

H. **Innovación en el modelo de negocio en tiempos de crisis**: De acuerdo al centro de innovación y negocios RUTA Medellín determina que una de las innovaciones en los modelos de negocio se identifica en la forma en la que la organización crea valor y lo facilita a sus clientes, ocurre cuando se altera de forma sustancial el conjunto de elementos o su interrelación que intervienen en la generación de valor para los clientes y la consiguiente obtención de un beneficio, generalmente se habla de innovación en este sentido cuando se realiza una segmentación de clientes, propuesta de valor, relación con los clientes, flujos de ingreso, actividades clave, partner claves y costos.

I. **Innovación digital**: Es un proceso que busca generar ideas o propuestas de valor transformadoras tomando como base la tecnología digital y las herramientas y recursos de nuestra era, lo digital es táctico (una herramienta) y el enfoque estratégico está en el área de negocios (modelo de negocio y propuesta de valor), esta tiene que ver con ideas disruptivas como el manejo acertado y eficaz de las tecnologías que se disponen, esta cuenta con tres procesos; la estrategia innovadora interna, la propuesta de valor, y el dominio técnico de las herramientas digitales.(OBS Business Scholl. Universidad de Barcelona)

J. **Innovación sostenible**: Consiste en definir aquellos procesos que reúnen múltiples facetas de manera que no aluden únicamente a la investigación y mejora directa sobre el medio ambiente, sino a todos aquellos procesos en los que participan los medios de producción, la mejora de las condiciones de los trabajadores, pasando por el diseño industrial, la comercialización o el trato con los clientes. (Mulet. 2012)

K. **Innovación Organizacional**: Es la generación e implementación de nuevas estructuras organizativas, procesos o prácticas a través de ella se pueden implementar nuevos procesos planes o metodologías de trabajo con lo cual se va a generar un mayor crecimiento y/o desarrollo de la compañía y una mayor competitividad en el mercado (Guisell M y Garbanzo Vargas.2015).

4.2. Emprendimiento en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

La propuesta de la unidad de emprendimiento de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se articula con las disposiciones generales establecidas en la ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura de Emprendimiento, emitida por el gobierno nacional. En ella se define el **Emprendimiento** como "*una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. 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".*

Además, en dicha ley se define que la **Formación Para el Emprendimiento** *busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo".*

Por lo tanto, la Universidad es una entidad clave para la inclusión y fomento en la comunidad de la cultura emprendedora, del emprendimiento y de la formación para el emprendimiento, como se refleja en uno de sus objetivos misionales que se establecen en la proyección social, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades del país a través de asesorías, consultorías, investigaciones, capacitaciones, planes de mejoramiento, realización de eventos empresariales, alianzas estratégicas, comunicaciones y gestión de proyectos desarrolladas por estudiantes, con la asesoría de docentes idóneos, de las diferentes facultades de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Desde la perspectiva del proyecto educativo del programa de Administración de Empresas Comerciales (PEP, 2020), base estructural para el fortalecimiento de la cultura emprendedora hacia la comunidad, se establece en su misión el de "formar profesionales integrales con espíritu

emprendedor", lo que define desde la concepción básica de formación para los estudiantes y su relación con la función de proyección social hacia la comunidad. En tal sentido, desde el plan de estudios del programa se hace un fuerte énfasis en la generación de ideas emprendedoras desde lo teórico a través de componentes como desarrollo de Competencias Empresariales, Competencias Gerenciales y Plan de Negocios, hasta componentes que acentúan los conocimientos adquiridos a través de escenarios de práctica, como Consultorio Empresarial, Salas Abiertas de Formación, Creación de Empresas, Seguimiento Egresados, Observatorio Laboral, Agenda de Calidad y Empresa Actual.

Gráfica 1. Escenarios de Práctica

Fuente. *Estructura de los escenarios de práctica del Programa de Administración de empresas Comerciales de según el acuerdo 007 del 2001 práctica empresarial PAEC y Acuerdo 045 del 2007 Creación y Organización del Consultorio Empresarial*

Ahora bien, los escenarios de práctica se han constituida en la historia del programa en relación con la cultura emprendedora y el apoyo a la comunidad empresarial durante más de 15 años de manera continua; sin embargo, se han detectado algunos vacíos que son importantes plantear para el mejoramiento continuo, como lo son:

- Debe existir una mayor articulación con organizaciones que presten apoyo, financiación o transferencia de conocimiento y tecnología para los proyectos de emprendimiento o empresarios.

- Existe carencia de seguimiento a los emprendimientos que se forman desde el seno del programa, con el ánimo de formar comunidad emprendedora, lo que dificulta establecer el impacto de las actividades de los escenarios.

- El proceso emprendedor termina con la culminación del plan de estudios de los estudiantes.

- Es necesario que se aprovechen los recursos disponibles y la experiencia sumada, en aras de articularse con el PDI 2020 – 2025 en el eje estratégico de Proyección Social con la creación de la Unidad de Gestión – Unidad de Emprendimiento y atender las necesidades de la comunidad.

5. Objetivos de la Unidad de Emprendimiento

La Unidad de Emprendimiento de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en concordancia con los objetivos de la ley 1014 de 2006, se identifica principalmente con los siguientes (extraídos literalmente de la ley):

- Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.
- Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas
- Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales
- Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo
- Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clústeres productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo.
- Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial.
- Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador

5.1. ***Objetivo General:***

La Unidad de Emprendimiento tendrá como objetivo principal:

Forjar tejido emprendedor a partir de las funciones de la proyección social bajo el liderazgo de Facultad de Administración y Economía como respuesta a las necesidades de generación de condiciones dignas de empleo, un ejercicio ético y responsable, respeto por el medio ambiente y construcción hacia una paz duradera.

5.2. ***Objetivos Específicos:***

En sintonía con lo expresado en la Política de Emprendimiento la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca enuncia que *"su misión apunta a brindar educación integral dentro de una perspectiva humanista impulsando los valores humanos y ciudadanos como formadora de individuos responsables, críticos y comprometidos con el desarrollo socio-cultural y el cuidado del medio ambiente",* por lo tanto, la Unidad de Emprendimiento de la Universidad, en concordancia con los principios de la ley 1014 de 2006, también se identifica con los siguientes (extraídos literalmente de la ley):

- Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente
- Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social
- Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad
- Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

De acuerdo a lo anterior se determina que los **objetivos específicos** de unidad de emprendimiento a desarrollar serán:

- Desarrollar programas de emprendimiento a través de actividades de formación y asesoría, orientadas a desarrollar competencias para la generación de empresas, basadas en el conocimiento, aprendizaje y desarrollo tecnológico e innovativo.
- Crear espacios de participación que permitan a los empresarios, explorar sus capacidades innovadoras y creativas necesarias para la idea, diseño y viabilidad de un negocio, al igual que plantear temas de consultoría necesarios para el crecimiento de su negocio
- Dinamizar el desarrollo y articulación de actividades académicas, investigativas y de extensión para la creación de empresas
- Generar actividades de promoción y difusión del emprendimiento y consultoría a nivel institucional.

- Cooperar con entidades en la realización o participación de eventos relacionados con la promoción de la cultura de emprendimiento y apoyo a unidades productivas

La unidad de Emprendimiento también debe estar articulada con los grupos y semilleros de investigación para detectar oportunidades de emprendimiento o de plan de mejoramiento que se puedan impulsar a ser formalizados, así como proyectos de creación empresas puedan participar en eventos de semilleros de investigación que redundan en el fortalecimiento de los proyectos empresariales.

6. Estructura y Funciones de la Unidad De Emprendimiento en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

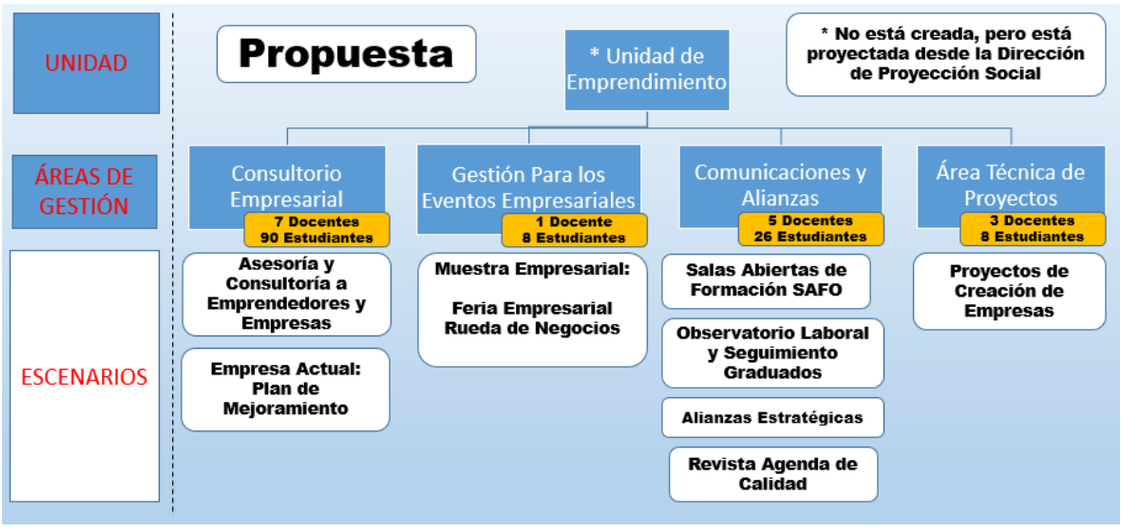
6.1. Funciones generales de la unidad de emprendimiento

- Brindar información y capacitación a emprendedores, empresas y consultores que permitan aprovechar sus capacidades para implementar sus ideas de negocio.
- Ofrecer productos a la medida que contribuyan a la formulación y evaluación de nuevos proyectos empresariales, brindando a su vez acompañamiento a nuevos empresarios y consolidación de sus ideas.
- Facilitar la creación de empresas, mediante información, soporte y servicios entre las entidades que intervengan para la puesta en marcha de la misma
- Proponer actividades para la formulación de políticas de emprendimiento y consultoría a través de estrategias, estableciendo planes proyectos y programas enfocados en la generación de nuevas ideas.
- Apoyar la creación de empresas mediante la asesoría de planes de negocios
- Identificar planes de mejora y oportunidades de negocio para la elaboración de proyectos empresariales pertinentes.
- Acreditar los planes de negocio asesorándolos ante las entidades financieras y organizaciones de apoyo para la ejecución de los proyectos empresariales.
- La unidad de emprendimiento buscará apoyo en las redes internacionales, nacionales, regionales y locales.
- Capacitación para el desarrollo de competencias empresariales, asesoría y asistencia técnica.
- Promoción de convenios interinstitucionales con entidades que incentiven el desarrollo y creación de empresas.

6.2. Estructura y funciones por área

La unidad de emprendimiento es una unidad de gestión que se compone de cuatro áreas básicas las cuales son Consultorio Empresarial, Gestión para los Eventos Empresariales, Comunicaciones y Alianzas y el Área Técnica de Proyectos, como se puede observar en la gráfica 2.

Gráfica 1. Estructura de la Unidad de Emprendimiento



***Fuente**. Modificado a partir de presentación de la Dirección del programa trabajado por el Comité de Currículo*

Cada área de gestión se compone de Escenarios de Práctica, por ejemplo, el escenario de Empresa Actual hace parte del área de gestión Consultorio Empresarial.

Un escenario de práctica es el espacio donde los estudiantes de noveno y décimo semestre de la Universidad desarrollan su práctica profesional, donde fortalece sus competencias profesionales y las pone en práctica al servicio de la comunidad, siendo asistidos por docentes idóneos que le prestan el debido asesoramiento para lograr excelentes resultados, de acuerdo a los objetivos de cada escenario de práctica. Se procede a detallar cada área de gestión de la Unidad de Emprendimiento.

A. **Área de Gestión Consultorio Empresarial:** Se compone de los escenarios de práctica Asesoría y Consultoría a Emprendedores y Empresas, planes de mejoramiento concentrados en el escenario de Empresa Actual y la Atención a la Comunidad por medio de la prestación de servicios, ya sea presencial o de forma remota, fortaleciendo las competencias emprendedoras de los estudiantes y fomentando la cultura emprendedora de las comunidades atendidas, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental del país.

- ***Funciones del Escenario de Consultoría y Asesoría a Emprendedores y Empresas***

En el marco de la Proyección Social, el Escenario de Consultoría y Asesoría a Emprendedores está orientado a fomentar las relaciones entre Universidad, Empresa y Estado y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, a través de las asesorías, consultorías, investigaciones y capacitaciones en creación y mejoramiento continuo de las empresas.

- ***Funciones del Escenario Empresa Actual***

Detectar, diagnosticar y analizar problemas en cualquier área de la empresa formal, de más de 10 empleados, donde labora el practicante para proponer e implementar planes de mejoramiento que impacten el desarrollo y crecimiento de las organizaciones, fortaleciendo la relación Universidad –Empresa.

B. Área de Gestión Para Los Eventos Empresariales

Se compone del Escenario de Muestra Empresarial, el cual desarrolla la gestión para la realización de eventos empresariales, como lo son la Feria Empresarial, donde los diferentes actores de la comunidad universitaria pueden presentar sus proyectos de creación de empresa. Así como en la Rueda de Negocios, actores empresariales externos ya conformados, pueden impulsar la comercialización de sus bienes y servicios, generando y fortaleciendo los vínculos Universidad-Empresa.

- ***Funciones del Escenario de Muestra Empresarial***

Planear, organizar, dirigir, gestionar y controlar todas las actividades necesarias para llevar a cabo los eventos feriales de promoción empresarial, ya sean de proyectos del escenario de Creación de Empresas, así como los eventos de comunidades externas como la rueda de negocios y la feria empresarial.

C. Área de Gestión de Comunicaciones y Alianzas

El área de gestión Comunicaciones y Alianzas, centraliza el manejo de las redes de las diferentes áreas de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad, así como las comunicaciones reflejadas en publicaciones de la comunidad Universitaria evidenciadas en la Revista Agenda de Calidad, fortaleciendo las competencias ciudadanas de comunicación con la comunidad. Además, se tiene un escenario de Salas Abiertas de Formación - SAFO donde se presentan conferencias, conversatorios y charlas con expertos que fortalecen las competencias del emprendedor. También se tiene el escenario de Observatorio Laboral y Seguimiento a Egresados que impulsa la empleabilidad de los estudiantes y de la comunidad Universitaria en general y da cuenta de los logros de los egresados de la Universidad y el desarrollo de sus emprendimientos. Así mismo, hay un escenario de Alianzas Estratégicas donde se concentra la gestión de las alianzas de la Unidad de Emprendimiento.

- ***Funciones del Escenario de Salas Abiertas de Formación - SAFO***

Planear, gestionar y organizar foros, seminarios y/o conferencias con temáticas complementarias de actualización, formación, y capacitación para la comunidad universitaria.

Crear contenido de calidad con temáticas que complementen los aprendizajes de la comunidad de seguidores/suscriptores de las redes sociales de la Unidad de Emprendimiento.

Administrar las comunicaciones y las diferentes redes sociales de la Unidad de Emprendimiento para lograr una mayor visibilidad en la comunidad.

- ***Funciones del Escenario de Observatorio Laboral y Seguimiento a Egresados***

Planear, organizar, dirigir, gestionar y controlar las relaciones con los egresados del programa, llevando un registro detallado de su desarrollo profesional y académico, así como de las condiciones laborales y profesionales relativas a la disciplina administrativa, así como su empleabilidad y emprendimiento.

Identificar las tendencias del mercado laboral en términos del perfil profesional.
Monitorear oportunidades laborales y de desarrollo profesional, así como las condiciones internacionales del mercado laboral y empresarial para los egresados de la Universidad.

- ***Funciones del Escenario de Alianzas Estratégicas***

Coordinar la realización y renovación de convenios y alianzas con instituciones de los sectores económicos público, privado y solidario, para fortalecer el desarrollo de la cultura emprendedora y la empleabilidad en la comunidad universitaria y en los diferentes actores atendidos por la Unidad de Emprendimiento.

- ***Funciones del Escenario de Revista Agenda de Calidad***

Planear, organizar, dirigir, gestionar y controlar todas las actividades necesarias y suficientes para difundir los productos académicos publicables de la Unidad de Emprendimiento en medios de divulgación académica, en especial la Revista Agenda de Calidad y Kairos.

D. Área de Gestión Técnica de Proyectos

Se compone del Escenario de Creación de Empresas, donde se gestionan proyectos empresariales viables generando un banco de proyectos empresariales.

- ***Funciones del Escenario de Proyectos de Creación de Empresas***

Fortalecer proyectos de Creación de Empresas, buscando generar el Plan de Negocio Empresarial, donde se evalúa la factibilidad del proyecto.

A partir del 2021 I el Consultorio Empresarial alimentará al área Técnica de Proyectos con los futuros proyectos de creación de empresas innovadores y posiblemente viables, donde el área Técnica de Proyectos será el que identifica los proyectos de mayor relevancia para proponerlos como candidatos a obtener capital semilla o ángeles inversores de los sectores públicos o privados para su formalización y puesta en marcha.

7. Plan de Transición y Puesta en Marcha de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

7.1. Transición y Puesta en Marcha del Área de Gestión Consultorio Empresarial

- ***Propuesta Para el Escenario de Consultoría y Asesoría a Emprendedores y Empresas***

Para el segundo ciclo académico del año 2020 se dio inicio a los cambios establecidos por la facultad de Administración y Economía, la Dirección del programa de Administración de Empresas Comerciales y la oficina de Proyección Social, con el fin de iniciar bajo el nuevo esquema como Unidad de Emprendimiento, en primera instancia en el programa de Administración y posteriormente en los diferentes programas adscritos a la Facultad y a las demás facultades y programas que ofrece la UCMC.

- ***Paso de Consultorio de AEC a Área de Gestión de Consultorio Empresarial de la Unidad de Emprendimiento***

El Consultorio Empresarial a partir del 2-2020 será un área de Gestión de la Unidad de Emprendimiento institucional, pero conservará el liderazgo por parte del Programa de Administración de Empresas Comerciales. Integrando aproximadamente 90 estudiantes que cursan la práctica profesional en la institución y la participación de 7 docentes como tutores de la práctica. Ello implicará que llegarán docentes con horas asignadas para colaborar en el proceso, en principio, los estudiantes en práctica de estos programas, se integrarán a los CIS, con funciones específicas según sus competencias y lineamientos definidos por los programas y la facultad, pero en relación de complementariedad con las actividades de consultoría, asesoría e investigación del Consultorio.
Con el fin de cubrir el cupo de 90 estudiantes para el consultorio Empresarial, y de acuerdo al nuevo esquema se conformará como se detalla en la tabla 1:

Tabla 1. Transición y Puesta en Marcha Para Surtir el Cupo de Estudiantes del Escenario de Consultoría y Asesoría de Emprendedores y Empresas

ESCENARIO	INSCRITOS A ESCENARIOS 2020 I	SELECC 2020 I	VOLVER A LLAMAR	SELECC EN MUESTRA	PASAN A X	SELECC DE CREACIÓN II	SELECC DE CREACIÓN I	TOTAL
CONSULTORÍA Y ASESORÍA	34	24	10	-2	15	24	19	90

Fuente. Construcción propia con base en la información del seguimiento de las prácticas del Programa Administración de Empresas Comerciales

De 34 inscritos a consultorio se seleccionaron 24, 10 no aceptados se propone llamar a 8 de ellos nuevamente (2 ya seleccionados en Muestra Empresarial) y anunciarles que se reconsideró la decisión y podrán hacer parte del equipo. Los 15 estudiantes que hacían parte del consultorio desde IX

semestre continuarán en el consultorio, se estima que 24 estudiantes de 40 que se encuentran en Creación de Empresas II acepten vincularse, teniendo así un total de 71 estudiantes, los 19 estudiantes que faltan se pueden seleccionar del saldo de estudiantes que se inscribieron a Creación de Empresas I, ya que los estudiantes de este escenario no tendrán la posibilidad de participar en el 2020 II en el área de Gestión de Proyectos

- ***Integración Con Proyección Social Ucmc***

Vertical: El consultorio Empresarial pertenece a la línea de acción de Asociatividad y Fortalecimiento Empresarial del eje estratégico de Economía y a manera de integración es un área de gestión de la Unidad de Emprendimiento, integrada por:

- Emprendimiento
- Consultorio Empresarial
- Egresados

Horizontal: El Consultorio no sólo estará en activa participación con las otras dos unidades, sino a su vez con: (especialmente para tratar el tema de Migrantes), con

- Consultorio Jurídico
- Consultorio de Trabajo Social
- Integración con el escenario Empresa Actual – Plan de Mejoramiento

Pasa a ser parte del consultorio, como función propia de la Consultoría, la Práctica. Continuarán los estudiantes y los profesores tutores, orientando sus actividades en las empresas donde el estudiante realice el plan de mejoramiento, pero pasa también a ser una función del consultorio como lo es actualmente la asesoría persona a persona, pero con un encargo específico: arrojar resultados a partir de un plan de mejoramiento.

Se reasigna la Práctica Creación de Empresa, al Área Económica de Proyección Social, como Unidad de Gestión en Emprendimiento, para promover proyectos factibles y financiables. La muestra empresarial, solo presentará aquellos proyectos que lo sean y la Unidad de Emprendimiento, gestionará los recursos para el capital semilla y/o gestores solidarios, etc.

Ingresan los estudiantes de IX o X (x definir) (aprox./ 30), y fungirán como asesores, en los cis actuales y por conformar.

Ingresan los docentes tutores, pero su labor será la misma que nuestros docentes en los CIS. Acompañarán y asistirán a los asesores en su labor de asesoría en temas de emprendimiento y gestión administrativa, financiera, de talento humano y de mercadeo.

Nuestra estructura no cambiará. La comisión de logística, entre sus funciones, tendrá la de coordinar actividades para la Feria Empresarial y el de cierre, con esa unidad (Muestra Empresarial), garantizando que se realicen.

- ***Regionalización:***

Para el 2-20, el Consultorio inicia un proceso en firme de regionalización, nacionalización e internacionalización. En lo regional se atenderán los municipios de:

- Funza
- Mosquera
- Madrid
- Facatativá
- Anapoima

Al efecto, se tienen o deben consolidar los convenios a través de cartas de intención y acuerdos con: La Cámara de Comercio de Facatativá (en firme) y la Unidad de Emprendimiento del Sena de Mosquera.

El Proceso de Asesoría y Consultoría, grupal y personal, se mediará para el 2-20, con recursos tecnológicos en ambiente 100% VIRTUAL, a través de aulas: Meet, Zoom, entre otros.

- ***Instrucciones Preliminares***

- Revisar y conocer todas las actividades que se adelantan en el consultorio. Ver Drive 1-20
- Afiliación ARL. Iniciar contactos para prevenir a nuestros asesores, que incluyen a los estudiantes de plan de mejoramiento y creación, que se integran, para que estén pendientes y sean afiliados lo más pronto posible como practicantes.
- Revisar cronograma General del Consultorio para ajustarlo al segundo semestre. Claro, se debe adecuar a las nuevas circunstancias.
- Revisar y actualizar formatos Isodoc del consultorio: sintético, analítico y planeador.

7.2. Propuesta Para el Escenario de Empresa Actual

Estará conformado por un docente tutor, diez practicantes de X semestre, que son los mismos que ya vienen de IX semestre, y los practicantes de IX semestre que cumplan con los requisitos ya normados demandados por el escenario, para el período 2020 II se inscribieron dos estudiantes.

En la gestión desarrollado por éste escenario se realizan planes de mejoramiento para la solución de problemas previamente diagnosticados en la empresa respectiva donde el practicante trabaja.

7.3. Transición y Puesta en Marcha del Área de Gestión Para Los Eventos Empresariales

- ***Propuesta Para el Escenario de Muestra Empresarial***

Estará conformado por un docente tutor, cuatro practicantes de X semestre, que son los mismos que ya vienen de IX semestre, y cuatro practicantes de IX semestre, los cuales ya están seleccionados.

En la gestión desarrollado por este escenario se realiza un solo evento para consolidar la Rueda de Negocios y la Feria Empresarial, con los emprendedores atendidos por el consultorio. Se adiciona el Encuentro de Semillero de Investigación. Ya la Muestra Empresarial no se presenta porque no hay proyectos de Creación de Empresas de los estudiantes.

Los estudiantes practicantes del presente escenario siguen gestionando la realización, la logística, los recursos y la publicidad de los eventos mencionados.

7.4. Transición y Puesta en Marcha del Área de Gestión de Comunicaciones y Alianzas

- ***Propuesta Para el Escenario de Salas Abiertas de Formación - SAFO***

Estará conformado por un docente tutor, tres practicantes de X semestre y tres practicantes de IX semestre, estos últimos ya están seleccionados.

Para los tres practicantes de X semestre ya vienen cursando la práctica profesional dos estudiantes que pasan de IX a X semestre y el cupo restante será surtido por algún estudiante seleccionado de los estudiantes de Creación de Empresas II, planteándole como una opción para terminar su práctica empresarial.

El escenario también realizará capacitaciones masivas de apoyo, como las necesitadas por el Consultorio Empresarial, generando un banco de capacitaciones a disposición de los asesores de Consultorio.

- ***Propuesta Para el Escenario de Observatorio Laboral y Seguimiento a Graduados***

Estará conformado por dos docentes tutores, tres practicantes de X semestre, que son los mismos que ya vienen de IX semestre, y tres practicantes de IX semestre, los cuales ya están seleccionados.

Las actividades, en general, siguen siendo las mismas que se han venido trabajando y por lo tanto no hay la necesidad de reformar.

- ***Propuesta Para el Escenario de Alianzas Estratégicas***

Estará conformado por un docente tutor, un practicante de X semestre y un practicante de IX semestre, ni el docente ni los estudiantes han sido seleccionados. Para suplir el cupo del docente tutor la Dirección del Programa de Administración de Empresas Comerciales lo designará, para surtir el cupo del practicante de X semestres será seleccionado de los estudiantes de Creación de Empresas II y para surtir el cupo del practicante de IX semestre se seleccionará de los inscritos a Creación de Empresas I.

El escenario como es nuevo, además de realizar sus funciones básicas, debe formalizar sus objetivos, procesos e indicadores para cumplir con las funciones designadas para ayudar a cumplir las metas de la Unidad de Emprendimiento.

- ***Propuesta Para el Escenario de Revista Agenda de Calidad***

Estará conformado por un docente tutor, seis practicantes de X semestre y seis practicantes de IX semestre, estos últimos ya están seleccionados. Para los seis practicantes de X semestre ya vienen cursando la práctica profesional cuatro estudiantes que pasan de IX a X semestre y el cupo restante será surtido por dos estudiantes seleccionados de los estudiantes de Creación de Empresas II, planteándoles como una opción para terminar su práctica empresarial.

El escenario, además de la gestión que ha venido desarrollando para indexar la revista Agenda de Calidad, también gestionará productos académicos de publicación para la revista Kairos.

7.5. Transición y Puesta en Marcha del Área de Gestión de Proyectos

- ***Propuesta Para el Escenario Proyectos de Creación de Empresas***

Estará conformado inicialmente por tres docentes tutores y por doce practicantes de X semestre (aproximadamente), que pasaron de IX a X semestre de Creación de Empresas II, a futuro se tiene proyectado sean ocho estudiantes. La forma de seleccionarlos para la presente propuesta de transición es la siguiente:

Cada docente de Creación de Empresas II evalúa sus proyectos en curso y postula los tres proyectos más significativos ante una reunión del comité de Práctica para evaluar cuales pueden ser los de

mayor viabilidad a recibir el apoyo de entidades promotoras de emprendimiento. Se puede ver la distribución de proyectos y estudiantes para Creación de Empresas II en la tabla 2.

Tabla 2. Situación del Escenario Creación de Empresas II en 2020 I

Docentes	N° Estu.	N° de Proy.	Actividad	Lugar	Población atendida
Gladys Vásquez	14	7	Formulación propuesta del proyecto empresarial	Unicolamyor	N/A
Nidya Gómez	14	7	Formulación propuesta del proyecto empresarial	Unicolamyor	N/A
Alexander Cortés	12	6	Formulación propuesta del proyecto empresarial	Unicolamyor	N/A
Totales	**40**	**20**			

Nota: la tabla es un resumen a partir de la información suministrada por cada docente asesor de los proyectos empresariales.

El objetivo es que el comité escoja máximo unos 5 o 6 proyectos (aproximadamente 12 estudiantes), los cuales son los que se trabajan para fortalecer y adaptar a los requisitos de las entidades promotoras de emprendimiento.

A los estudiantes de Creación de Empresas II se les puede dar la siguiente variedad de opciones para acabar de desarrollar su práctica profesional:

- Ser asesor en el Consultorio Empresarial, teniendo en cuenta que en el 2020 II se desarrolla de forma remota, hay un cupo aproximado de 41 estudiantes
- 1 estudiante de X semestre se necesita en SAFO
- 1 estudiante de X semestre se necesita en Alianzas Estratégicas
- 2 estudiantes de X semestre se necesitan en Revista Agenda de Calidad
- Fortalezca su proyecto para presentarlo a promotores de emprendimiento

7.6. Propuesta de Transición y Puesta en Marcha de la Unidad de Emprendimiento

En la tabla 3 se puede ver el resumen de la propuesta de transición y puesta en marcha de los diferentes escenarios que conforman la Unidad de Emprendimiento, donde se demandan un mínimo de 16 docentes tutores y 134 estudiantes desarrollando la práctica profesional de IX y X semestre.

Tabla 3. Propuesta de Transición y Puesta en Marcha de la Unidad de Emprendimiento Unicolmayor

ESCENARIO	DOCENTES	INSCRITOS A ESCENARIOS 2020 I	SELECC 2020 I	VOLVER A LLAMAR	PASAN A X	SELECC DE CREACIÓN II	SELECC DE CREACIÓN I	TOTAL
AGENDA CALIDAD	1	11	6		4	2		12
CONSULTORIO EMPRES	6	34	24	8	15	24	19	90
CREACIÓN EMPRESAS	3	24			40			N/A
EMPRESA ACTUAL	1	2			10			10
MUESTRA EMPRESARIAL	1	2	4		4			8
OBSERVATORIO LABORAL	2	13	3		3			6
SAFO - EDUC PERMTE	1	19	3		2	1		6
ALIANZAS ESTRATÉGICAS	1					1	1	2
	16	105	40	8	78	28	20	134
DESCONTAMOS LOS 10 RECHAZADOS		VOLVER LLAMAR	8					
DESCONTAMOS 15 % NO POSIBLES			16					
TOTAL ESTUDIANTES A SELECCIONAR DE IX			41					

Fuente. Construcción propia con base en la información del seguimiento de las prácticas del Programa Administración de Empresas Comerciales

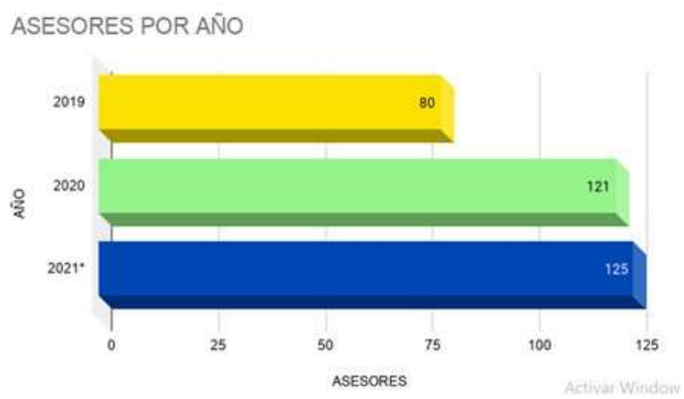
Dentro de los estudiantes que se inscribieron a los diferentes escenarios de práctica a finales de 2020 I se estima que un 15% (16 estudiantes) de ellos no pueden ver la práctica, ya que puede ser que no han visto el componente de Seminario de Investigación y se cruza con el horario de la práctica en el Programa de Administración de Empresas Comerciales, generando un estimado de 41 estudiantes que pueden ser seleccionados a las necesidades de la Unidad de Emprendimiento.

De acuerdo a lo anterior y teniendo en cuenta que no se reduzca el número de matrículas de los estudiantes que pueden ver las prácticas de IX y X semestre del programa de Administración de Empresas Comerciales debido a la situación de emergencia por el Covid-19 se puede dar marcha a la propuesta ya descrita.

8. Resultados

Se reasignaron actividades académicas y de apoyo de los escenarios de práctica para dar operatividad a la Unidad de Emprendimiento, con un proceso de transición exitoso, lo cual creo nuevos procesos y nuevas actividades. Lo cual permitió obtener resultados en la ampliación de cobertura en el trabajo con munidades así:

El número de puntos de atención a usuarios se incrementó en comparación con semestres anteriores, al pasar de 12 a 18 centros de intervención; el número de asesores se incrementó también al pasar de 80 en promedio cada semestre a 125 en el primer semestre de 2021, aumentando la capacidad de atención a emprendedores y empresarios.



De hecho, se estima que al cierre del año 2021, se logré llegar a más de 1.000 asesorados, como lo indica la gráfica siguiente, en la que en el año 2019 se atendieron 686 asesorados y en el año 2020 se llegó a 790, como parte del proceso de transición en la que el incremento de asesores subió a 121 estudiantes. Sólo para el primer semestre de 2021 se reportaron 513 asesorados, lo que aunado a la llegada de las tecnologías de las comunicaciones por cuenta de la COVID 19, permitió poder establecer lazos de trabajo no solo en otras regiones del País, sino realizar actividades conjuntas con estudiantes de México.

Finalmente y ante estos procesos de transformación, el equipo de trabajo de docentes sugiere que se le dé formalidad a estas actividades, que sin bien están expuestas en los acuerdos de prácticas del programa de administración de empresas comerciales, se hace necesario crear la unidad de emprendimiento como mecanismo para seguir avanzando en el fortalecimiento del tejido emprendedor, lo que sin duda es un paso importante en la historia de la universidad en el tema.

9. Comparativo Universidades

Institución	Nombre Unidad	Descripción	Vínculo
Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca	Unidad de emprendimiento	Reorganiza los escenarios de práctica para generar espacios de visibilización para los emprendimientos de la comunidad; presta servicio a través de consultorio empresarial, gestión de eventos empresariales, comunicaciones, incubadora y área técnica de proyectos.	https://www.unicolmayor.edu.co/portal/index.php?idcategoria=1192
Universidad Nacional	Unidad de emprendimiento e innovación	La UEI - CDE presta servicios de asesoría a Mipymes y emprendedores, hagan parte o no de la comunidad universitaria, en: Asesorías empresariales; Charlas y conferencias; Consultoría especializada	http://www.fce.unal.edu.co/emprendimiento/material-uei/26-unidad-de-emprendimiento.html
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	Unidad de Emprendimiento	Creada desde el año 2014, es el área que se encarga de fomentar y fortalecer el potencial emprendedor de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, así como, de la comunidad en general. Servicios: Asesoría y Apoyo; Entrenamiento y Formación; Divulgación y Comunicación; Promoción de la integración sectorial; Generación de Recursos y crecimiento.	http://www.uptc.edu.co/direccion_extension/u_emprendimiento/
Institución Académica Colegio Mayor de Antioquia	Unidad de Emprendimiento y Empresarismo	La misión de la Unidad de emprendimiento y Empresarismo del Colegio Mayor de Antioquia, es la generación de la cultura emprendedora desde la formación académica, permitiendo a estudiantes, egresados y empleados, el desarrollo de proyectos productivos, para incentivar la creación de empresas sostenibles y competitivas y en la construcción de un mejor tejido social para el país.	https://www.colmayor.edu.co/extension/unidad-emprendimiento/
Unibagué	Unidad de Emprendimiento	Es una dependencia de la Universidad que asesora a los estudiantes, egresados y graduados en la estructuración de las ideas de negocio, consolidación de sus planes de negocio, puesta en marcha y aceleración de sus empresas. Como parte de su actividad, vincula y acompaña a los emprendedores en los diferentes concursos y convocatorias nacionales e internacionales, ofrece una opción académica de emprendimiento y brinda una alternativa de grado a los emprendedores.	https://unidaddeemprendimiento.unibague.edu.co/
Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia	Unidad de emprendimiento empresarial	Esta Unidad apoya y fomenta el espíritu emprendedor de los estudiantes, egresados, docentes, personal administrativo, que deseen identificar oportunidades de negocio en el mercado. La Unidad de Emprendimiento acompaña al emprendedor en las siguientes fases: 1. Identificación de oportunidades y potencialidades. 2. La formación en el Emprendizaje “Aprender a emprender”. 3. Formulación del modelo de negocio: “proceso de preincubación”. 4. Acompañamiento en proceso de incubación y gestión de recursos. 5. Asesoría en la puesta en marcha y consolidación.	https://www.tdea.edu.co/index.php/unidad-de-emprendimiento-empresarial
Universidad ECCI	Unidad de Emprendimiento	Actividades, asesoría y capacitación. Hace parte de la Red Reune	https://www.ecci.edu.co/es/Bogota/unidad-de-emprendimiento-192?language_content_entity=es
Universidad Libre Seccional Pereira	Unidad de Emprendimiento	Hace parte del Centro de Emprendimiento Innovación y Desarrollo Empresarial, la cual es una unidad Académico – Administrativa que contribuye a completar el proceso de formación de los estudiantes y es un medio para que la universidad pueda vincularse con su entorno institucional y social; posee dos consultorios empresariales	http://www.unilibre.edu.co/pereira/index.php/emprendimiento-ceideul
Universidad Santiago de Cali	Unidad de Emprendimiento	Esta dependencia que forma parte de la Unidad de Transferencia Tecnológica y está adscrita a la Dirección General de Investigaciones, DGI, estimula a los emprendedores a través de un programa para que se formen y sean empresarios que generen riqueza colectiva en la región.	
Universidad Javeriana	El Centro Javeriano de Emprendimiento	Es la unidad encargada de planear, articular, dinamizar y evaluar las estrategias y acciones orientadas al fortalecimiento del emprendimiento y la cultura emprendedora en la Universidad, de manera coherente con la Misión y Proyecto Educativo Javeriano.	https://www.javeriana.edu.co/web/innovacion-emprendimiento/emprendimiento
CESA	Centro de Innovación y Emprendimiento – Incuba	El Centro de Innovación y Emprendimiento ofrece diferentes espacios para que los emprendedores desarrollen su espíritu emprendedor y su creatividad, de manera que, a través de sus iniciativas, se genere desarrollo económico y social. Acompaña la concepción, creación,	https://www.cesa.edu.co/incuba-cesa/incuba/

		crecimiento y desarrollo de modelos de negocio que puedan generar nuevas compañías, promueve la innovación corporativa a través de programas de acompañamiento que buscan fortalecer estos modelos de negocio logrando su escalabilidad.	

En una revisión de las principales Universidades del país tanto públicas como privadas, se puede apreciar que han acogido el diseño, articulación y creación de las unidades de emprendimiento como respuesta a las dinámicas del entorno, desde la regulación y normatividad para el fomento del emprendimiento, como de las necesidades propias de la población en la generación de alternativas de empleabilidad. En su mayoría, las universidades han respondido a estas circunstancias como un mecanismo de articulación con el sector productivo, las necesidades del entorno y las posibilidades que brinda para las universidades la potencialización del eje de proyección social y la venta de servicios.

En algunos casos, como el de la Universidad Santiago de Cali, la unidad de emprendimiento está asociada a las direcciones de investigaciones, lo que les permite articulación la investigación con el emprendimiento. De hecho, en el año 2020, la universidad Santiago de Cali lanzó su primero spin off conocida como Cervecería Usaca, la cual lanzó al mercado cervezas artesanales, producto de proyectos de investigación

10. Referencias

Alvarado, O. y Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. Cuadernos de Administración. Universidad del Valle. Volumen 27 No. 45. Enero-junio 2011. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v27n45/v27n45a04.pdf

Banco Interamericano de Desarrollo BID (2014). El fomento al emprendimiento dinámico en países del Cono Sur de América Latina: Análisis de experiencias y lecciones de política. Recuperado de: https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/El-fomento-al-emprendimiento-din%C3%A1mico-en-pa%C3%ADses-del-Cono-Sur-de-Am%C3%A9rica-Latina-An%C3%A1lisis-de-experiencias-y-lecciones-de-pol%C3%ADtica.pdf

Bembibre, C. (2015). Emprendimiento. Sitio: Importancia.org. Recuperado de: https://www.importancia.org/emprendimiento.php

CONPES (2007). 3484 Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: un esfuerzo público y privado

Corichi, A., Pérez, J. Pérez, J., Valencia, K. (2018). Introducción a la innovación disruptiva y su efecto en algunos sectores industriales. Recuperado de: https://pdfs.semanticscholar.org/e1db/e67cf72f3f98689801ce96624dca6f2a88c5.pdf

Drucker, P. 1985. La Innovación y el empresario innovador. Ed. Edhasa. Pág. 25-26; 35-44.
Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. OEI. (2010).

El Tiempo (Octubre 26, 2013). Las ciudades del país que prometen los negocios del futuro algunas capitales y municipios trazan la ruta del desarrollo con tecnología e innovación. Artículo Gabriel E. Flórez. Recuperado de: https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13144715

Ematris (2018). 10 Tipos de Innovacion. Recuperado de: http://www.ematris.co/wp-content/uploads/2018/06/Articulo-10-tipos-de-innovacion-mayo-2018-vF.pdf

Galicia, R. (2015) La Innovación Tecnológica. Recuperado de: https://www.ecorfan.org/proceedings/CTI_I/3.pdf

García, F. (2012). Conceptos sobre innovación. Recuperado de: https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Gil-Lauffe Anna, Luis Bassa Carolina. La innovación centrada en el cliente utilizando el modelo de inferencia en una estrategia CRM. Investigaciones europeas de dirección en economía de la empresa. 2010

Guisell M – Garbanzo Vargas. Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión en educación. Universidad de Costa Rica 2015

Innovación en negocios. RUTA Medellín. Recuperado de https://www.rutanmedellin.org//es/recursos/abc-de-la-innovacion/item/innovacion-en-modelos-de-negocio el día 29 de julio de 2020

Innovación tecnológica (Manual de Oslo –OCDE,2005). Recuperado de https://isbl.eu/innovacion/ el 29 de julio de 2020

Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura de Emprendimiento. Congreso de Colombia. Colombia, 2006. Recuperado de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Martín, M., y Castro, E. (2014). Educar para Innovar, innovar para educar. Recuperado de: file:///C:/Users/sala.fae/Downloads/1672.pdf

Metas educativas la educación que queremos para la generación de los bicentenarios 2021. Recuperado de: http://www.redage.org/autor/organizacion-de-estados-iberoamericanos-para-la-educacion

Mulet, J. (2007). La Innovación, concepto e importancia económica. Recuperado de: https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/D696EFD2-6AAA-4EF1-B414-E3A27109EA67/79806/02juanmulet.pdf

Mulet Juan (2012) Innovación sostenible, “Un concepto que fomenta el debate”.. Fundación para la innovación tecnológica – COTEC

OBS. Business Scholl. Universidad de Barcelona. Recuperado de https://obsbusiness.school/int/sala-de-prensa el día 29 de julio de 2020.

Ocaña Carlos, Uría Francisco. Informe del observatorio de la digitalización financiera. 2017

Pérez, S., Moreno, F. y Padrón, T. (2018) La Innovación Tecnológica. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n1/2218-3620-rus-10-01-367.pdf

Porras Antoni. Net.Qué. Networking para todos.

Prieto, V., Jaca, C. Ormazabal, M. (2018). Economía circular: Relación con la evolución del concepto de sostenibilidad y estrategias para su implementación. Recuperado de: http://www.um.edu.uy/docs/Economia_Circular.pdf

Rodríguez, N. (2009) La innovación, la clave del éxito empresarial. Recuperado de: file:///C:/Users/sala.fae/Downloads/Dialnet-LaInnovacion-565208.pdf

Sena (2003). Decreto 934 de 2003 reglamenta el funcionamiento del fondo emprender.

Schumpeter, J. 1949/1951. “Economic Theory and Entrepreneurial Theory”. Reimpreso en R. V.

Clemence, Essays of J. A. Schumpeter. Cambridge, MA: Addison-Wesley, pp. 248-266

Zamora-Boza, C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. Revista Espacios. Vol. 39 (Nº 07) Año 2018. Pág. 15. Recuperado de: https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf