

**INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL**

**CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS**

**ANDREA ESTUPIÑAN VERA**

**CÓDIGO: 1094281559**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PAMPLONA**

**2019**

**INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL**

**CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS**

**ANDREA ESTUPIÑAN VERA**

**CÓDIGO: 1094281559**

**INFORME PRESENTADO COMO REQUISITO FINAL PARA OPTAR AL TÍTULO  
DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**SUPERVISOR DE PRACTICA**

**ANDREA JOHANA RAMÓN TORRES**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PAMPLONA**

**2019**

## **DEDICATORIA**

### **A Dios.**

Por haberme permitido llegar hasta este punto y darme la salud, brindarme el espíritu, la voluntad y la fuerza para cumplir con éxito mis objetivos propuestos.

### **A mis padres y hermanos**

Por haberme apoyado con sus consejos, valores y oraciones para que no me desviara del camino; por estar en todo momento bueno y malo con sus palabras de sabiduría.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIALES CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS.....</b>	<b>10</b>
1.1    Reseña Histórica de la Empresa .....	10
1.2    Aspectos Corporativos.....	11
1.2.1    Misión.....	11
1.2.2    Visión .....	11
1.2.3    Valores corporativos.....	11
1.2.4    Logo .....	12
1.3    Diagnostico.....	13
1.3.1    Matriz de factores internos. ....	14
1.3.2    Matriz de factores externos .....	16
1.3.3    DISEÑO Y ANÁLISIS DE LA MATRIZ DOFA.....	18
1.4    DESCRIPCIONES DEL ÁREA DE TRABAJO .....	21
1.5    FUNCIONES COMO PASANTE .....	21
1.6    ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO .....	22
1.6.1    Titulo .....	22
1.6.2    Objetivos General.....	22
1.6.3    Objetivos Específicos .....	22
1.6.4    Justificación.....	22
1.6.5    Cronograma .....	25
Implementación de un plan de medios para el posicionamiento del centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona.....	26
<b>2. DESARROLLO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....</b>	<b>27</b>
2.1    TITULO Implementación de un plan de medios que permita el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona .....	27

2.2	PLAN DE MEDIOS CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE PAMPLONA. ....	31
2.3	Generar nuevos canales de comunicación que faciliten el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas. ....	51
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>58</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>59</b>
	<b>ALCANCES DE PRÁCTICA</b> .....	<b>60</b>
	<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>61</b>
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>62</b>

## TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Logo Centro Incubadora de Empresas .....	12
Ilustración 2. Ruta de atención.....	13
Ilustración 3. El Antes de la Red Social Facebook.....	34
Ilustración 4. El Después de la Red Social Facebook.....	34
Ilustración 5. Publicación Pagina Facebook Social Unipamplona .....	35
Ilustración 6. Instagram Actual de la Incubadora de Empresas .....	36
Ilustración 7. Canal de YouTube Actual de la Incubadora de Empresas .....	37
Ilustración 8. El Antes del Subportal de la Incubadora de Empresas.....	38
Ilustración 9. El Después del Subportal de la Incubadora de Empresas.....	39
Ilustración 10. Correo Institucional.....	41
Ilustración 11. Evidencia "Correo solicitud de espacios en concejos de facultad" .	42
Ilustración 12. Publicación Página Oficial Unipamplona .....	43
Ilustración 13. Correo anuncios Universidad de Pamplona.....	44
Ilustración 14. Publicación página de Facebook universidad de pamplona .....	45
Ilustración 15. Fotografías elaboradas en Canva.....	47
Ilustración 16. Reunión Dirigida a el Decano y Docentes del Programa Ingeniería Electrónica .....	51
Ilustración 17. Reunión dirigida a la Directora y Docentes del Programa Fonoaudiología. ....	51
Ilustración 18. 1er PITCH de Emprendimiento.....	52
Ilustración 19. Caminata por el Emprendimiento Ingeniería Electrónica .....	53
Ilustración 20. Casa Domótica .....	54
Ilustración 21. Carro Hibrido .....	55
Ilustración 22. Jambe y Guide.....	55
Ilustración 23. Exocarpio Solar .....	56
Ilustración 24. Intervención en la semana de la Ingeniería Electrónica .....	56

## TABLA DE TABLAS

Table 1 Matriz de factores internos.....	15
Table 2 Matriz de factores externos.....	17
Table 3 Diseño y análisis de la matriz DOFA.....	20
Table 4 Cronograma .....	26
Table 5 Presupuesto.....	48
Table 6. Timing .....	49

## **ABSTRACT**

Currently, the issue of entrepreneurship is of vital importance for educational entities, since the labor supply is very minimal for the amount of demand available to acquire a job that allows them to perform work and apply the knowledge acquired throughout a professional career. For this reason, the Business Incubator Center of the University of Pamplona was born as a center to boost and enhance the business ideas of all students and student communities, allowing them to develop a business idea that impacts a community in which they have influence. With the project, that more than a business plan becomes a life project.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente el tema de emprendimiento es de vital importancia para las entidades educativas, ya que la oferta laboral es muy mínima para la cantidad de demanda disponible para adquirir un trabajo que le permita desempeñarse laboralmente y aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de una carrera profesional.

Por tal razón, el Centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona nace como un centro para dinamizar y potencializar las ideas de negocios de todos los estudiantes y comunidad estudiantil, permitiéndoles desarrollar una idea de negocio que impacte a una comunidad en la que se tenga influencia con el proyecto, que más que un plan de negocio se torna en un proyecto de vida.

Según Logegaray (2008:3). Las incubadoras de empresas son herramientas utilizadas para apoyar los surgimientos de nuevos emprendimientos, sobre todo con base tecnológica y mediante un fuerte contenido innovador. Asimismo, se crean condiciones específicas que permiten disminuir el nivel de mortandad en las etapas iniciales de su desarrollo de dichas organizaciones empresariales.

Por esta razón, se propone como propuesta de mejoramiento trabajar por el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas a través de la puesta en marcha de un plan de medios que nos permita llegar a los estudiantes de la unipamplona, dando a conocer los servicios que ofrecemos y a importancia de hacer uso de espacios como este, que está dirigido a toda la comunidad universitaria.

# **1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIALES CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS**

## **1.1 Reseña Histórica de la Empresa**

El Centro Incubadora de Empresas surge a finales de 1990, ante la necesidad de incluir en el pensum de los programas académicos que ofrece la Universidad de Pamplona “Desarrollo de la personalidad emprendedora” teniendo como propósito de permitir a los estudiantes un espacio de reflexión y participación para impulsar la nueva idea de negocio de creación de empresas, donde los estudiantes sean generadores de empleo y no los empleados. Los resultados obtenidos fueron excelentes gracias al compromiso y a la responsabilidad con la cual asumieron este nuevo reto tanto docentes como estudiantes.

El Centro Incubadora de Empresas inicialmente fue una organización encargada de asesorar ideas de negocio con el objetivo de que estos proyectos pudieran participar en el Concurso Comprender, organizado por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Esta convocatoria se realizaba de forma anual en donde año tras año contaba con mayor participación de los estudiantes de la Universidad de Pamplona.

Por los resultados favorables del concurso Comprender se promovió la creación de la Incubadora de Empresas, mediante el Acuerdo No. 061 del 10 de agosto de 2004 siendo una entidad sin ánimo de lucro dedicada al fomento de iniciativas empresariales y a la promoción de ambientes favorables que conduzcan al emprendimiento, las funciones que presta esta institución dentro de la Universidad son las siguientes, acompañar las iniciativas empresariales, acceder a convenios de financiación, presta servicios de asesoría, realiza procesos de sensibilización y establecer alianzas estratégicas.

A través del compromiso asumido por los estudiantes se decidió ampliar la proyección y la labor del Centro de Incubadora de Empresas, vinculándose al fondo

Emprender, organizado por el SENA, donde se logra consolidar ideas de negocio que hoy hacen parte del sector productivo del país. Actualmente la Incubadora de Empresas es una Unidad Externa de emprendimiento, en donde se trabaja de la mano para la creación de nuevas Unidades productivas para el desarrollo de la región

## **1.2 Aspectos Corporativos**

### 1.2.1 Misión

El Centro Incubadora de Empresas es una unidad estratégica adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y empresariales, cuya función principal es fomentar la cultura de emprendimiento a la comunidad estudiantil, a través de un grupo idóneo de profesionales incentiven y promuevan la creación de unidades productivas.

### 1.2.2 Visión

Para el 2025 el Centro Incubadora de Empresas deberá ser reconocido como la Unidad Externa de Emprendimiento que fomenta y promueve la creación de Unidades productivas que contribuyan al desarrollo socioeconómico de la región.

### 1.2.3 Valores corporativos

- ❖ Trabajo en equipo: Se hace de forma organizada y con la mayor disposición posible entre sí para llevar a cabo el desarrollo de cada una de las funciones.
- ❖ Responsabilidad: Bajo la premisa del cumplimiento en cada una de las convocatorias, acuerdos, fechas y demás funciones propias del cargo.
- ❖ Respeto: Aceptar la labor institucional y académica de cada uno de los actores sociales como parte fundamental de los procesos empresariales.

- ❖ Honestidad: Reconocer los derechos del emprendedor(es) y ser autocríticos con respecto a los alcances y limitaciones en cada uno de los procesos de emprendimiento.
- ❖ Creatividad: Observar de manera distinta los elementos previamente existentes, para encontrar la forma y la técnica adecuada de dar respuesta a las inquietudes generadas.
- ❖ Autocontrol: Mostrar siempre un comportamiento cordial, respetuoso, asertivo y prudente con cada una de las personas que le rodean.
- ❖ Curiosidad: Analizar la realidad circundante y cuestionarse respecto a ella para mejorar cada uno de los procesos de emprendimiento.

#### 1.2.4 Logo



*Ilustración 1. Logo Centro Incubadora de Empresas*

Fuente: <http://www.unipamplona.edu.co/incubadora/>

### 1.3 Diagnostico

#### DIAGNÓSTICO DEL CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA.

Por medio del siguiente diagnóstico analizare las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas del Centro Incubadora de Empresas y por medio de estas planteare propuestas que permitan el mejoramiento.

La Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona es un centro para dinamizar y potencializar el emprendimiento, además es una unidad académica promotora de iniciativas empresariales, brinda servicios de asesoría, capacitación, sensibilización, y acompañamiento a todas las ideas de negocio, buscando de esta manera el desarrollo de la región. Actualmente maneja la siguiente ruta de atención a los emprendedores:



Ilustración 2. Ruta de atención

Fuente: Elaboración propia

1.3.1 Matriz de factores internos.

<b>Factores externos claves.</b>	<b>Valoración</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación ponderada.</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Variedad de convenios con unidades externas de emprendimiento	0.04	4	0.16
Capital suficiente para el apoyo de financiación de los proyectos.	0.02	4	0.08
Se cuenta con la comunidad emprendedora y egresados.	0.04	4	0.16
Equipo de trabajo.	0.04	3	0.12
Ubicación estratégica de nuestra oficinas	0.03	4	0.12
Personal capacitado para dictar las sensibilizaciones.	0.03	3	0.09

<b>DEBILIDADES</b>			
Alto nivel de rotación de personal.	0.21	2	0.42
Sistema administrativo es obsoleto.	0.07	2	0.14
Desconocimiento de los servicios que ofrece la Incubadora.	0.21	1	0.21
La ejecución de la imagen corporativa no se encuentra en desarrollo.	0.1	2	0.02
No posee presencia digital, dado que esta desactualizado el portal.	0.07	2	0.14
No se utiliza herramientas ofimáticas para facilitar los procesos.	0.07	2	0.14
<b>Valor ponderado</b>			<b>1.66</b>

*Table 1 Matriz de factores internos*

Fuente: Elaboración propia

## Análisis de Matriz EFI

El análisis de la matriz de evaluación de factores internos nos arroja una calificación de 1.66, lo cual nos permite concluir que la Incubadora de Empresas se encuentra débilmente internamente, por lo tanto, se hace necesario poner en ejecución un plan de medios que permita el reconocimiento de la Incubadora, donde se aproveche las fortalezas que actualmente se tiene y de esta manera contrarrestar debilidades.

### 1.3.2 Matriz de factores externos

<b>Factores internos claves.</b>	<b>Valoración</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación ponderada.</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Realizar un plan de medios que permita la ejecución de la imagen corporativa.	0.25	4	1
Se cuenta con la comunidad educativa en diferentes áreas para la formulación de proyectos.	0.25	3	0.75
Personal calificado para la prestación del servicio.	0.09	3	0.27

Nuevas iniciativas y formas de innovación para la actualización de la página.	0.15	4	0.6
<b>AMENAZAS</b>			
Migración de proyectos a otras unidades de emprendimiento.	0.08	1	0.08
Alta competencia con otras entidades que ofrecen el mismo servicio.	0.07	1	0.07
Resistencia al cambio	0.06	2	0.12
Cambio de directivos.	0.05	2	0.1
<b>Valor ponderado</b>			2.99

*Table 2 Matriz de factores externos*

Fuente: Elaboración propia

### **Análisis de la matriz EFE.**

El análisis de la matriz de evaluación de factores externos, nos arroja un valor ponderado de 2.99, lo que significa que la Incubadora de Empresas se encuentra en un estado sobresaliente donde se puede llegar a tener un gran alto reconocimiento aprovechando las oportunidades y atacando con buenas estrategias las amenazas que otras unidades de emprendimiento puedan ocasionar.

### 1.3.3 DISEÑO Y ANÁLISIS DE LA MATRIZ DOFA

	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Realizar un plan de medios que permita la ejecución de la imagen corporativa.</li> <li>❖ Personal calificado para la prestación del servicio.</li> <li>❖ Nuevas iniciativas y formas de innovación para la actualización de la página.</li> <li>❖ Personal calificado para la prestación del servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Migración de proyectos a otras unidades de emprendimiento.</li> <li>❖ Alta competencia con otras entidades que ofrecen el mismo servicio.</li> <li>❖ Resistencia al cambio</li> <li>❖ Cambio de directivos.</li> </ul>
Fortalezas	FO	FA
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Variedad de convenios con</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Dado que se cuenta con el capital necesario,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ampliar el trabajo en equipo para evitar que la</li> </ul>

<p>unidades externas de emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Se cuenta con capital suficiente para el apoyo de financiación de los proyectos.</li> <li>❖ Se cuenta con la comunidad emprendedora y egresados.</li> <li>❖ Se cuenta con un equipo de trabajo diverso.</li> <li>❖ Ubicación estratégica de la oficina.</li> <li>❖ Se cuenta con el personal capacitado para dictar las sensibilizaciones.</li> </ul>	<p>se puede llevar a cabo una convocatoria interna que le permita a la universidad ser más independiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Generar estrategias de manera que la comunidad emprendedora y egresados conozca el servicio que se presta en la Incubadora de Empresas a través de la ejecución de la imagen corporativa.</li> </ul>	<p>competencia acapare las ideas de negocio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ El no tener claridad en los procesos Y formulación de proyectos puede generar la perdida de los emprendedores y existe la posibilidad que se vayan con la competencia.</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p>	<p><b>DO</b></p>	<p><b>DA</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Alto nivel de rotación de personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacitar el personal de manera que estén</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ El reconocimiento de la incubadora</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Sistema administrativo del centro Incubadora de Empresas mal estructurado.</li> <li>❖ Desconocimiento de los servicios que ofrece la Incubadora.</li> <li>❖ La ejecución de la imagen corporativa no se encuentra en desarrollo</li> <li>❖ No se posee presencia digital (ni página web, ni redes sociales)</li> <li>❖ No se utiliza herramientas ofimáticas para facilitar los procesos.</li> </ul>	<p>atentos a formulación de todas las ideas de emprendimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Desarrollar jornadas de sensibilización con docentes, para crear canales de comunicación transmitidas a estudiantes.</li> </ul>	<p>por medios de estrategias como son las redes sociales, permitirá mayor acercamiento de idea de negocio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ El lanzamiento de la nueva imagen corporativa de la Incubadora permitirá llamar la atención a todos aquellos estudiantes que no conocen de los Servicios que presta.</li> </ul>
---	---	---

*Table 3 Diseño y análisis de la matriz DOFA*

Fuente: Elaboración propia

### **Análisis de la Matriz DOFA**

El análisis realizado al Centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona refleja las siguientes falencias:

- ❖ No es reconocida por la gran mayoría de comunidad estudiantil.
- ❖ No cuenta con la imagen corporativa actualizada.
- ❖ No se tiene acceso a información por medio de redes sociales.

## 1.4 DESCRIPCIONES DEL ÁREA DE TRABAJO

El Centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona, se encuentra ubicada en la Sede virgen del Rosario, segundo piso de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, es un lugar de Encuentro para Dinamizar y Potenciar el Emprendimiento y la Innovación, así como el Desarrollo y financiación de nuevos modelos de Negocios en la Comunidad

Esta dependencia cuenta con un equipo de trabajo conformado por:

- ❖ Director de Unidad de Emprendimiento: Luis Manuel Palomino Méndez
- ❖ Asesor en la formulación y elaboración proyectos.
- ❖ (1) Auxiliar administrativo
- ❖ (1) OPS
- ❖ (1) Secretaria administrativa
- ❖ (1) estudiante de economía quien realiza su trabajo social

**Instalaciones:** Las instalaciones del centro incubadora de empresas se encuentran ubicadas en un lugar propicio para el acercamiento factible de los emprendedores, tiene una buena iluminación tanto artificial como natural y es un ambiente tranquilo. aunque no cuenta con los puestos de trabajo necesarios lo que impide el desarrollo correcto del buen servicio, además no cuenta con recursos físicos propios, los mobiliarios de oficina, muebles y enseres no son los más apropiados.

## 1.5 FUNCIONES COMO PASANTE

En el cargo de auxiliar administrativo desempeño las labores de apoyo a los procesos de la Incubadora de Empresas tales como:

- ❖ Consultoría: servicio de asesoría a estudiantes que presentan ideas de negocio y diligenciamiento de formatos.
- ❖ Atención a estudiantes: generar información, resolver dudas y programar asesorías.

- ❖ Procesos administrativos: orden y archivo de la información, informes y estadísticas.

## 1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

### 1.6.1 Título

Implementación de un plan de medios que permita el reconocimiento del centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona.

### 1.6.2 Objetivos General

Implementar un plan de medios que permita el reconocimiento del centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona.

### 1.6.3 Objetivos Específicos

- Crear estrategias que permitan el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas
- ❖ Incentivar a través de escenarios de sensibilización la formulación de nuevas ideas de negocios
- ❖ Generar nuevos canales de comunicación que faciliten el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas.

### 1.6.4 Justificación

En la actualidad se 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; como está establecido en la **LEY 1014 DE 2006** donde señala el fomento

a la cultura del emprendimiento, es necesario resaltar el **Artículo 2°. Donde establece el Objeto de la ley.**

La presente ley tiene por objeto:

- a) 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;
- b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;
- c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;
- d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;
- e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;
- f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;
- g) 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;

- h) 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 clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;
- i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;
- j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

A la vez es de vital importancia dar a conocer lo determinado en el **Artículo 16. Opción para trabajo de grado**. Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado.

Teniendo en cuenta la importancia de crear un espíritu emprendedor en la Universidad de Pamplona, el cual permita incentivar a la comunidad educativa a trabajar en sus ideas de negocio, a lo largo de su carrera profesional, que le permita a el estudiante la oportunidad de salir a generar empleo y no ser empleado, por esta razón se cuenta con un Centro Incubadora de Empresas el cual asesora todas las ideas y proyectos de las diferentes facultades, orientándoles de manera que sea fácil el proceso y dinámico, a partir del análisis de las actividades ejecutadas en la misma se genera el diagnostico, el cual evidencia que no se ha puesto en ejecución la imagen corporativa, para lo cual se hace necesario la puesta en marcha de un plan de medios donde se facilite el reconocimiento de la misma.

1.6.5 Cronograma

ACTIVIDADES	SEPTIEMBR				OCTUBRE					NOVIEMBR				DICIEMBR			
	E	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	E	1	2	3
Inicio de práctica, inducción y asignación de actividades	■																
Recopilación de información general de la empresa		■	■														
Lluvia de ideas y creación de la propuesta				■													
<b>Entrega del primer Informe de Practica</b>				■													
Correcciones del primer informe.					■												
Elaboración de correcciones						■											
Estudio de los requerimientos necesarios, para el desarrollo de la propuesta							■										



## **2. DESARROLLO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO**

### **2.1 TITULO Implementación de un plan de medios que permita el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona**

Es importante definir que son los medios de comunicación, para algunos, la definición de los medios de comunicación es: “ la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje”, para otros, “es un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar, así como también hay quienes piensan en los medios de comunicación como un reflejo de la sociedad del momento , como en un medio gracias en el cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinados”. Aunque son muchas las definiciones que se pueden encontrar, se podría decir que casi todo el mundo acierta a su significado, considerando entonces que si escogiéramos de cada una algo se tendría una excelente definición, pero para dejarlo más claro “los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc.

Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa”. Agregando también que con “la eficacia socializadora de la que gozan los medios, estos radican en su capacidad para proponer a sus receptores qué pensar, sobre qué pensar, cómo pensar y, más allá del terreno intelectual, cómo sentir, actuar y, en definitiva, vivir”.

El Plan de medios se conoce como: “la solución a la difusión de la campaña, es decir, la respuesta a la necesidad de llegar al público objetivo y lograr que éste

reciba el mensaje del anunciante” se puede agregar que este hace parte del llamado plan de comunicaciones (es el que contiene las pautas de la estrategia de comunicación de una empresa u organización. Todo plan de Comunicación requiere si se carece de un plan estratégico donde se hayan contemplado las relaciones internas y externas de la entidad) que se construye de acuerdo a los objetivos de una empresa o proyecto y que tiene como fin analizar y evaluar los valores cuantitativos de los medios genéricos en función de las necesidades de comunicación. El “que” se debe comunicar y el “como” comunicarla; la estrategia evalúa los medios genéricamente y en función de que sean los mejores vehículos para llevar el “como” a un sector definido de potenciales compradores”

En el plan de medios existen importantes pasos que deben ser cumplidos a cabalidad, para lograr así liderarlo de la mejor manera y conseguir que la estrategia sea la más exitosa. (Google Academico, 2019)

i. Define tus objetivos

¿Qué pretendes conseguir con tu plan de medios?

- Darte a conocer.
- Crear imagen de marca.
- Fidelizar a tus clientes.
- Promocionar un determinado producto.

ii. Análisis del target

Un plan de medios trata de impactar con su mensaje a un determinado público objetivo o target, que es susceptible de comprar un determinado producto o servicio. Por tanto, es fundamental la correcta definición del target para que nuestro plan de medios tenga éxito. Debemos responder a las preguntas ¿dónde se encuentra?, ¿cómo es? y ¿cómo y dónde consume?

### iii. Estrategia

Ahora que tienes tus objetivos y tu target definido es necesario desarrollar una estrategia para cada objetivo. Debes definir “qué” se debe comunicar y “cómo” comunicarlo. Puedes maximizar el impacto de tu plan de medios, verificando que utilizas cada plataforma a un nivel efectivo antes de aumentar tu plan con otro medio

### iv. Medios

Según tu público objetivo deberás elegir entre medios offline (prensa, radio, televisión, directorios, vallas, etc.) y online (buscadores, portales, redes sociales, boletines, etc.). La mejor opción es utilizar una combinación de ambos canales.

### v. Canales

Asigna tres criterios (de acuerdo al briefing y a la estrategia publicitaria de la empresa) que los canales de esa categoría deben cumplir:

- **Selección:** aspectos a concretar como la penetración del medio, los niveles de cobertura, la segmentación geográfica, las posibilidades comerciales (encartes, suplementos, especiales.).
- **Periodicidad:** si queremos impactar en momentos puntuales o no, medios de contenido o tirada diaria, mensual, quincenal, bimensual.
- **Formatos:** en función de la partida presupuestaria y el tipo de campaña, si se van a marcar formatos convencionales o formatos especiales, si se busca la notoriedad o el ajuste presupuestario...

vi. Define los formatos

Busca los formatos que mejor se adapten a tus objetivos y presupuesto. Generalmente, los formatos publicitarios más visibles y complejos son los más costosos. A menudo es más importante la posición y la creatividad del anuncio, que su tamaño.

vii. Asigna un presupuesto

Debes hacer un presupuesto cerrado que incluya todos los medios que emplearás para tu plan de medios. Fija un presupuesto y una cantidad para cada medio de comunicación, así te asegurarás de tener todo bajo control. Negocia con cada medio y obtén las mejores tarifas, pueden hacerte un descuento por la contratación anticipada, o por la larga duración de la campaña.

viii. Diseña un calendario/ timing

Ahora que ya conoces los canales, medios y formatos, decide las fechas y la periodicidad de las inserciones.

Es importante analizar y tener en consideración el periodo de tiempo de duración de la campaña, en que meses se desarrollará.

ix. Análisis del plan

Uno de los puntos más importantes del plan de medios es saber si los esfuerzos han dado sus frutos. Debes analizar los resultados, al final de la campaña y durante la misma, para poder cambiar y rectificar cosas que no estén funcionando. Haz un seguimiento de cada uno de los canales contratados para conocer la efectividad de

cada formato. En caso que no funcionen o no lleguen al objetivo marcado, se debe tratar de optimizar y tomar decisiones para mejorar los resultados marcados.

Cada uno de los factores que intervienen son necesarios para lograr que el plan de medios sea el más efectivo posible y que sus mensajes sean los adecuados a la consecución de los objetivos que generaron la necesidad de crear un plan de medios. (Google Academico, 2019)

## **2.2 PLAN DE MEDIOS CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE PAMPLONA.**

### **Objetivos del plan de medios.**

- Fortalecer la imagen corporativa del CIDEUP a través de la actualización de contenido en el subportal web y redes sociales, donde se promocionen los servicios que esta presta.
- Utilizar redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube que permitan el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona, además de la voz a voz.

### **Definición de target**

El plan de medios tendrá una duración de un semestre, puesto que para este semestre se espera terminar y entregar la puesta en marcha de la propuesta anterior del semestre academico2019-1, donde se llevará acabo el reconocimiento de la nueva imagen corporativa del Centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona.

Los servicios del centro Incubadora de Empresas se ofrecen a la comunidad académica de la universidad de Pamplona, Siendo el nicho de mercado para este servicio 13665 estudiantes presenciales.

Ubicación: Pamplona y Villa del Rosario.

## **Estrategia.**

Se hace necesario llegar a el reconocimiento por medios de plataformas más visitadas por los estudiantes de la comunidad Universidad de Pamplona, por dicha razón se realizará la Creación y actualización de redes sociales Facebook, Instagram y YouTube.

Se va a comunicar los servicios que ofrece el CIDEUP a través de jornadas de sensibilización presencial a grupos de estudiantes y docentes de manera que se genere una voz a voz para lograr impactar al público objetivo, así mismo la actualización de contenidos en el subportal web y redes sociales.

El reconocimiento del CIDEUP, es muy bajo ya que no se cuenta con la publicidad adecuada y las redes se encuentran desactualizadas, reconociendo que actualmente el punto fuerte es la tecnología a nivel mundial, se hace necesario implementar esta clase de tecnología para generar publicidad que permita ser reconocida por la comunidad universitaria, en este sentido se pone en marcha la actualización el subportal, página en facebook y creación de las demás redes necesarias.

La importancia de utilizar el correo institucional, resalta nuestro objetivo por que llegaremos a todas las facultades de la Universidad de Pamplona, de esta manera dando a conocer los servicios que prestamos, y motivado a los docentes para que compartan la información con sus estudiantes y estos se acerque o nos contacten para solicitar más información.

## **Medios**

Para iniciar la estrategia planeada, antes de tomar cualquier acción, se debe determinar cuáles son los medios apropiados por los cuales se verán los resultados de manera más eficiente. Es por esto que se ha escogido trabajar con los medios

digitales, más utilizados por la comunidad universitaria con un enfoque integrado hacia los medios de comunicaciones, como lo son Facebook, Instagram y YouTube, también cabe resaltar que la actualización del subportal permitirá tener información precisa de los servicios que se prestan en la Incubadora de Empresas, por medio de los espacios que se brindan a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para ser partícipes de programas radiales, se hace posible la intervención con diferentes cuñas radiales donde resaltamos el labor desarrollado en el CIDEUP.

## **Facebook**

Facebook ofrece una variedad de anuncios que van de acuerdo con la estrategia que se quiere implementar y la opción de segmentar el mercado de acuerdo al público al que se quiera llegar. De acuerdo con la cantidad de dinero que desee invertir, los anuncios tendrán mayor o menor rotación y así el negocio se dará a conocer. Además, se puede mantener un control estadístico sobre el movimiento de la página.

<https://www.facebook.com/Incubadora-de-Empresas-Unipamplona-2320732751334880/>

Por esta razón se propone la utilización de esta plataforma, ya que es un medio muy utilizado y visitado por la comunidad universitaria.

De esta manera se propone crear alianzas para trabajar con perfiles muy reconocidos como lo son:

- Social UniPamplona
- Oficina del Estudiante UniPamplona
- Estudiante Up
- Universidad de Pamplona-Colombia

## ANTES



Ilustración 3. El Antes de la Red Social Facebook

Fuente: Elaboración propia

## DESPUÉS



Ilustración 4. El Después de la Red Social Facebook

Fuente: Elaboración propia

Una de las estrategias que se utilizaron por medio de la actualización de la página de Facebook fue el dar nos a conocer por medio de perfiles visitados por los estudiantes como social unipamplona donde se logró a través de un video mostrar los servicio que ofrecemos, lugar y horarios de atención. Donde se logró la reproducción del video por 785 personas de la comunidad universitaria.



785 reproducciones

**Social UniPamplona**

3 de diciembre a las 20:13 · 🌐

👍 Me gusta esta página

Nos piden compartir:

Buenas noches, de parte de estudiantes de administración de empresas queremos promover el aprovechamiento del servicio de Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona, la idea es incentivar a los estudiantes que tienen alguna idea de negocio para poder llevarla a la práctica, logrando que los estudiantes aprovechen los recursos en proyectos e ideas de negocio.

Actualmente el capital semilla se usa para eso.

Invitamos a seguirnos en nuestras Redes Sociales:

<https://www.facebook.com/Incubadora-de-Empresas-Unipamplona-2320732751334880/>

<http://www.unipamplona.edu.co/incubadora/>

[https://www.instagram.com/incubadora\\_up/](https://www.instagram.com/incubadora_up/)

*Ilustración 5. Publicación Pagina Facebook Social Unipamplona*

Fuente: Elaboración propia

## Instagram

Por medio de imágenes y videos, es publicidad que captura la atención del usuario. Según algunos estudios, el cerebro procesa 60.000 veces más veloz una imagen a comparación de un texto. El ser humano retiene 20% de lo que lee, mientras retiene 80% de lo que ve. Por lo cual este medio ha ido generado tanta fama y una gran cantidad de usuarios (Parera, 2016).

Por medio de esta plataforma queremos llegar a mas estudiantes por medio de la elaboración de imágenes con frases precisas, que motiven a los estudiantes y generen curiosidad en las personas que no tienen conocimiento sobre los servicios que se prestan en el Centro Incubadora de Empresas.

[https://www.instagram.com/incubadora\\_up/](https://www.instagram.com/incubadora_up/)

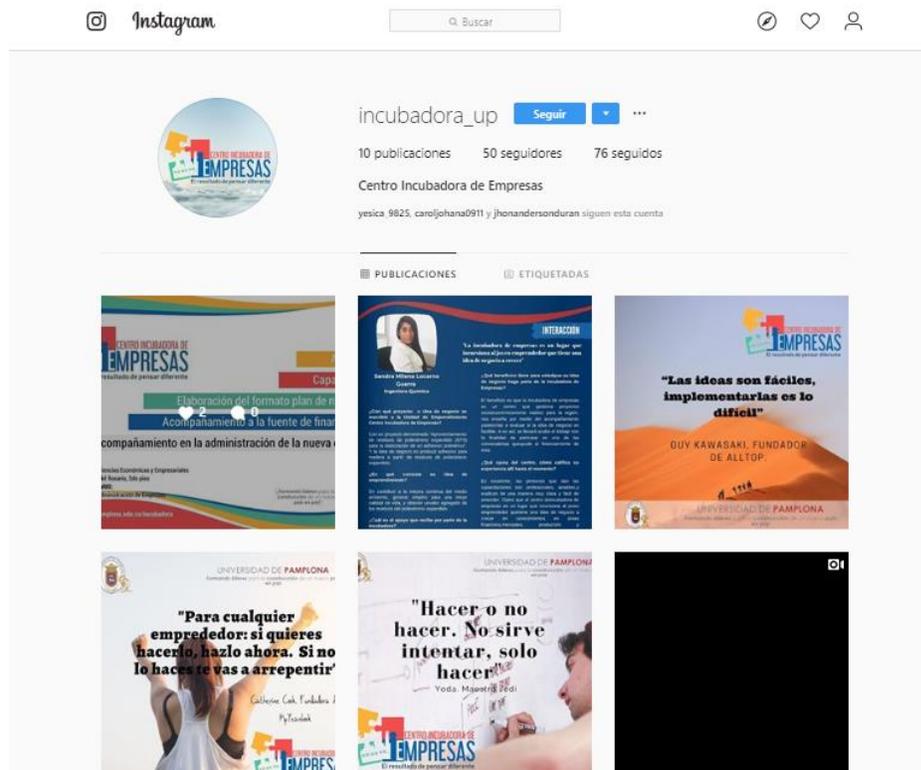


Ilustración 6. Instagram Actual de la Incubadora de Empresas

Fuente: Elaboración propia

## YouTube

Un sitio web que se dedica a compartir videos también hace parte de un medio vital para el mercadeo digital, la agencia planea realizar una corta publicidad y pagar para que se presente antes de que el usuario pueda ver el video que desea ver. Como se reproducirá antes de cualquier video, lo más posible es que de tanta repetición, el usuario retenga información que le llame la atención y en cierta manera busque la página web.

<https://www.youtube.com/channel/UC9TtUUI1tECpQsNmWZw8XNQ?fbclid=IwAR13TJbIWjiiAmyOS0aIZAGoHk90hX9I2WAeInI84EYHVUSrejKTSGER9wQ>

The image shows a screenshot of a YouTube channel page. At the top, there is a search bar with the word 'Buscar' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are icons for a grid, a bell, and a profile picture. Below the search bar is a large banner image of a mountain valley with clouds. Underneath the banner is the channel's profile picture, a circular logo with the text 'CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS' and 'El resultado de pensar diferente'. To the right of the profile picture is the channel name 'Centro Incubadora de Empresas' and '2 suscriptores'. A red 'SUSCRIBIRSE' button is located to the right of the channel name. Below the channel name are navigation tabs: 'INICIO', 'VÍDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'CANALES', 'COMENTARIOS', and 'MÁS INFORMACIÓN'. Below the navigation tabs is a section titled 'Videos subidos' with a 'REPRODUCIR TODO' button. There are four video thumbnails displayed, each with a duration: 0:32, 1:01, 0:23, and 0:18. Below the thumbnails are four video titles and their respective view counts and upload dates: '¿Estas interesado en desarrollar una idea de...', 'Nuevo Logo Centro Incubadora de Empresas UP', 'Centro Incubadora de Empresas', and 'Centro Incubadora de Empresas unipamplona'. To the left of the main content area is a sidebar with navigation options: 'Página principal', 'Tendencias', 'Suscripciones', 'Biblioteca', 'Historial', 'Ver más tarde', and 'Videos que me g...'. Below the sidebar is a 'SUSCRIPCIONES' section with three channels listed: 'Espinoza PazTV', 'Códigos de Pr...', and 'keyner Peña H...'. At the bottom of the sidebar is a 'MÁS DE YOUTUBE' section with a 'YouTube Premium' option.

*Ilustración 7. Canal de YouTube Actual de la Incubadora de Empresas*

Fuente: Elaboración propia

## Actualización del Subportal

Por medio de la actualización del subportal los estudiantes tendrán las oportunidades de obtener la información de manera virtual como quienes somos, formatos que se manejan, servicios que se prestan, contactos, etc.

<http://www.unipamplona.edu.co/incubadora/>

## ANTES



*Ilustración 8. El Antes del Subportal de la Incubadora de Empresas*

Fuente: Elaboración propia

## DESPUÉS



Ilustración 9. El Después del Subportal de la Incubadora de Empresas

Fuente: Elaboración propia

### Cuñas Radiales

Gracias a los espacios proporcionados por medios de cuñas radiales se pretende aprovechar de 20 a 30 segundo por programa radial de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, donde se busca por medio de frases cortas y llamativas llegar a los escuchas, y de esta manera dar a conocer el CIDEUP.

- Las grandes oportunidades nacen de haber sabido aprovechar las pequeñas, por eso te invitamos a que te acerques al segundo piso de la Sede Virgen del Rosario y conozcas nuestra Unidad de emprendimiento Centro Incubadora de Empresas. Universidad de Pamplona “Formando líderes para la construcción de un nuevo país”

- Estas interesado en desarrollar una idea de negocio, pero aun no sabes cómo acércate a nuestra unidad de emprendimiento Centro Incubadora de Empresas allí contamos con personal idóneo que te podrá asesorar, en los horarios de lunes a viernes, de 8 de la mañana a 12 del mediodía y de 2 a 6 de la tarde en nuestra oficina ubicada en las instalaciones del segundo piso de la Sede Virgen del Rosario. Universidad de Pamplona “Formando líderes para la construcción de un nuevo país”
  
- ¿conoces la ley 1014 del 2006? que hace referencia a el fomento de la cultura del emprendimiento, Aquí te dejo algunos datos que pueden ser de tu interés el artículo 16 de esta ley dice que las instituciones de educación superior aprobadas por el gobierno pueden contemplar dentro de la modalidad de trabajo de grado el plan de negocio, es decir que los estudiantes tienen como alternativa el desarrollo de un plan de negocio en remplazo de su trabajo de grado. Conoce más información en nuestra página de facebook Incubadora de Empresas - UniPamplona. Universidad de Pamplona “Formando líderes para la construcción de un nuevo país”
  
- Nuestra unidad de emprendimiento Centro Incubadora de Empresas tiene una nueva imagen conócela visitando nuestra página de facebook Incubadora de Empresas – UniPamplona y entérate de los servicios que allí ofrecemos. Universidad de Pamplona “Formando líderes para la construcción de un nuevo país”
  
- En Nuestra unidad de emprendimiento Centro Incubadora de Empresas nuestra misión es fomentar la cultura de emprendimiento en la comunidad estudiantil a través de la orientación de un grupo idóneo de profesionales que incentivan y promueven la creación de unidades productivas por esa razón te invitamos a que la conozcas y hagas realidad tus ideas de negocio. Universidad de Pamplona “Formando líderes para la construcción de un nuevo país”

## Correo Institucional.

El correo corporativo o institucional es, en otros términos, el que identifica de manera oficial a la empresa; el que confirma que el remitente es una entidad formal y de confianza, en la que el dueño está haciendo una inversión en una empresa comercial, una marca o un proyecto.

Contar con un correo corporativo tiene una importancia significativa y hasta determinante, para que un cliente o cliente potencial deposite su confianza en un empresario que se dedique a la venta de bienes o servicios. Un correo personal, gratuito, puede dar una sensación de descuido.

Por esta razón fomentaremos el uso del correo institucional el cual nos permita llegar a los demás entes de la institución, donde se dé a conocer los servicios que se prestan el Centro Incubadora de Empresas.

Se compartirá la información por vía correo siendo el modelo el siguiente para solicitud de publicaciones en las diferentes páginas que maneja la universidad,

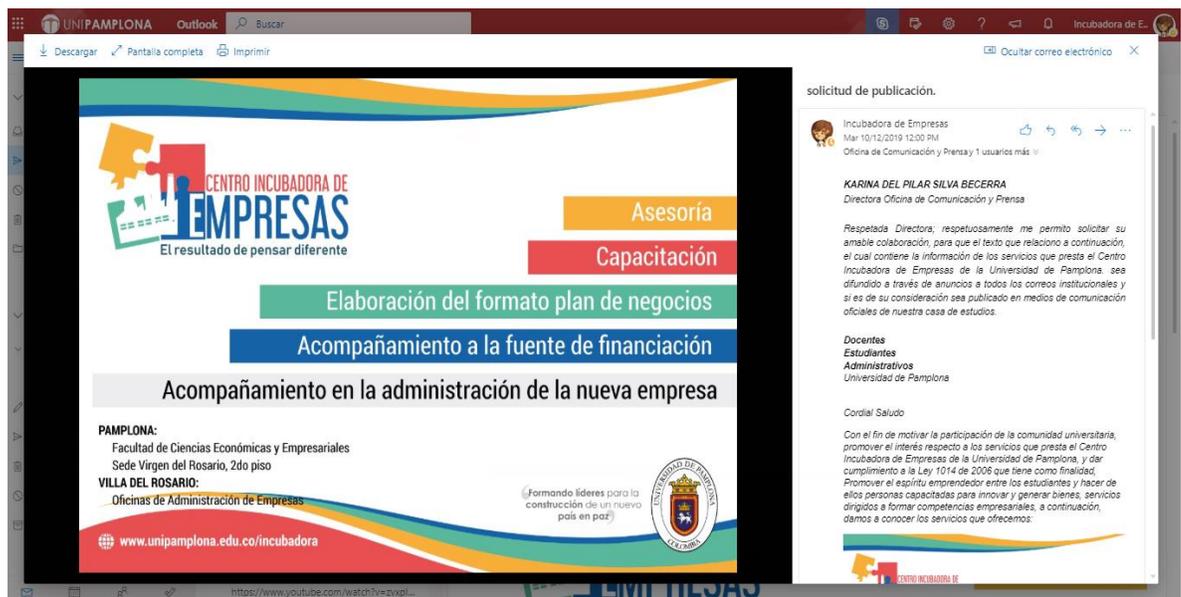


Ilustración 10. Correo Institucional

Fuente: Elaboración propia

- Como otra estrategia al uso del correo institucional se solicitó los espacios en las Reunión de consejo de facultad, para el periodo académico 2020-1, con la finalidad de dar a conocer los servicios que presta la Incubadora de Empresas y motivarlos a solicitar sensibilizaciones con sus estudiantes donde se dé a conocer más detallada la información del trabajo que allí se realiza

**Atenta solicitud**

Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales

Jue 12/12/2019 15:47

Para: Facultad de Artes y Humanidades <fartes@unipamplona.edu.co>; Facultad de Ciencias Agrarias <fagraria@unipamplona.edu.co>; Facultad de Ciencias Básicas <fbasicas@unipamplona.edu.co>; Facultad de Educacion <feducacion@unipamplona.edu.co>; JORGE LUIS DIAZ RODRIGUEZ <fingenierias@unipamplona.edu.co>; Facultad De Salud <fsalud@unipamplona.edu.co>  
 CC: Incubadora de Empresas <Incubadora@unipamplona.edu.co>

📎 1 archivos adjuntos (315 KB)  
 CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS.jpg;

Decano  
**HENRY JOSÉ CÁCERES CORTÉS**  
 Facultad de Artes y Humanidades

Decano  
**JHON JAIRO BUSTAMANTE**  
 Facultad de Ciencias Agrarias

Decano  
**ENRIQUE ALFONSO CABEZA HERRERA**  
 Facultad de Ciencias Básicas

Decano  
**BENITO CONTRERAS EUGENIO**  
 Facultad de Ciencias de la Educación

Decano  
**JORGE LUIS DÍAZ RODRÍGUEZ**  
 Facultad de Ingenierías y Arquitectura

Decano  
**RAÚL RODRÍGUEZ MARTÍNEZ**  
 Facultad de Salud

Apreciados Decanos; con el fin de motivar la participación de la comunidad universitaria, promover el interés respecto a los servicios que presta el Centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona y dar cumplimiento a lo establecido en la Ley 1014 de 2006, que tiene como finalidad, promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes, servicios dirigidos a formar competencias empresariales, amablemente solicito su colaboración concediendo un espacio no mayor a 20 minutos en sesión de Consejo de Facultad en el inicio del semestre académico 2020-1, ello con el propósito de dar a conocer los servicios que presta el Centro Incubadora de Empresas.

Agradeciendo su atención, quedo atento a su confirmación,

Un cordial saludo,

**LUIS MANUEL PALOMINO MÉNDEZ**  
 Decano  
 Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

*Ilustración 11. Evidencia "Correo solicitud de espacios en concejos de facultad"*

Fuente: Elaboración propia

Por medio de esta estrategia implementada se logró la publicación en la página principal de la universidad, donde tiene acceso todo los estudiantes y comunidad en general de la UniPamplona, de esa misma manera por medios de la página en Facebook que maneja la universidad de pamplona.



Para notificaciones judiciales: [notificacionesjudiciales@unipamplona.edu.co](mailto:notificacionesjudiciales@unipamplona.edu.co)

<p><b>Direcciones de correspondencia</b></p> <p><b>Sede Principal Pamplona</b> Km 1 Vía Bucaramanga Ciudad Universitaria Pamplona – Norte de Santander Teléfonos: (57+7) 5685303 - 5685304</p> <p><b>Cread Norte de Santander</b> Calle 5 No. 2-38 Barrio Latino Cúcuta – Norte de Santander Teléfonos: (57+7) 5711088 - 5832263 – 5833712 y 5685303 ext. 520-521 <a href="mailto:cread.nortesantander@unipamplona.edu.co">cread.nortesantander@unipamplona.edu.co</a></p>	<p><b>Cread Cundinamarca</b> Carrera 17 No. 33 - 25 Teusaquillo Bogotá – D.C Teléfonos: (57) +1 2499745 (57) +7 +5685303 ext. 500 <a href="mailto:cread.cundinamarca@unipamplona.edu.co">cread.cundinamarca@unipamplona.edu.co</a></p> <p><b>Atención al Ciudadano y Transparencia</b> <a href="mailto:atencionalciudadano@unipamplona.edu.co">atencionalciudadano@unipamplona.edu.co</a>   Teléfono (7) 5685303, 5685304, 5682750 Ext: 800 -196</p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Mapa de ubicación Sede principal</a></p> <p><b>Horario de atención</b> Lunes a viernes 08:00 a. m. a 12:00 m. - 02:00 a 06:00 p. m.</p>	<p>Seleccionar idioma ▼</p> <p> </p> <p style="background-color: white; color: black; padding: 2px; display: inline-block;">PQRS</p>
--	---	--

<p><b>Más noticias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> <li></li> <li></li> </ul>	<p><b>Está pasando</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>19 Dic</b> Prueba de admisión Programa de Lic. en Educación Física.</li> <li><b>DIC</b> Sesiones de formación 2019-2</li> </ul>	<p><b>Enlaces</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Pagos en línea</li> <li>&gt; Circulares de interés</li> <li>&gt; Medios de comunicación</li> <li>&gt; Sala de prensa</li> <li>&gt; Egresados</li> <li>&gt; Biblioteca</li> <li>&gt; Glosario de términos</li> <li>&gt; Planes de</li> <li>&gt; Imagen corporativa</li> </ul>
---	--	--



Para notificaciones judiciales: [notificacionesjudiciales@unipamplona.edu.co](mailto:notificacionesjudiciales@unipamplona.edu.co)

<p><b>Direcciones de correspondencia</b></p> <p><b>Sede Principal Pamplona</b> Km 1 Vía Bucaramanga Ciudad Universitaria Pamplona – Norte de Santander Teléfonos: (57+7) 5685303 - 5685304</p> <p><b>Cread Norte de Santander</b> Calle 5 No. 2-38 Barrio Latino Cúcuta – Norte de Santander Teléfonos: (57+7) 5711088 - 5832263 – 5833712 y 5685303 ext. 520-521 <a href="mailto:cread.nortesantander@unipamplona.edu.co">cread.nortesantander@unipamplona.edu.co</a></p> <p><b>Sede Villa del Rosario</b> Autopista Internacional Vía Los Andes Villa Antigua Villa del Rosario – Norte de Santander Teléfonos: (57+7) 5708566 - (57+7) 5685303 ext. 600 <a href="mailto:vilrosario@unipamplona.edu.co">vilrosario@unipamplona.edu.co</a></p>	<p><b>Cread Cundinamarca</b> Carrera 17 No. 33 - 25 Teusaquillo Bogotá – D.C Teléfonos: (57) +1 2499745 (57) +7 +5685303 ext. 500 <a href="mailto:cread.cundinamarca@unipamplona.edu.co">cread.cundinamarca@unipamplona.edu.co</a></p> <p><b>Atención al Ciudadano y Transparencia</b> <a href="mailto:atencionalciudadano@unipamplona.edu.co">atencionalciudadano@unipamplona.edu.co</a>   Teléfono (7) 5685303, 5685304, 5682750 Ext: 800 -196</p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Mapa de ubicación Sede principal</a></p> <p><b>Horario de atención</b> Lunes a viernes 08:00 a. m. a 12:00 m. - 02:00 a 06:00 p. m.</p> <p>MEI Universidad de Pamplona 590501510 - 4</p>	<p>Seleccionar idioma ▼</p> <p> </p> <p style="background-color: white; color: black; padding: 2px; display: inline-block;">PQRS</p>
---	--	--



Ilustración 12. Publicación Página Oficial Unipamplona

Fuente: Elaboración propia

## Correo anuncios universidad de pamplona.

Gracias al despliegue automático de anuncios a través del correo institucional de la universidad, y por medio del correo solicitado a prensa para poner en circulación la información se logró dar a conocer los servicios que presta el Centro Incubadora de Empresas

### Servicios del Centro de Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona

 Anuncios Universidad de Pamplona  
a  
Mié 11/12/2019 9:53 AM

El **Centro de Incubadora de Empresas** de la Universidad de Pamplona con el fin de dar cumplimiento a la Ley N° 1014 de 2006, que tiene como finalidad, promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales, da a conocer los servicios que ofrece:



**CENTRO INCUBADORA DE EMPRESAS**  
El resultado de pensar diferente

- Asesoría
- Capacitación
- Elaboración del formato plan de negocios
- Acompañamiento a la fuente de financiación
- Acompañamiento en la administración de la nueva empresa

**PAMPLONA:**  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Campus Virgen del Rosario, 3do piso

**VILLA DEL ROSARIO:**  
Oficina de Administración de Empresas

www.unipamplona.edu.co/incubadora

¡Presente ideas con la  
contribución de un nuevo  
patrón en paz!



Ilustración 13. Correo anuncios Universidad de Pamplona

Fuente: Elaboración propia

## Publicación página de Facebook universidad de pamplona.



Ilustración 14. Publicación página de Facebook universidad de pamplona

Fuente: Elaboración propia

## Canales

Para el desarrollo adecuado del plan de medios se trabajarán con plataformas como:

- Página de Facebook
- Página de Instagram
- Creación de canal de YouTube
- Pautas radiales en radio Universidad de Pamplona
- Actualización del subportal Incubadora de Empresa.
- Utilización del correo institucional

## Periodicidad

Para que el plan de medios sea efectivo se requiere trabajar, en constante actualización de la información donde se den a conocer las actividades planeadas, con el fin de llegar a la comunidad universitaria y esta sea participe de las mismas. Por esta razón se requiere manejar las páginas de Facebook, Instagram, diariamente donde se informe las actividades a desarrollarse y se motive a los estudiantes a el reconocimiento del CIDEUP y se logre llegar a más seguidores estudiantes de Universidad de Pamplona.

Para el canal de YouTube se pretende trabajar al menos 3 veces por semana para alimentar el canal de manera que se pueda generar atracción a los visitantes. En las pausas publicitarias trabajaremos principalmente en los 3 programas radiales, que actualmente tiene los espacios la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, los cuales son:

Panorama contable (Contaduría) en el horario de 3 a 4 pm, todos los miércoles.

Emprésate (Administración) en el horario de 4 a 4:30, todos los miércoles.

Ámbito económico (Economía) en el horario de 3 a 3:30, todos los viernes.

Uno de los objetivos es la actualización del subportal donde se busca plantear de manera organizada información que permita a los estudiantes saber los servicios que se prestan en la Incubado de Empresas y de esta manera se acerquen a las oficinas a ampliar información.

## **Definición de formatos**

Duración de cada una de las cuñas radiales 30 segundos.

Fotografías elaboradas en **Canva**.

**Canva** es un sitio web de herramientas de diseño gráfico simplificado, fundado en 2012. Utiliza un formato de arrastrar y soltar y proporciona acceso a más de un millón de fotografías, vectores, gráficos y fuentes. Es utilizado por no diseñadores, así como profesionales. Las herramientas se pueden utilizar tanto para el diseño web como para los medios de impresión y gráficos.

Videos cortos (entre 20 a 40 segundos) editados y elaborados por el personal de la unidad de emprendimiento, como ayuda de recursos propios de la universidad. Ejemplo de algunas fotografías que se publicarían diariamente, además de actividades a realizarse o eventos programados.



*Ilustración 15. Fotografías elaboradas en Canva*

Fuente: Elaboración propia

### Presupuesto

CONTENIDO	VALOR TOTAL
Cuenta de Facebook e Instagram	Gratis
Publicidad Facebook	\$20.000 mensual
Publicidad Instagram	\$12.000 quincenal

Comercial de YouTube	\$ 10.000 quincenal
Foros e intervenciones académicas.	\$10000 por intervención
Jornadas de sensibilización.	\$5000 por Jornada
Cuñas radiales	Gratis

*Table 5 Presupuesto*

Fuente: Elaboración propia

### Timing

<b>Actividad</b>	<b>Duración</b>	<b>Fecha</b>	<b>Hora</b>
Sensibilización a estudiantes de fonoaudiología.	2 Horas	3/10/2019	2:00 a 4:00 Pm.
Sensibilización a docentes del programa de fonoaudiología.	2 Horas	18/10/2019	9:00 a 11:00 Am.
Sensibilización a docentes del programa de ingeniería electrónica.	3 Horas	17/10/2019	2:00 a 5:00 Pm.
Sensibilización a estudiantes de desarrollo del espíritu emprendedor.	2 Horas	22/10/2019 SVR salón 317	6:00 a 8:00 Am.
Sensibilización a estudiantes de	2 Horas	23/10/2019	

desarrollo del espíritu emprendedor		SVR salón 217	6:00 a 8:00 Am.
Sensibilización a estudiantes de desarrollo del espíritu emprendedor.	2 Horas	23/10/2019 SVR salón 223	8:00 a 10:00 Pm.
1er PITCH de Emprendimiento.	3 Horas	08/11/2019 Plazuela Almeida.	1:00 a 4:00 Pm.
I Caminata por el Emprendimiento Ingeniería Electrónica.	5 Horas	12/11/2019 Centro Recreacional los Tanques.	2:00 a 7:00 Pm.
Intervención en la semana de la Ingeniería Electrónica.	2 horas	14/11/2019 Auditorio Sede Virgen del Rosario.	9:00 A 11:00 Am.

*Table 6. Timing*

Fuente: Elaboración propia

## INCENTIVAR A TRAVÉS DE ESCENARIOS DE SENSIBILIZACIÓN LA FORMULACIÓN DE NUEVAS IDEAS DE NEGOCIOS

El objetivo de la sensibilización es dar a conocer a la población estudiantil de la Universidad de Pamplona, la motivación hacia el Emprendimiento a través de conocimientos en la cultura y normatividad del emprendimiento, contextualización de sectores económicos de clase mundial, encadenamiento con los planes de desarrollo local y nacional, experiencia de casos exitosos empresariales y difusión de entidades de cofinanciación y de crédito para la creación de empresas.

Por esta razón y para dar cumplimiento a el desarrollo de nuestro objetivo trabajamos con docentes de diferentes programas como Ingeniería Electrónica, Fonoaudiología esto nos permite generar una voz a voz con sus estudiantes, llegando a mas comunidad estudiantil y a su vez la solicitud de otras sensibilizaciones, cabe resaltar la importancia de trabajar con los docentes para que se motiven a desarrollar el emprendimiento en sus clases, y en sus programas como opción de trabajo de grado.

De la misma manera se trabajó con estudiantes de la asignatura Desarrollo del Espíritu Emprendedor quienes pertenecen a diferentes programas como, Ingeniería Industrial, Microbiología, Contaduría pública, Ingeniería mecánica, Economía, Terapia ocupacional, Además se realizó sensibilización en la Sede Villa del Rosario a los estudiantes del programa Fonoaudiología.

Dentro de la ejecución de la sensibilización nos basamos en algunos momentos claves que permitan captar el interés y llamar la atención.

¿Qué es el centro Incubadora de Empresas?, ¿Cuándo fue creado?, ¿Quiénes pueden acceder a los servicios del Centro Incubadora de Empresas?, ¿Cuáles son las líneas priorizadas de financiación?, ¿Qué es la ley 1014 de 2006?

Antes de finalizar la sesión se invita a los asistentes a acercarse al Centro Incubadora de Empresas para recibir los servicios de asesoría, indicando lugar, fecha y horario de atención.

Logrando de esta manera el reconocimiento y los servicios que se prestan en el CIDEUP, con un total de 151 sensibilizaciones.

**2.3 Generar nuevos canales de comunicación que faciliten el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas.**

**REUNIÓN DIRIGIDA A EL DECANO Y DOCENTES DEL PROGRAMA INGENIERÍA ELECTRÓNICA.**



*Ilustración 16. Reunión Dirigida a el Decano y Docentes del Programa Ingeniería Electrónica*

Fuente: Elaboración propia

**REUNIÓN DIRIGIDA A LA DIRECTORA Y DOCENTES DEL PROGRAMA FONOAUDIOLOGÍA.**



*Ilustración 17. Reunión dirigida a la Directora y Docentes del Programa Fonoaudiología.*

Fuente: Elaboración propia

Con estos espacios se busca trabajar el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas de la universidad de pamplona, donde es necesario para la importancia de las personas en los proyectos prácticos de innovación que decidamos desarrollar esto puede ser variado e incluir una gran diversidad de actividades prácticas o teóricas que faciliten a los docentes y estudiantes el comprender, aprender, reflexionar y finalmente integrar logrando de esta manera la importancia del emprendimiento desde nuestros conocimientos universitarios y la creación de empresas para la generación de empleo en vez de salir a buscar uno.

### 1ER PITCH DE EMPRENDIMIENTO.

**1er PITCH DE EMPRENDIMIENTO**

**IDEAS DE NEGOCIO CON FUTURO EMPRESARIAL**

**LUGAR:**  
PLAZUELA ALMEYDA - PAMPLONA

**ORGANIZA:**

- UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
- GESTIÓN DE PROYECTOS / EST. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTADURÍA.
- FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.

**Fecha:**  
**VIERNES 08 NOV. 2019**  
**1:00 PM A 4:00 PM**

**CENTRO DE EMPRENDIMIENTO INCUBADORA DE EMPRESAS.**

Ilustración 18. 1er PITCH de Emprendimiento

Fuente: Elaboración propia

El pitch es una presentación que se realiza para que un posible inversor, considere la opción de invertir en tu empresa o de hacer negocios juntos. Este soporte audiovisual, debe de ser lo más atractivo posible para captar la atención de tu interlocutor desde el primer segundo.

Una presentación ágil y bien estructurada de las ideas de negocio en un corto espacio de tiempo, con el fin de seleccionar las ideas de negocio más viables para ser objeto de asesoría.

Es por esta razón que se buscaba con la actividad llevar a la experiencia de vender las ideas de negocio, trabajadas durante el semestre en la asignatura de Gestión de Proyectos, del programa Administración de Empresas, a dos empresarios pamploneses, en el proceso se pudo identificar las realidades del mercado y preferencias de los posibles clientes, concluyendo que se pueden aterrizar y trabajar las 24 ideas presentes como un proyecto de vida que generen desarrollo para el país.

## I CAMINATA POR EL EMPRENDIMIENTO INGENIERÍA ELECTRÓNICA



*Ilustración 19. Caminata por el Emprendimiento Ingeniería Electrónica*

Fuente: Elaboración propia

Esta actividad es realizada con los estudiantes de ingeniería electrónica donde el objetivo principal es lograr una cultura de emprendimiento en ellos, donde les permitan tener una visión en su carrera, en el cual vean una necesidad u oportunidad para lograr su independencia y estabilidad económica, generando sus propios recursos, y les permitan mejorar la calidad de vida, encaminada a vencer la resistencia y dejar de ser dependientes.

Por medio de la primera caminata por el emprendimiento se pudo evidenciar el trabajo en equipo la aventura que tuvieron donde se inspiraran en su primera idea de negocio, teniendo en cuenta los conocimientos que han adquirido durante su carrera, a demás y muy importante como surgen ideas de negocio que pueden ser formuladas en nuestro Centro de Incubadora de Empresas.

Algunas ideas trabajadas en la ruta son las siguientes:

- CASA DOMÓTICA.



Ilustración 20.Casa Domótica

Fuente: Elaboración propia

- CARRO HIBRIDO



*Ilustración 21. Carro Híbrido*

Fuente: Elaboración propia

- JAMBE Y GUIDE



*Ilustración 22. Jambe y Guide*

Fuente: Elaboración propia

- EXOCARPIO SOLAR



Ilustración 23. Exocarpio Solar

Fuente: Elaboración propia

## INTERVENCIÓN EN LA SEMANA DE LA INGENIERÍA ELECTRÓNICA



Ilustración 24. Intervención en la semana de la Ingeniería Electrónica

Fuente: Elaboración propia

La sensibilización de la incubadora de empresas se llevó a cabo el 11 de noviembre de 2019, en el Auditorio Virgen Del Rosario en el horario de 9:00 a 10:00 am, con el objeto que los estudiantes del programa de ingeniería electrónica conocieran los siguientes aspectos:

- Historia de creación de la incubadora.
- Los servicios que ofrece.
- Las líneas priorizadas de emprendimiento.
- fuentes de financiación.
- formatos para postulación del plan de negocio Fondo Emprender.
- Historia de creación Fondo Emprender.
- Los servicios que ofrece Fondo Emprender.
- Normatividad.

De esta forma, se resolvieron dudas de algunos asistentes al evento, buscando siempre motivarlos hacia el emprendimiento.

Bajo la dirección de Biviana Merchán Apoyo del Centro Incubadora de empresas

## CONCLUSIONES

- Luego de realizar el plan de medios se puede concluir que este es de vital importancia en una empresa, pues ayudará a lograr la mayoría de objetivos que se propongan; en el caso del Centro Incubadora de Empresas, sus mayores objetivos son lograr una buena interacción con la comunidad universitaria y mostrar sus logros.
- Un plan de medios es una decisión que se toma a largo plazo, puesto que hay que seleccionar detalladamente los medios, pues todos los que se elijan para ser parte de este deben ser verdaderamente efectivos y estar seguros de que con exactitud ayuden a lograr los objetivos propuestos.
- La estructura del plan de medios consta de unos hechos previos que lo originan y condicionan; las metas que se quieren conquistar u objetivos; caminos entre los cuales se ha optado para alcanzar esas metas o estrategias, de pasos concretos que se tienen que dar, con sus tácticas y la explicación de por qué se eligió este proceso
- Es fundamental en un plan de medios plantearse una respuesta Estratégica que responda a unos objetivos de comunicación correctamente planteados. ¿A quién nos vamos a dirigir? ¿Qué queremos comunicar y de qué modo? ¿Dónde y cuándo nos interesa comunicarlo? Son algunas de las preguntas que nuestro plan debe responder y también la táctica, bajar al detalle todos los planteamientos estratégicos y definir los soportes creativos, esta etapa es fundamental para alcanzar los objetivos planteados en el desarrollo estratégico.

## RECOMENDACIONES

- El plan de medios no terminará una vez sea ejecutado en su mayoría, por eso en cada una de las acciones debemos sacar las principales conclusiones, comprobar la consecución de los objetivos planteados y entonces nos ayudará a obtener toda la experiencia necesaria para optimizar futuros planes.
- Lo más recomendable para ejecutar un plan de medios, es tratar de seguirlo como se estableció, claro está que en el camino de su ejecución se podrá notar que algunas de las estrategias establecidas no están siendo efectivas para lograr los objetivos, es en donde se entrará a la toma de decisiones para saber si seguir implementando esta o se cambiará por otra.
- Es necesario que el plan de medios se siga efectuando de manera continua que permita el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas en toda la comunidad universitaria.
- Es necesario que se sigan buscando los espacios con decanos y docentes de las demás facultades para que se implemente el voz a voz con sus estudiantes, y se motive a buscar información sobre los servicios que ofrece el Centro Incubadora de Empresas.

## **ALCANCES DE PRÁCTICA.**

Durante el desarrollo de la práctica empresarial en Centro Incubadora de Empresas Unidad Externa de Emprendimiento Sena- Fondo Emprender, obtuve conocimientos para la formulación y elaboración de planes de negocio, así mismo el asesoramiento de los mismo, Como profesional aprendí lo valioso de la experiencia, tuve un jefe que fue de gran admiración por sus capacidades y aptitudes que ayudan a que el ambiente laboral sea el más óptimo. Aprendí lo valioso de la adaptación al cambio que tanto los docentes nos recalcan durante la carrera, por medio de agrupaciones con distintos compañeros y ambientes fuera de nuestra zona de confort.

## REFERENCIAS

- Google Academico. (2019). *INBOUNDCYCLE*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/plan-marketing-estrategico>
- Google Academico. (2019). *LANCETALENT*. Obtenido de <https://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-plan-de-medios-9-pasos/>  
[https://books.google.es/books?id=iykA7Wc\\_VzYC&hl=es](https://books.google.es/books?id=iykA7Wc_VzYC&hl=es)  
<https://umbvirtual.edu.co/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad-actual/>  
[https://www.sinnexus.com/business\\_intelligence/plan\\_estrategico.aspx](https://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx)  
<http://www.unipamplona.edu.co/incubadora/>

## ANEXOS



Universidad de Pamplona  
Pamplona - Norte de Santander - Colombia  
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750 - www.unipamplona.edu.co

### EL DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

#### INFORMA

Que la señorita ANDREA ESTUPIÑAN VERA identificada con cedula de ciudadanía N° 1.094.281.559 de Pamplona, estudiante de decimo semestre del programa de Administración de Empresas, socializo la propuesta de mejoramiento "Implementación de un plan de medios que permita el reconocimiento del Centro Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona"

Se expide a solicitud de la estudiante a los 11 días del mes de Diciembre de 2019.

LUIS MANUEL PALOMINO MÉNDEZ



Formando líderes para la construcción de un  
nuevo país en paz



Pamplona, 03 de septiembre de 2019

313-027.290

Señor Decano  
**LUIS MANUEL PALOMINO MÉNDEZ**  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
UNIVERSIDAD DE PAMPLONA  
Ciudad

Cordial saludo.

Respetuosamente solicito su colaboración, para que **ANDREA ESTUPIÑAN VERA**, identificada con la Cédula de Ciudadanía No. 1.094.281.559, estudiante del Décimo semestre del Programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona, realice su Práctica Profesional, durante el segundo periodo académico del año 2019, en el Centro de Incubadora de Empresas.

Nuestra estudiante, con su capacidad de liderazgo y espíritu emprendedor, desarrolla competencias gerenciales, gestiona el cambio, crea e innova estrategias empresariales, en pro del fortalecimiento del sector productivo de nuestra región y del país. Profesional idóneo, con capacidad de análisis e investigación en el entorno socioeconómico y toma de decisiones.

La práctica cuenta con este Centro de Prácticas, donde se ofrece orientación y se hace seguimiento personalizado al pasante, haciendo partícipe del proceso a su superior inmediato. Comprende un periodo de 4 a 6 meses, equivalente a un semestre académico, en el horario que según la naturaleza de la labor encomendada requiera, sin exceder los términos de ley.

Manifiesto a Usted, mi sentido de gratitud al contribuir con esta etapa del proceso de formación académica de la estudiante, lo cual redundará en beneficio de la comunidad y particularmente en la visión empresarial que deben tener nuestros egresados.

Información de contacto: correo cenprac@unipamplona.edu.co, telefax (037) 5681761, Universidad de Pamplona.

Atentamente,

**ÁLVARO PARADA CARVAJAL**  
Director Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial

LUIS PALOMINO  
03/09/2019



Formando líderes para la construcción de un  
nuevo país en paz



Pamplona, 03 de septiembre de 2019

Director  
**ALVARO PARADA CARVAJAL**  
Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial  
Universidad de Pamplona

Me permito informar que la estudiante **ANDREA ESTUPIÑAN VERA**, identificada con cedula de ciudadanía N° **1.094.281.559** de Cerrito Santander, del programa de Administración de Empresas, realizara la práctica empresarial en la Incubadora de Empresas a partir del 9 de septiembre hasta el 21 de diciembre de la presente anualidad.

Agradeciendo su atención,

  
**LUIS MANUEL PALOMINO MENDEZ**  
Decano  
Facultad Ciencias Económicas y Empresariales  
Universidad de Pamplona



Formando líderes para la construcción de un  
nuevo país en paz





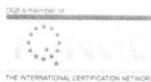
**EL DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y  
EMPRESARIALES**

**INFORMA**

Que la señorita **ANDREA ESTUPIÑAN VERA**, identificada con cedula de ciudadanía N° 1.094.281.559 de Pamplona, estudiante activo del programa de Administración de Empresas, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, realizo práctica empresarial en el Centro Incubadora de Empresas, durante cuatro(4) meses comprendidos del 9 de Septiembre hasta el 21 de Diciembre de 2019.

Se expide a solicitud de la estudiante a los 11 días del mes de Diciembre de 2019.

**LUIS MANUEL PALOMINO MÉNDEZ**



*Formando líderes para la construcción de un  
nuevo país en paz*





# REPORTE DE EVALUACIÓN

Universidad de Pamplona  
 Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
 Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial  
 Pamplona (Norte de Santander)  
 Km 1, Via Bucaramanga  
 Tel: (7) 5681761 - www.unipamplona.edu.co  
 cenprac@unipamplona.edu.co

<b>OBJETIVO:</b>	Evaluar el desempeño del practicante de acuerdo con los objetivos previamente planteados en la empresa con el fin de comprender las acciones que faciliten el cumplimiento de los mismos y logren el desarrollo personal y profesional del estudiante		
<b>ESTUDIANTE:</b>	Andrea Estupinan Vera	<b>ORGANIZACIÓN:</b>	Centro Incubadora de Empresas
<b>PROGRAMA:</b>	Administración de Empresas	<b>DEPENDENCIA:</b>	Facultad Ciencias Económicas y Empresariales
<b>EVALUADOR:</b>	Luis Manuel Palomino Méndez	<b>FECHA:</b>	11/12/19

CALIFICACION: MUY SOBRESALIENTE (MS)- SOBRESALIENTE (S)-POCO SOBRESALIENTE (PS)- ACEPTABLE(A)

INDICADORES DE DESEMPEÑO	MS	S	PS	A	CONCEPTO DEL EVALUADOR
<b>ADAPTACIÓN A LA ORGANIZACIÓN</b> Actitud del estudiante para afrontar cambios en los diversos roles que debe asumir de acuerdo con las circunstancias presentadas.	✓				
<b>INTEGRACIÓN AL GRUPO DE TRABAJO</b> Facilidad para adaptarse a las orientaciones, comportamientos y necesidades de las personas que componen el equipo.	✓				
<b>INICIATIVA Y APORTES</b> Capacidad para sugerir soluciones prácticas e innovadoras a problemas presentados en la organización.	✓				
<b>RESPONSABILIDAD</b> Asumir positivamente las consecuencias de sus actos.	✓				
<b>CALIDAD DE TRABAJO</b> Oportunidad y efectividad en todas las actividades que realiza.	✓				
<b>PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA</b> Disposición para presentarse a tiempo en su lugar de trabajo.	✓				
<b>COMUNICACIÓN</b> Capacidad para expresar sus ideas (oral y escrita) en forma clara y precisa, y para interrelacionarse.	✓				
<b>MADUREZ</b> Grado de autocontrol y serenidad para manejar cualquier tipo de situación.	✓				
<b>ENTUSIASMO</b> Capacidad para asumir aptitudes de manera positiva y optimista.	✓				
<b>CAPACIDAD DE MEJORAMIENTO</b> Capacidad de revisar constantemente los procesos para darles valor agregado.	✓				
<b>TRABAJO BAJO PRESIÓN</b> Capacidad de dar solución a diferentes labores en cortos periodos de tiempo.	✓				
<b>CUALIDADES DEL ESTUDIANTE:</b>	comprometida				
<b>ASPECTOS QUE DEBE MEJORAR EL PRACTICANTE:</b>	* Liderazgo		Proactividad		
	Comunicación		Generación de Propuestas		
	Otra, ¿Cuál?				
<b>EL PRACTICANTE CUMPLIO CON SUS ESPECTATIVAS:</b>	SI	X	¿Por qué?		desarrollo todo lo planteado
<b>RECOMENDACIONES Y /O SUGERENCIAS:</b>	mas seguridad				
<b>FIRMA EVALUADOR</b>	Luis M. Palomino Méndez			<b>FIRMA PRACTICANTE</b> Andrea Estupinan Vera	