

**Emprendimiento e incubación empresarial en el programa de Administración de
empresas, sede Pamplona, Universidad de Pamplona**

Jessica Milena Castillo Matiz

C.C: 1019081256

Universidad De Pamplona

Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas

Programa De Administración De Empresas

Pamplona Norte De Santander

2017

**Emprendimiento e incubación empresarial en el programa de Administración de
empresas, sede Pamplona, Universidad de Pamplona**

Jessica Milena Catillos Matiz

C.C: 1019081256

Propuesta de trabajo de grado para obtener título de Administradora de Empresas

Universidad De Pamplona

Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas

Programa De Administración De Empresas

Pamplona Norte De Santander

2017

Nota de Aceptación

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad de Pamplona

Jurado

Jurado

Jurado

Dedicatoria

Primero que todo a Dios Por haberme permitido llegar hasta este punto, y haberme dado salud para poder cumplir esta este sueño.

A mi padre Nixon Alfredo Castillo Calvera y mi madre Clara Matiz Orjuela por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, la motivación constante que me han dado y por permitirme ser una persona de bien, y sobre todo, por su amor y apoyo incondicional.

A mis hermanas, Laura Castillo Matiz y Roció Castillo Matiz, a mi prima Angélica María Guevara Castillo y a mi novio Maycol Rodriguez por haber compartir conmigo los momentos más importante de mi vida y por apoyarme cuando más lo necesitaba.

A mis amigos, con los que he compartido buenos momentos únicos y agradables en mi vida y me han enseñado que lo más importante es tener una amistad sincera, por el apoyo y las risas en los momentos difíciles dentro de este proceso académico.

Agradecimientos

En primer lugar a Dios por haberme guiado en cada paso, haberme dado la fuerza y sabiduría para continuar y superar las dificultades convertidas en oportunidades de aprendizaje logrando culminar mis estudios profesionales.

A la Universidad De Pamplona por haberme permitido emprender y adquirir herramientas, capacidades y conocimientos para ser un profesional íntegro, desarrollándome a nivel personal intelectual y profesional.

A mis padres Nixon Castillo Y Clara Matiz quienes hicieron de mí una persona íntegra, emprendedora con principios y valores. Gracias por el enorme esfuerzo y sacrificio que hicieron para darme la oportunidad de ser una profesional.

Y por último doy gracias a la profesora Ludy Amira Flórez Montañez y Carmen Aydee Rincón Becerra por sus criterios profesionales, su apoyo y comprensión las cuales me permitieron obtener excelentes resultados.

Contenido

Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
Capítulo I: El Problema	15
1.1 Titulo	15
1.2 Planteamiento del problema.....	15
1.3 Formulación del problema	17
1.3.1 Sistematización	18
1.4 Objetivos de la investigación	18
1.4.1 General.....	18
1.4.2 Específicos	18
1.5 Justificación.....	18
1.6 Justificación metodológica:.....	19
1.7 Justificación práctica:.....	20
1.8 Delimitación y alcance	20
1.8.1 Temática.....	20
1.8.2 Espacial.....	20
1.8.3 Temporal.....	20
Capítulo 2: Marco De Referencia	21
2.1 Antecedentes	21
2.1.1 Nacionales.....	21
2.1.2 Internacionales	23
2.1 Marco teórico	25
2.2 Marco conceptual	29
2.3 Marco legal.....	32
2.4 Operacionalización variables	43
Capítulo 3: Marco Metodológico.....	46
3.1 Generalidades Metodológicas	46
3.2 Tipo de investigación	46
3.3 Diseño de la investigación.....	46

3.4	Población y Muestra.....	47
3.4.1	Población.....	47
3.4.2	Muestra	47
3.5	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	48
3.6	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	49
3.6.1	Análisis e interpretación de los resultados	49
3.6.2	Encuesta	50
3.6.2	Incubadora de Empresas Universidad de Pamplona.....	85
	Capítulo 4: Resultados De La Investigación.....	94
4.1	Resultados	94
4.2	Propuesta de estrategias	96
	Conclusiones	97
	Recomendaciones	99
	Bibliografía	100
	Anexos	106

Lista De Tablas

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de las variables	45
Tabla 2. Género.....	50
Tabla 3. Año de nacimiento	51
Tabla 4. Estrato socioeconómico	52
Tabla 5. Estado civil	53
Tabla 6. Semestre académico.....	54
Tabla 7 identificación del estudiante empresario	56
Tabla 8. Empresas en funcionamiento	57
Tabla 9 Empresas activas.....	59
Tabla 10 Local donde funciona la empresa	60
Tabla 11 Tiempo de funcionamiento de la empresa	61
Tabla 12 Sector económico.....	62
Tabla 13 Empresas legalmente activas	63
Tabla 14 Motivos por los que la empresa no está formalizadas	64
Tabla 15 Usted es empresario	66
Tabla 16 ¿Con quién creo la empresa?	67
Tabla 17Fuente primaria del origen de la empresa.....	68
Tabla 18 Motivaciones personales para ser empresario	70
Tabla 19 Es el representante legal de su empresa	71
Tabla 20 Quien es el representante legal	73
Tabla 21 Capital con el que inicio	74
Tabla 22 Patrimonio de la empresa.....	75
Tabla 23 Promedio de ingresos (2016)	77
Tabla 24 Proyecciones para el año (2017).....	78
Tabla 25 Nivel de endeudamiento de la empresa	79
Tabla 26 Como empresario a quien le debe.....	81
Tabla 27 Clasificación de las Empresas	82
Tabla 28 Aporte de las asignaturas al fortalecimiento del perfil empresarial.....	83
Tabla 29. Relación de los estudiantes sensibilizados por la Incubadora	92

Lista De Gráficos

Grafico 1 Género	51
Grafico 2 Año de nacimiento.....	52
Grafico 3. Estrato socioeconómico	53
Grafico 4. Estado civil	54
Grafico 5. Semestre académico	55
Grafico 6. Identificación del estudiante empresario	56
Grafico 7 Empresas activas.....	58
Grafico 8 Empresas activas.....	59
Grafico 9 Lugar donde funciona la empresa.....	60
Grafico 10 Tiempo de funcionamiento de la empresa	61
Grafico 11 Sector económico	63
Grafico 12 la empresa está legalmente activa.....	64
Grafico 13 Motivos por los que la empresa no está formalizada.....	65
Grafico 14 Usted es empresario.....	66
Grafico 15 ¿Con quién creo la empresa?	67
Grafico 16 Fuente primaria del origen de la empresa.....	69
Grafico 17 Motivaciones personales para ser empresario	70
Grafico 18 es el representante legal de su empresa	72
Grafico 19 Quien es el representante legal	73
Grafico 20 Capital con el que inicio	74
Grafico 21 Patrimonio de la empresa	76
Grafico 22 Promedio de ingresos (2016).....	77
Grafico 23 Proyecciones para el año (2017).....	78
Grafico 24 nivel de endeudamiento de la empresa	80
Grafico 25 Como empresario a quien le debe.....	81
Grafico 26 Clasificación de las Empresas	82
Grafico 27 Aporte de las asignaturas al fortalecimiento del perfil empresarial	84

Anexos

Plantillas 3. Formato de encuesta aplicada	106
Plantillas 4 Programa de Excel y tabulación	109
Plantillas 5. Ruta atención Incubadora de Empresas	115
Plantillas 6. Formulario de inscripción	116
Plantillas 7. Canavá.....	117
Plantillas 8. Plantilla plan de negocios	118
Plantillas 9. Resultados de la campaña de sensibilización.....	121

Resumen

Este trabajo de investigación caracterizo los servicios de la incubadora de empresas y caracterizo el perfil al estudiante empresario de la Universidad de Pamplona, con el fin de aportarle al programa de Administración de Empresas información y herramientas que les sirva como insumo, para mejorar el currículo, los contenidos temáticos y para apoyar mejor los procesos académicos de sus estudiantes, al igual que reestructurar y adecuar el plan de mejoramiento a las necesidades del estudiante y emprendedor.

En el cual se determinó la información general de los estudiantes, identificación actual del Estudiante-Empresario, de la Empresa en funcionamiento, el desarrollo de emprendimiento e información financiera de la empresa y análisis de información sobre la Incubadora, que se obtuvieron de acuerdo al método de recolección de datos utilizados en el proyecto.

Palabras clave: Incubadora, perfil, estudiante, empresario, información, herramientas emprendimiento.

Abstract

This research work was characterized by the services of the business incubator and profile of the business profile of the University of Pamplona, in order to save the program of Business Administration and Tools to help others, to improve the curriculum. The thematic contents and to support the academic processes of their students, as well as restructuring and adapting the improvement plan to the needs of the student and entrepreneur.

In which was determined the general information of the students, the current identification of the Student-Entrepreneur, of the Company in operation, the development of entrepreneurship and the financial information of the company and the analysis of information about the Incubator, which were obtained from according to the data collection method used in the project.

Keywords: Incubator, profile, student, entrepreneur, information, entrepreneurship tools.

Introducción

En el siguiente trabajo de investigación se determinaron las características del servicio de la Incubadora de Empresas y el perfil del estudiante empresario del programa de Administración de Empresas, de la Universidad de Pamplona en la sede Pamplona.

Para llevar a cabo este proyecto de investigación inicialmente se realizó una recolección de información, a través de una encuesta que se les realizó a los estudiantes para distinguir aquellos con perfil de empresario. La entrevista contó con preguntas planteadas para la recolección de información personal y así recopilar las características propias del perfil empresario e información relacionada con la empresa. Adicionalmente, se evaluaron aquellos estudiantes que aún no han creado una empresa para conocer su información personal y determinar los factores por los cuales no son empresarios.

Posteriormente, se recopiló información por parte de la Directora de la Incubadora de Empresas de la Universidad, dicha información consistía en la socialización de las funciones de la misma, la cantidad de estudiantes y las campañas de sensibilización realizadas a la comunidad universitaria.

El desarrollo de la investigación, facilita al programa de administración de empresas con pilar para sus procesos de renovación de registro calificado y acreditación, información complementaria que describa el perfil del estudiante empresario del programa y los servicios de incubadora: a fin de aportarle al programa información y herramientas que sirvan como insumo, para mejorar el currículo los contenidos temáticos y para apoyar mejor los procesos académicos de sus estudiantes; al igual que reestructurar y adecuar el plan de mejoramiento a las necesidades del estudiante y emprendedor.

Esta investigación se hizo, con dos propósitos, el primero, para conocer el perfil del estudiante empresario y el segundo, conocer los servicios que presta la Incubadora de Empresas y las características de los mismo, también conocer cómo es el proceso de vinculación, y la cantidad de estudiantes que están vinculados en la actualidad, es decir el impacto que genera en la comunidad del programa de Administración de Empresas. Este trabajo fue posible gracias a la participación de los estudiantes de Administración de empresas.

Se realizó en las aulas de clase de la Universidad, Se hizo la solicitud a los docentes en dichas aulas, para realizar la respectiva encuesta a los estudiantes, en la Biblioteca del Rosario a los estudiantes que estaban haciendo uso de ella, en la Incubadora y en la Oficina de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, de igual forma el siguiente trabajo de investigación se determinó la caracterización del servicio de la Incubadora de Empresas y el perfil del estudiante empresario del programa de Administración de Empresas, sede Pamplona.

Capítulo I: El Problema

1.1 Título

Emprendimiento e incubación empresarial en el programa de Administración de empresas, sede Pamplona, Universidad de Pamplona

1.2 Planteamiento del problema

Una Incubadora de Empresas es un centro de atención a emprendedores, que ofrece orientación y asesoría para concretar la conformación de diferentes tipos de negocios, su principal meta es producir Empresas exitosas que logren ser independientes y financieramente viables, para lograrlo, las Incubadoras ofrecen los servicios de un equipo de consultores especializados que les orienta en la elaboración del Plan de Negocios, el espacio físico, guía en la gestión del financiamiento, y acompañamiento empresarial durante el primer año de operaciones comerciales de la empresa creada (Gómez, 2005).

Entonces ya que una Incubadora de Empresas es una entidad que ayuda a acelerar el crecimiento, asegurando el éxito de proyectos propuestos, a través de recursos y servicios siendo patrocinados por compañías privadas, entidades administrativas y Universidades. (Mora 2011) Aporta que su propósito primordial es ayudar a crear y crecer Empresas jóvenes dotándolas del apoyo necesario en servicios técnicos y financieros.

Como la Incubadora contribuye al incremento del nivel de desarrollo regional, representan para la sociedad, en todas las esferas (Universidad y centros de investigación, empresarios y el poder público), una oportunidad de transformar ideas y tecnología en nuevas Empresas, productos y empleos, presentando de manera integral una propuesta más racional de aprovechamiento de los recursos naturales, técnicos, financieros y humanos (Pérez & Márquez, 2006).

A nivel mundial existen varias Universidades que cuentan con Incubadoras empresariales altamente reconocidas entre ellas se encuentran Alcázar y Compañía – NETBA – Universidad de la Comunicación, México; Emprnde FCh – Universidad Diego Portales, Chile. Pulsar Capital de Riesgo – Kazan (región del Volga), a nivel nacional contamos con fondos de emprendimiento como la Universidad Autónoma, Universidad EAN, Externado de Colombia, Universidad Antonio Nariño, Javeriana, Konrad Lorenza, SENA, UDCA, Universidad Nacional, Universidad del valle, Universidad San Buenaventura, Universidad de Antioquia, entre otras que existen en el país, y el departamento Norte de Santander cuenta con Incubadoras tales como Corporación Bucaramanga Emprendedora (CBE), Coordinación Propulsora de Empresas de Norte de Santander (PROEMPRESAS), Corporación Universitaria de Santander (UDES), entre otras, tomado de (SCRIBD 2010).

En cuanto a los estudiantes como tal, se debe tener en cuenta que el emprendedor tiene un indudable perfil, como lo resalta el Artículo de (Piedrahita Pacheco 2017), donde indica que para ser un emprendedor se requiere tener cierto perfil, ciertas aptitudes y ciertas características de personalidad; ella plantea algunas características como: orientación comercial, orientación al logro, expectativa de control, autoconfianza, personalidad idealista, astucia, autonomía, entre otras que generan un buen emprendedor.

En este contexto Alcaraz Rodriguez 2006) habla sobre las característica que tiene un emprendedor, allí resalta que un emprendedor es una persona con características muy particulares que los hacen distinguirse del resto de personas, como lo son: compromiso total, determinación, capacidad para alcanzar las metas, oportunidades, iniciativa y responsabilidad, es decir que para ser un emprendedor es indispensable contar con

competencias necesarias que ayuden a generar una buena toma de decisiones. (Universa 2011). A porta que los jóvenes, para forjarse como Estudiantes Empresarios deben tener en cuenta cinco puntos básicos, ya que para comenzar con cualquier plan de negocios, o empresa debemos tenerlos presentes:

1. Romper paradigmas.
2. Identificar.
3. Relacionarse.
4. Crear redes.
5. Buscar una Incubadora.

La Universidad de Pamplona brinda un espacio a la incubadora de empresas el cual 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 Universitaria Unipamplona. (Incubadora de Empresas de Pamplona) siendo así, la Universidad se ha preocupado en desarrollar un el espíritu emprendedor entre los estudiantes, debido a que el emprendimiento juega un papel esencial en la economía del país; buscando que los estudiantes tomen una cultura emprendedora y salgan del estereotipo de buscar empleo a generar empleo y creación de empresas e ideas de negocio.

1.3 Formulación del problema

Teniendo en cuenta lo anterior, la problemática identificada y abordada en esta investigación fue: ¿que caracteriza los servicios de la incubadora de empresas y el perfil del estudiante empresario del programa de administración?

1.3.1 Sistematización

- ✓ ¿Cómo categorizar el estudiante empresario del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, a partir de un perfil emprendedor?
- ✓ ¿Cómo se define el perfil del estudiante empresario a partir de la encuesta aplicada a la población objetivo?
- ✓ ¿Cuál es el impacto del servicio de Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona en los estudiantes empresarios

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 General

Determinar el Emprendimiento e incubación empresarial en el programa de Administración de empresas, sede Pamplona, Universidad de Pamplona.

1.4.2 Específicos

- ✓ Caracterizar el estudiante empresario, a partir de un perfil emprendedor.
- ✓ Categorizar el perfil del estudiante empresario del programa Administración de Empresas.
- ✓ Análisis del impacto de servicio de Incubadora de Empresas en el estudiante empresario

1.5 Justificación

Las Incubadoras de Empresas juegan un papel significativo en el crecimiento de la idea de negocio, podría decirse que en ellas se encuentra el éxito de la idea del emprendedor; siendo el propósito principal de las mismas al brindar servicios tales como:

- ✓ Asesoramiento especializado,
- ✓ Capacitaciones de infraestructura,
- ✓ Talleres de emprendimiento,
- ✓ Ayuda en la realización de trámites,
- ✓ Generando el espíritu emprendedor en los jóvenes empresarios,
- ✓ Garantizando éxito en el proceso de la ejecución del proyecto y que este se convierta en una empresa sólida.

Por lo tanto las Incubadoras son entidades donde los proyectos se pueden consolidar y llevar acabo de una mejor forma, pues hoy en día se tiene claro la importancia que tiene la creación de empresas, debido al impulso que tiene sobre la economía de un país. Es por esto que las instituciones educativas buscan fomentar la cultura de emprendimiento en sus estudiantes y formarlos como futuros empresarios, dándole s herramientas y brindándoles apoyo con la incubadora a los estudiantes empresarios.

De acuerdo a lo anterior para el programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona los resultados de la investigación, son importantes para analizar la percepción e influencia que tiene los ser servicio de la incubadora de empresas y la formación progresiva del estudiante empresario.

1.6 Justificación metodológica:

La investigación permite caracterizar y mostrar los servicios que tiene la incubadora de empresas, conocer que servicios se están ofreciendo a los emprendedores, al igual permitir identificar cuáles son los estudiantes que tienen o están creando empresa en este momento, para así poder hacer un mejor acompañamiento, esto implica esfuerzo y estructura en el tipo de método de investigación a realizar.

1.7 Justificación práctica:

El presente trabajo es importante porque aporta al programa de administración de empresas insumos para poder hacer un mejor acompañamiento, pasando de la teoría a la práctica, es decir de solo aprender administración a ser emprendedor o empresario.

1.8 Delimitación y alcance

1.8.1 Temática.

El trabajo de investigación tiene como finalidad determinar que caracteriza los servicios de la Incubadora de Empresas y el Perfil del estudiante empresario, en el programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona.

1.8.2 Espacial.

El proyecto se realizará en Colombia, en la Universidad de Pamplona, sede principal, ubicada en la ciudad de Pamplona departamento Norte de Santander.

1.8.3 Temporal

La investigación se realizará durante el segundo semestre del año 2017, asumiendo el tiempo determinado para la aprobación del proyecto, cabe mencionar que la aplicación del instrumento de captura de información irá hasta donde las personas implicadas contribuyan; donde se ejecutará y cumplirá los objetivos presentados en el mismo.

Capítulo 2: Marco De Referencia

2.1 Antecedentes

La Incubadora de empresas, es un tema cuyo abordaje es amplio, debido a que es un programa que promueve la creación de empresas y emprendimiento en las personas, permitiendo que se tenga un crecimiento económico en los países que la han adoptado. Al igual que las instituciones educativas como las universidades hayan abierto un espacio para este tipo de programas, impulsando el emprendimiento de los estudiantes ya sean empresarios o no; potencializando el proceso de enseñanza-aprendizaje y creación de empresas, ante esto como base fundamental para el proyecto se tuvieron en cuenta trabajos similares a nivel nacional e internacional.

2.1.1 Nacionales

(Fandiño y Bolívar 2008) “evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de Administración de Empresas de la pontificia Universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus Empresas creadas a partir de los talleres de grado” realizado en Bogotá, Colombia. Donde su objetivo general es Evaluar el impacto que ha tenido el emprendimiento en el espíritu de empresario del estudiante y/o egresado Javeriano y estudiar los factores claves para ser exitosos. Este trabajo nos aporta una idea de la importancia de participar en talleres que fomentan el emprendimiento puesto que son una base para la generación de Empresas permitiendo el éxito de las mismas evidenciando el compromiso de la Universidad con los estudiantes y viceversa.

Braco, S. (2011). “Incubadoras de Empresas en Colombia. Revista Ingenium”, trata sobre los principales pilares que establece la supervivencia de las Empresas formadas por

las Incubadoras en Colombia; muestra la situación que representa las Incubadoras en el país puesto que ha variado ya que los modelos analizados han contribuido con la operatividad empresarial generando nuevos empleos y alimentando así el sistema de desarrollo

(Nuncia, M / Puerto, E 2014) que consiste en la identificación del perfil, las características y los procesos de información y formación emprendedora de los estudiantes de pregrado del CEAD, con el propósito de establecer planes para la formulación de estrategias que fortalezcan la iniciativa y la formación para la práctica del emprendimiento.

(Granada y Lara 2013) “Investigación perfil en competencias y habilidades del empresario bogotano: trabajo de campo”, realizado en la Universidad del Rosario, Bogotá. Donde su objetivo general es ejecutar la investigación de campo y evaluar los resultados pertenecientes al proyecto titulado “Perfil en competencias y habilidades del empresario Bogotano”, a través del método de competencias postulado por el director de proyecto Luis Estrada. En el trabajo se menciona que las ambiciones de un grupo de emprendedores va más allá de la búsqueda de la riqueza o mejoría de las condiciones económicas en las que se encuentra, sin embargo, también identifica en otro grupo la existencia de la acumulación de riqueza como objetivo y motivación para iniciar un nuevo negocio

(Bonilla y García 2014) “Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en Administración de negocios: un análisis empírico en la ciudad de Manizales” trabajo realizado en la Universidad Autónoma de Manizales, Colombia. Donde su objetivo general es Determinar las características del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales. Este aporta que los estudiantes graduados al terminar su carrera empresarial han fortalecido el

perfil emprendedor en las cuales se destacan, la autonomía, toma de decisiones, la responsabilidad, creatividad, liderazgo, trabajo en equipo entre otras.

(Arias 2011) “Lineamientos para el diseño de un perfil del administrador de Empresas de la Universidad Nacional sede Manizales: basado en un enfoque por competencias laborales.” Trabajo realizado en la Universidad Nacional de Colombia sede de Manizales, Colombia. Su objetivo general es Plantear lineamientos profesionales para el diseño del perfil del Administrador de Empresas de la Universidad Nacional Sede Manizales, que cumpla con los requerimientos de las Empresas desde el enfoque de competencias laborales. Este aporta un diseño el cual se basa en el estudio de desempeño para establecer factores que conducen a las personas a brindar lo mejor de sí en el desempeño de sus labores.

2.1.2 Internacionales

García (2003), quien realizo una propuesta sobre “La Incubadora de Empresas, una alternativa para fomentar el desarrollo empresarial en el estado de Oaxaca” realizado en Huajuapán de León, Oaxaca, México. Este trabajo se plantea como objetivo general proporcionar las condiciones adecuadas que faciliten a los emprendedores de micros y pequeñas Empresas la creación, desarrollo y mejora continua de sus Empresas por medio del acceso a espacios físicos, capacitación y asesoría técnica, financiera, comercial y empresarial; manejando un enfoque teórico - conceptual tomados de diferentes fuentes que les permitió analizar las diferentes variables.

Este trabajo es importante puesto que trata de sensibilizar a las persona para la actividad emprendedora, creando conciencia de la importancia de la educación formal en la tarea de

desarrollar Empresas, pues las condiciones y exigencias del mercado actual demanda empresarios mejor preparados.

Bravo, S. (2012). “Incubadora de Empresas, creación de Empresas y redes sociales” realizado en Sevilla, España. La investigación tiene como objetivo general analizar aspectos de teorías relevantes que han contribuido al conocimiento sobre Incubadoras de Empresas. En ese sentido, busca entender cómo una Incubadora de Empresas puede convertirse en un vínculo estratégico entre el emprendimiento y las redes sociales como soporte de desarrollo y sostenibilidad empresarial. Este trabajo aporta la importancia de las Incubadoras en el desarrollo regional, en cuanto a la utilización de habilidades y herramientas de marketing e innovación de los emprendedores haciendo uso de las redes sociales para el crecimiento y desarrollo empresarial.

(Gallardo 2009) “propuesta de un programa de desarrollo de emprendedores para la unidad académica de contaduría y Administración de la U.A.G para fomentaren sus alumnos una actitud emprendedora.” Su objetivo general es diseñar la propuesta de un programa de desarrollo de emprendedores para la unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Guerrero, que contribuyan a que los alumnos desarrollen actitudes emprendedoras; utilizando el método de hipotético – deductivo. Este trabajo tuvo como fin la construcción de una comunidad universitaria más eficiente y eficaz de forma que tenga mayores oportunidades de crear Empresas y forjarlas para que tengan éxito, ayudando a generar empleo en toda la población.

(Lara, Torres, y Mendoza 2015) “Percepción del perfil emprendedor de los estudiantes de la licenciatura de negocios y comercio internacionales” realizado en Ciudad d México, México. Donde su objetivo es Evaluar el perfil emprendedor de los estudiantes de la

Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales, con base al perfil planteado en los programas de la política gubernamental para el desarrollo integral de la Micro, pequeña y mediana Empresa. Este trabajo nos aporta una idea de cómo el estudiante debe conocer el entorno laboral, deben ser capaces de generar nuevas alternativas de empleo y autoempleo a través, de la gestión de proyectos viables que contribuyan a la formación y fortalecimiento de Empresas, las cuales son un factor potencial en el crecimiento y desarrollo económico de los países.

(Borgelas, Jiménez, y Lalande 2010) “El perfil del empresario exitoso” realizado en la Universidad de Quabac en trols- rivieres, Canadá. El trabajo aporta de forma clara las características del empresario exitoso, con base al modelo con variables como capacidades y comportamientos.

2.1 Marco teórico

Para esta investigación es primordial exponer la información general sobre las Incubadoras de Empresas, quienes brindan el soporte necesario para que Ideas y/o Proyectos puedan convertirse en Empresas exitosas, viables y autosuficientes, capaces de colaborar con el crecimiento de nuestra región y de todo el país. (García 2017) habla de que los estudiantes son generadores de buenas ideas de negocio, pero que a su vez necesitan de ayuda de profesional para poder materializarla, siendo indispensable acompañarse de Incubadoras de Empresas universitarias que realicen este tipo de apoyo, ya que permiten recibir asesorías y capacitaciones en las áreas que les sean requeridas.

Dejándolos acceder desde un principio a un plan de negocios a futuro que les concederá el estudio de la viabilidad de técnica financiera y del mercado, sin embargo para ello hay

que tener una apertura mental que permita escuchar diferentes propuestas y recomendaciones.

Cabe destacar que en cuanto a sus objetivos, las Incubadoras pueden diferenciarse en:

- ✓ Incubadoras de Empresas de base tecnológica,
- ✓ Incubadoras de Empresas tradicionales (o productivas)
- ✓ Incubadoras mixtas, que albergan Empresas de ambas características.

Como no se cuenta con una base teórica como tal, se usaran Artículos referenciales que nos dejaran conocer las distintas definiciones y funciones de las Incubadoras empresariales logrando así capturar los aspectos más importantes para el estudio de la problemática de la presente investigación.

Entonces podemos definir que una Incubadora de Empresas es una organización o estructura diseñada para adelantar el crecimiento de un proyecto o idea de negocio, asegurando el éxito del mismo a través de los emprendedores que trabajan con los recursos y servicios empresariales tales como capitalización, coaching, networking, espacios físicos, entre otros servicios que facilitan la comunicación y posicionamiento en una empresa.

Sin embargo las Incubadoras de Empresas, son en el mayor de los casos financiadas, manejadas por compañías de fines privados, objetos gubernamentales y como es nuestro caso Universidades. Su objetivo o función principal es ayudar a crecer y crear Empresas jóvenes ayudándolas con el financiamiento y ofreciéndoles servicios técnicos. Algunos de los servicios que se brindan son: espacio físico para oficinas o laboratorios, asesorías profesionales, establecimiento de contactos para posibles alianzas o financiamiento, Etc.

Las Incubadoras de Empresas poseen una estructura organizacional con espacios físicos adecuados que les permitan promover y generar emprendimientos productivos que incorporen nuevas tecnologías, brindando respaldo para su formación y crecimiento. Para el logro del objetivo de las Incubadoras empresariales se aboca a desarrollar mecanismos de pres incubación de ideas o proyectos de emprendedores universitarios y privados, propiciando la creación y consolidación de las micro, pequeñas y medianas Empresas, preferentemente de base tecnológica.

Los Modelos de Incubación: Una vez que una Incubadora ha aceptado un proyecto emprendedor este pasa a través de un proceso de duración variable de acuerdo al tipo de proyecto pero que usualmente se divide en etapas de:

Pre-incubación: Trata del armado y afinación del plan de negocio de un proyecto emprendedor y busca la refinación de la idea de negocio, definición del modelo de negocio y validación del mismo a través de procesos de investigación de mercados como encuestas o grupos de enfoque.

Incubación: Es la fase en que el proyecto se lleva a cabo y se da seguimiento al impacto real de éste. Se prospectan cambios y se verifican objetivos. En este proceso se implementa la planeación y se desarrollan de manera real los modelos de trabajo planteados en el plan de negocio para las diversas áreas de la nueva empresa como producción, mercadotecnia y recursos humanos

Post-incubación: En esta etapa se da seguimiento al proyecto y se fortalecen áreas de oportunidad. El periodo crítico tarda seis meses, pero la asesoría de mejora es constante y por tiempo indefinido

Entonces como lo plantea UK Business Incubation (UKBI). Quienes explican que la incubación de negocios es un proceso dinámico del desarrollo del negocio. Es un término que cubre una variedad amplia de procesos que ayudan a reducir el porcentaje de problemas de las compañías en sus primeros años y acelera el crecimiento de las compañías que tienen el potencial para generar impactos substanciales de empleo y ventas. Una Incubadora de negocios tiene como característica la agrupación de pequeñas unidades de trabajo, a las que proporciona un ambiente instructivo y de apoyo a los empresarios en el Start-Up durante sus primeros años. Las Incubadoras proporcionan tres elementos principales para el desarrollo de negocios exitosos: Un emprendedor y ambiente de aprendizaje. Fácil acceso a los mentores e inversionistas. Visibilidad y posicionamiento en el mercado.

Y según Colombia-inn (2013), en su entrevista a Diego Sánchez Trujillo, subdirector de CREAME, el acercamiento de los emprendedores con las Incubadoras de empresa, tienen diferentes iniciativas de acuerdo con las convocatorias y llamados que se hacen, y dependiendo de la idea de negocio que estén buscando acompañar en ese momento; para adelantar el proceso de selección, identificando que sean iniciativas soportadas en equipos de trabajo estratégicamente conformados, que tengan el conocimiento y la capacidad de gestión para desarrollar la propuesta, que cuenten con niveles de innovación y desarrollo de procesos que permitan su implementación, y una enorme convicción para hacerla realidad.

Cuando hablamos de perfil de emprendedor nos encontramos que Una característica de los emprendedores es que no templan la posibilidad de fracaso, pues disfrutan la incertidumbre de lo que pasara mañana (Emprendiendo 2014),

(Weber, 1984). Comenta que la acción del empresario no es pacífica ni tranquila, por el contrario, las desconfianzas, la competencia, el individualismo, son manifestaciones que se presentan en el empresario innovador.

Como emprendedores también se debe analizar el cómo será el proceso productivo, es decir, como producir y que recursos vamos a necesitar para ello permitiendo calcular los costos. (Emprendiendo 2014).

Un emprendedor es un hombre o mujer de negocios que no sólo concibe y organiza Empresas, sino que frecuentemente toma riesgos al hacerlo. No todos los profesionistas independientes son verdaderos emprendedores, y no todos los emprendedores se crean de la misma forma (Pymempresario 2014). Existen muchos tipos de emprendedores, muchas maneras de ser emprendedor y sus características de Empresas son muy variadas como las condiciones del entorno en que se desarrollan, señala Gartner (1985).

Como finalidad cabe resaltar que algo muy importante es empezar a desarrollar emprendimientos que nazcan como una idea global, preguntarse desde el comienzo cómo lograr que sean iniciativas escalables que también funcionen en los mercados internacionales.

2.2 Marco conceptual

Palabras y conceptos claves para el desarrollo del trabajo

Incubadora de Empresas: (Grandes Pymes 2010), es un programa que tiene por objetivo facilitar el surgimiento de emprendimientos o negocios de base tradicional y/o tecnológica brindando asistencia para que las nuevas Empresas sobrevivan y crezcan durante su etapa de *despegue*, en la cual son más vulnerables.

Perfil profesional: (Universidad de Sevilla 2015), es el conjunto de capacidades y competencias que posee una persona, que le permitirá asumir responsabilidades propias de una determinada profesión.

Emprendimiento: (Gerencie 2017), es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado.

Emprendimiento: Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado.(Congreso de Colombia 2006)

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida ésta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.(Congreso de Colombia 2006).

Empresario: es la persona encargada de controlar y dirigir todo labor que se realiza en una empresa llevando a cumplir su objetivo.

Idea de negocio: es el bien o servicio se tiene destino para ofrecer a dicho mercado que satisfaga las necesidades de sus clientes.

Incubadoras base tecnológica: Es una herramienta central en el proceso de generación y consolidación de micro y pequeñas Empresas ya que las acompaña desde su creación en aspectos financieros. (Incubatec 2007)

Incubadoras de Empresas tradicionales (o productivas): Estas Incubadoras ofrecen sus programas de crecimiento a las Empresas de sectores más tradicionales, pero que

también tiene potencial para ser rentables. Estas Empresas se suelen caracterizar por una baja necesidad de infraestructura tecnológica. (Emprendepyme 2016)

Incubadoras mixtas, que albergan Empresas de ambas características: Estas Empresas suelen estar relacionadas con el desarrollo de aplicaciones web, tecnología simple, telecomunicaciones o software semi-especializado. El periodo de incubación de estas Empresas es aproximadamente de 12 meses. (Emprendepyme 2016)

Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales. (Congreso de Colombia 2006)

Planes de negocio: Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. (Congreso de Colombia 2006)

Proyectos: es la búsqueda de una solución inteligente tendiente a resolver necesidades humanas; por ello su formulación, su evaluación y las decisiones finales, se circunscriben a la medida y a las expectativas humanas. (VAQUIRO 2006)

Jóvenes empresarios: suelen ser gente competente, apasionada, que trabajan incansablemente, pero reconocen que tienen su debilidad en materia de innovación y por ende limitan su capacidad de desarrollo. (Portafolio 2017)

Autosuficientes: es la capacidad, el compromiso y el esfuerzo de proporcionar los recursos necesarios para satisfacer las necesidades.

Plan de negocios: es la capacidad, el compromiso y el esfuerzo de proporcionar los recursos necesarios para satisfacer las necesidades.

Servicios técnicos: es el conjunto de acciones realizadas por uno o varios especialistas para prevenir y/o solucionar problemas de una variedad de equipos

Coaching: es un proceso creativo en el que el coach y el coachee generan ideas con el fin de despertar el talento y potencial del cliente, descubrir nuevas habilidades y adquirir conocimientos.

Networking: es una estrategia que consiste en ampliar nuestra red de contactos profesionales con el empleo de redes sociales de tipo profesional

2.3 Marco legal

Ley 1780 del 2 de mayo de 2016. Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar: barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones": La cual tiene como objeto:

Impulsar la generación de empleo para los jóvenes entre 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y ejecución de políticas de empleo, emprendimiento y la creación de nuevas empresas jóvenes, junto con la promoción de mecanismos que impacten positivamente en la vinculación laboral con enfoque diferencial, para este grupo poblacional en Colombia.

Artículo 3 de la Ley 1780 de 2016, establece la exención del pago de la matrícula mercantil y la primera renovación para las pequeñas empresas jóvenes (que hayan iniciado su actividad económica principal a partir del 2 de mayo de 2016).

Artículo 10. Componentes del Mecanismo de Protección al Cesante. Adiciónese un numeral al Artículo 2 de la Ley 1636 de 2013, como componente del Mecanismo de Protección al Cesante el cual quedará así:

“Artículo 2. Creación del Mecanismo de Protección al Cesante. Créase el Mecanismo de Protección al Cesante, el cual estará compuesto por:

(” ...”) 5. Promoción del emprendimiento y desarrollo empresarial, como herramienta para impulsar y financiar nuevos emprendimientos, e iniciativas de autoempleo e innovación social para el emprendimiento, los cuales incluyen, entre otros, créditos y microcréditos, fondos de capital semilla para el desarrollo de negocios, desarrollo y/o apoyo a micro y pequeñas empresas, a través de la asistencia técnica empresarial, referente a la administración, gerencia, posicionamiento, mercadeo, innovación, gestión de cambio y articulación con el tejido empresarial.

Para el efecto se deberán aplicar metodologías probadas, directamente por la Caja de Compensación Familiar, o a través de alianzas con entidades expertas, que midan los resultados de su aplicación en términos de generación de empresas y/o desarrollo de las empresas apoyadas.

Parágrafo 1. Los recursos invertidos en la ejecución de programas de microcrédito bajo la vigencia de la Ley 789 de 2002, incorporados al Fondo de Solidaridad de Fomento al Empleo y Protección al Cesante – FOSFEC de acuerdo con el numeral 2 del Artículo 6 de la Ley 1636 de 2013, serán destinados como saldo inicial para el componente de promoción y fomento del emprendimiento del Mecanismo de Protección al Cesante y podrán ser utilizados para los fines previstos en este Artículo, conforme a la

reglamentación que para el efecto expida el Ministerio de Trabajo, dentro de los seis (6) meses siguientes a la expedición de la presente Ley.

Parágrafo 2. Las Cajas de Compensación Familiar, deberán seguir principios de asociación, eficiencia, idoneidad y economía de escala, en la selección de aliados para operar los temas de los que trata este Artículo, bien sean entidades financieras vigiladas por la Superintendencia Financiera, otras Cajas de Compensación Familiar u otras entidades, de acuerdo con los lineamientos que para el efecto expida el Ministerio del Trabajo.

Parágrafo 3. Los recursos destinados para financiar nuevos emprendimientos, e iniciativas de autoempleo e innovación social para el emprendimiento se regirán por el derecho privado y la decisión de financiación estará a cargo del consejo directivo de la Caja de Compensación Familiar respectiva.

Artículo 27. Educación económica y financiera, cooperativa y solidaria en el Sistema educativo. Para avanzar en el propósito nacional de que la niñez y la juventud reciban educación económica y financiera, en todas las instituciones educativas, públicas y privadas, se impulsará en todos los ciclos educativos, la cultura de la solidaridad, y la cooperación, así como el desarrollo del modelo empresarial cooperativo y de la economía solidaria, como alternativa de Asociatividad y emprendimiento cooperativo y solidario para la generación de ingresos, y la adecuada valoración de la economía.

Parágrafo. Se apoyarán las experiencias de cooperativas escolares, como forma de emprendimiento cooperativo y como apoyo al proceso educativo en las áreas curriculares

Ley 1834 de 2017: Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley

Naranja: Tiene como objetivo: fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas.

Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual

Artículo 9°. Promoción y fomentó. El Gobierno nacional a través de la Financiera del Desarrollo Territorial (Findeter), creará líneas de crédito y cooperación técnica para el impulso a la construcción de infraestructura cultural y creativa en los entes territoriales.

Findeter trabajará coordinadamente con el Ministerio de Cultura para la construcción de agendas de "municipios, ciudades y regiones creativas" en todo el país, con miras a que estas enriquezcan los planes de los diferentes entes territoriales para el impulso de la cultura y la economía creativa.

En aras de fomentar la participación de los entes territoriales en estas iniciativas, los Órganos Colegiados de Administración y Decisión (OCAD) implementarán a través de las líneas de ciencia y tecnología proyectos de impacto regional o municipal que estimulen los sectores de la Economía Creativa.

Los proyectos de infraestructura estarán orientados principalmente a infraestructura urbana que estimule estos sectores, infraestructura dedicada tales como museos, bibliotecas, centros culturales, teatros, y otros, e infraestructura digital tendiente a democratizar el acceso a conectividad e Internet de alta velocidad.

Artículo 10. Educación para la economía creativa. En desarrollo de la jornada única y en el marco de la autonomía escolar, el Ministerio de Educación Nacional, en coordinación con el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena) y el Ministerio de Cultura, promoverán en

los establecimientos educativos la formación para el progreso cultural y creativo, a la luz de las disposiciones consagradas en la Ley 115 de 1994.

El Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena) y la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), realizarán jornadas periódicas de capacitación en materia de Economía Creativa, sin perjuicio que dichas jornadas puedan ser adelantadas también por otras entidades administrativas a las que el Consejo Nacional de la Economía Naranja les asigne esa función.

Parágrafo. El Gobierno nacional buscará incluir como parte integral de la política en educación, componentes en el ámbito de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones como herramienta para el desarrollo de innovaciones y aplicaciones

Artículo 11. Financiación. El Gobierno nacional promoverá la adecuada financiación que permita desarrollar la Economía Creativa. Para esto, el Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior (Bancóldex) estará encargado de crear mecanismos de financiación para emprendimientos creativos, a través de los instrumentos y vehículos que dicha entidad determine según su objeto y competencia.

En igual sentido, se incrementará la disponibilidad de capital semilla y capital emprendedor para emprendimientos creativos mediante procesos concursales rigurosos de acuerdo con la ley.

Además de lo anterior, el Gobierno nacional determinará y reglamentará otros mecanismos alternativos de apalancamiento, comercialización y apoyo con el fin de promover los emprendimientos creativos.

Ley 1838 del 6 de junio 2017 "por la cual se dictan normas de fomento a la ciencia, tecnología e innovación mediante la creación de empresas de base tecnológica (spin offs) y se dictan otras disposiciones": Su objeto es promover el emprendimiento innovador y de alto valor agregado en las Instituciones de Educación Superior (IES), que propenda por el aprovechamiento de 103 resultados de investigación y la transferencia de conocimientos a la sociedad como factor de desarrollo humano, científico, cultural y económico a nivel local, regional y nacional.

Se entiende por Spin-off aquella empresa basada en conocimientos, sobre todo aquellos protegidos por derechos de Propiedad Intelectual, gestados en el ámbito de las IES, resultado de actividades de investigación y desarrollo realizadas bajo su respaldo, en sus laboratorios e instalaciones o por investigadores a ellas vinculados , entre otras formas.

Artículo 2°. Las Instituciones de Educación Superior (IES), podrán crear empresas tipo spin-off sin afectar sus planes de mejoramiento, con e sin, participación de particulares, los servidores públicos docentes, y/o investigadores, cualquiera sea su forma o naturaleza de vinculación legal podrán formar parte de ellas a cualquier título, o crear spin-off, pudiendo para tal fin asociarse con las instituciones de educación Superior (IES), y con las personas privadas que manejen recursos públicos, de acuerdo con la ley, reglamentos y estatutos propios de las Instituciones de Educación Superior.

Parágrafo 1°. Los particulares participarán en las spin-off de acuerdo a lo establecido en el Decreto-ley 393 de 1991,

Parágrafo 2". Las iniciativas de emprendimiento de las empresas de base tecnológica spin- off, deberán ser articuladas con los planes regionales de competitividad y con las

políticas del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e innovación (SNCTI) siempre y cuando estas se originen en instituciones de educación Superior o en programas acreditados por el Consejo Nacional de Acreditación.

Artículo 3°. Los docentes o investigadores que formen parte de las Spin-off podrán ser partícipes de los beneficios económicos que se generen a partir de las actividades propias de estas, sin que esto configure factor salarial ni doble asignación por parte del tesoro público.

Los beneficios económicos para los servidores públicos derivados de las Spin-off provendrán exclusivamente de la actividad de esta.

Artículo 4°. Las empresas tipo Spin-off que se fundamentan en resultados financiados con recursos públicos, en tal caso las Instituciones de Educación Superior (IES), podrán crear un fondo para fomentar las actividades de ciencia, tecnología e innovación.

Parágrafo. Cuando los resultados para la creación de empresas spin-off hayan provenido de recursos públicos, deberán revertir a la respectiva IES porcentaje que se acuerde entre las partes, al igual que el tiempo de dicho aporte, para continuar fomentando las actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación de dicha IES.

Artículo 5°. En todas las Instituciones de Educación Superior (IES) que crean empresas tipo spin-off, de que trata la presente ley, deberán incluir dentro de su estructura administrativa una Coordinación cuya función es armonizar las distintas actividades derivadas de las investigaciones hechas por los docentes o particulares que conforman empresas tipo spin-off.

Ley 1014 de 2006: fomento a la cultura del emprendimiento (secretaría de senado, s. f.): Esta tiene por objetivo de promover el espíritu emprendedor en el plantel educativo, disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional.

Artículo 13. Enseñanza obligatoria. En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, cumplir con:

1. Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de Empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.
2. Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar Empresas.
3. Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados “Cátedra Empresarial” que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar Empresas con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.
4. Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macro ruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el

emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos en esta ley y con el apoyo de las Asociaciones de Padres de Familia.

Parágrafo. Para cumplir con lo establecido en este Artículo, las entidades educativas de educación básica primaria, básica secundaria y media vocacional acreditadas ante el Ministerio de Educación Nacional, deberán armonizar los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) pertinentes de acuerdo con lo establecido en la Ley 115 General de Educación.

Artículo 14. Sistema De Información Y Orientación Profesional. El Ministerio de Educación Nacional en coordinación con el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES, el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología, Colciencias, y el sector productivo, establecerá en un plazo máximo de (1) un año, un Sistema de Información y Orientación Profesional, Ocupacional e investigativa, que contribuya a la racionalización en la formación del recurso humano, según los requerimientos del desarrollo nacional y regional.

Artículo 15. Formación De Formadores. El Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, coordinará a través de las redes para el Emprendimiento y del Fondo Emprender y sus entidades adscritas, planes y programas para la formación de formadores orientados al desarrollo de la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

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.

Artículo 17. Voluntariado Empresarial. Las Cámaras de Comercio y los gremios empresariales podrán generar espacios para constituir el voluntariado empresarial con sus asociados con el objeto de que sean mentores y realicen acompañamiento en procesos de creación de Empresas.

Artículo 18. Actividades De Promoción. Con el fin de promover la cultura del emprendimiento y las nuevas iniciativas de negocios, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Programa Presidencial Colombia Joven y el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, darán prioridad a las siguientes actividades:

1. Feria de trabajo juvenil: Componente comercial y académico.
2. Macro rueda de negocios para nuevos empresarios: Contactos entre oferentes y demandantes.
3. Macro ruedas de inversión para nuevos empresarios: Contactos entre proponentes e inversionistas y sistema financiero.
4. Concursos dirigidos a emprendedores sociales y de negocio (Venture).
5. Concursos para facilitar el acceso al crédito o a fondos de capital semilla a aquellos proyectos sobresalientes.
6. Programas de cofinanciación para apoyo a programas de las unidades de emprendimiento y entidades de apoyo a la creación de Empresas: Apoyo financiero para el

desarrollo de programas de formación, promoción, asistencia técnica y asesoría, que ejecuten las Fundaciones, Cámaras de Comercio, Universidades, Incubadoras de Empresas y ONG.

Instrumentos de planificación relacionados con el emprendimiento

El Consejo Nacional de Política Económica y Social — CONPES (creado por la Ley 19 de 1958), es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión.

El Departamento Nacional de Planeación desempeña las funciones de Secretaría Ejecutiva del CONPES y CONPES Social, y por lo tanto es la entidad encargada de coordinar y presentar todos los documentos para discutir en sesión. Para el fomento a la Política Nacional de Emprendimiento se deben tener en cuenta los siguientes: CONPES 3297 del 26 de julio de 2004, que define la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad. CONPES 3439 del 14 de agosto de 2006, que crea el Sistema Administrativo Nacional de Competitividad (El Decreto 1475 de mayo de 2008 incluye al MCIT en la Secretaría Técnica y define que MCIT y Confecámaras coordinarán las Comisiones Regionales de Competitividad). CONPES 3484 del 13 de agosto de 2007, sobre política nacional para la transformación productiva y la promoción de las Mí pymes. CONPES 3527 del 23 de junio de 2008, sobre la Política Nacional de Competitividad y Productividad. Según la Política Nacional de Competitividad y Productividad, un país puede aumentar el valor de su producción por 3 vías: produciendo más (productividad),

produciendo mejor (aumentando la calidad) o produciendo nuevos productos (transformación productiva). El emprendimiento es fundamental para alcanzar la transformación productiva y de ahí su estrecha relación con la competitividad. CONPES 3533 del 14 de julio de 2008, —Bases para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la competitividad y productividad nacional. CONPES 3582 de abril de 2009, se estableció en la misma línea de la Política de Fomento a la Investigación y la Innovación, la necesidad de priorizar la biotecnología como una de las áreas estratégicas. Además, se proveen un conjunto de incentivos que impulsan la realización de actividades de investigación e innovación en ciencia, tecnología e innovación como pilares de la transformación productiva.

2.4 Operacionalización variables

Como es de esperarse, en el proceso del trabajo de campo se pretende confirmar o negar las afirmaciones que se muestran, de forma descriptiva y cuantitativa con base a la interpretación de datos que permiten llegar a la conclusión de la investigación. Una vez determinados los objetivos de la investigación mediante a la sistematización del problema se derivan los supuestos de la investigación, que se especifican en el sistema de variables, los cuales ayudan a construir instrumentos metodológicos para la aplicación.

En las cuales se trataran 5 dimensiones

1. Información personal
2. Identificación actual del estudiante-empresario
3. Identificación de la empresa actualmente en funcionamiento
4. Información relacionada con el desarrollo del emprendimiento

5. Información financiera.

A partir de las dimensiones se realiza el siguiente cuadro de operacionalización, el cual presenta las variables, los indicadores e ítems (preguntas) incluidas en el estudio.

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de las variables

Dimensión	Variable	Indicadores	Ítems (Preguntas)
Información personal	Características Personales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Genero ✓ Edad ✓ Estrato socioeconómico ✓ Estado civil ✓ Semestre académico 	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 1.2 1.3 1.4 1.5
Identificación actual del estudiante-empresario	Individual	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudiante empresario ✓ Cantidad de Empresas ✓ Rol 	<ul style="list-style-type: none"> 2.1; 2.3 2.2 2.4
Identificación de la empresa actualmente en funcionamiento	Información empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicación ✓ Tipo de local ✓ Tiempo de funcionamiento ✓ Sector económico ✓ Legalización (formal o informal) 	<ul style="list-style-type: none"> 3.1 3.2 3.3 3.4 3.5; 3.6
Información relacionada con el desarrollo del emprendimiento	Programa académico	✓ Previo / actual / formación	4.1; 5.8
	Origen de empresa	✓ Familiar / formación / oportunidad	4.2; 4.3; 4.5; 4.6
	Motivaciones personales	✓ Necesidades, habilidades, oportunidades	4.4
Información Financiera	Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capital inicial ✓ Patrimonio ✓ Ingresos por ventas ✓ Endeudamiento ✓ Clasificación 	<ul style="list-style-type: none"> 5.1 5.2 5.3; 5.4 5.5; 5.6 5.7

Fuente: Castillo, Flórez, Ordoñez (2017)

Capítulo 3: Marco Metodológico

3.1 Generalidades Metodológicas

En la elaboración del presente proyecto se utiliza el modelo de investigación cuantitativa, tomando a los estudiantes de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona, los cuales se encuentran actualmente en el programa de Administración de Empresas; lo que permite conocer y medir numéricamente los resultados de la investigación, determinando las características de los servicios de la incubadora de empresas y el perfil del estudiante empresario: se toma este modelo ya que el enfoque cuantitativo es importante puesto se puede medir numéricamente lo que se investiga de forma exacta y precisas abarcando toda la población permitiendo tener resultados puntuales que al graficarse permiten una mayor interpretación.

3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación utilizado en el proyecto es de alcance descriptivo puesto que permiten indagar a la población mediante una encuesta la cual proporcionara resultados sobre las características primordiales del estudiante empresario.

Según Sampieri “el alcance descriptivo miden de manera más independiente lo conceptos o variables con los que tiene que ver.” (pág. 98).

3.3 Diseño de la investigación

El diseño de investigación que se trabajó en el proyecto, es de campo, debido a que este enfoque permite generar una caracterización más cercana de la población a través del contacto con ellas y el análisis de documentos de la incubadora. Puesto que se puede

tener una idea más clara de la forma en que se emplea la Incubadora y como se relaciona con los estudiantes.

Según (G. Arias 2012), La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

La población que se utilizará para la investigación serán los 302 estudiantes del programa de Administración de Empresas y la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona, sede principal de la ciudad de Pamplona.

Según (Tamayo 1997), "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación" (P.114).

3.4.2 Muestra

Para desarrollar estudios con población finita o menores de cien mil unidades poblacionales, se aplica la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra

Donde:

N = Tamaño de la muestra a hallar según segmento a encuestar.

P = Probabilidad de éxito.

Q = Probabilidad de fracaso.

Z = Nivel de confianza. |

E = Error de Muestreo.

Para calcular el tamaño de la muestra se tomara de la siguiente manera, si el tamaño total de la población es de 302 estudiantes, con una probabilidad de éxito de 95%, una probabilidad de fracaso de 5%, un nivel de confianza del 95% y un error de muestreo del 4% se realizara los siguientes cálculos:

$$n = \frac{302 * 1,962 * (0,95 * 0,05)}{1,962 * (0,95 * 0,05) + (302 - 1) * 0,042}$$

$$n = \frac{302 * 1,962 * (0,95 * 0,05)}{3,8416 * (0,95 * 0,05) + 302 * 0,0016}$$

$$n = \frac{55,107752}{0,665676}$$

$$n = 82,78464598$$

Lo cual indica, que el tamaño de la muestra es aproximadamente 83 encuestas, entre la población de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona.

Según (Tamayo, T. Y Tamayo 1997), afirma que la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (p.38).

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos son herramientas las cuales ayudan a obtener información contundente para la realización de una investigación. Las técnicas de recolección de datos.

Para la recolección de datos se utilizaron dos técnicas: la encuesta y el análisis de datos.

La encuesta permite recolectar información contúndete sobre la investigación; se aplica a los estudiantes de la Universidad de Pamplona, con el fin de realizar una caracterización del estudiante empresario del programa Administración de Empresas de la sede de Pamplona. La cual se tomó de la Fuente: Angulo, Silva, Ordoñez (2017) pues es una encuesta que cumple con los requisitos de la investigación.

Como segunda técnica está el análisis de información: Esta permite identificar las características de la incubadora de empresas y el estudiante empresario, pues son documentos que muestran el trabajo que ha realizado la incubadora en la universidad, permitiendo conocer el impacto de la misma.

Con la utilización de las técnicas mencionadas anteriormente se buscó recolectar la información necesaria para conocer a cabalidad la problemática y sus posibles soluciones futuras.

3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

3.6.1 Análisis e interpretación de los resultados

El trabajo de campo se aprovechó satisfactoriamente, aplicándose la herramienta de encuesta, de acuerdo al número de muestra acorde para la recolección de los datos los cuales suministraron de manera eficiente la información necesaria por parte del criterio de los estudiantes de la Universidad de Pamplona – sede Pamplona al igual que el análisis de los documentos proporcionados por la incubadora de empresas. Para este capítulo, se encuentra la tabulación, gráfica y análisis de cada una de las preguntas

incluidas, al igual que un análisis general de las encuestas. Las cuales servirán de apoyo para generar las conclusiones correspondientes sobre la investigación.

3.6.2 Encuesta

ENCUESTA

Caracterización del estudiante-empresario matriculado en el programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, sede de Pamplona

Información general: El trabajo de campo de se basó en los datos suministrados por ochenta y cuatro (85) estudiantes del programa de Administración de Empresas, tomando las siguientes variables:

- Genero.
- Año de nacimiento.
- Estrato socioeconómico.
- Estado civil.
- Semestre académico.

Tabla 2. Género

Género	Cantidad
Femenino	39
Masculino	46
Total encuestados	85

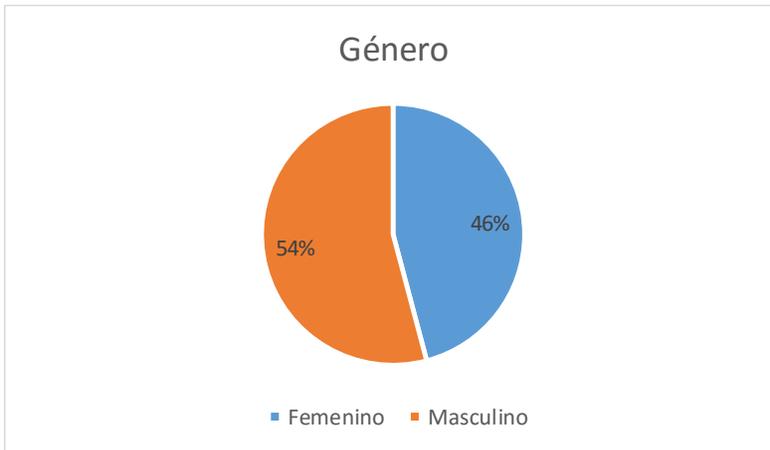


Gráfico 1 Género

Interpretación: en la gráfica se observa que la mayoría de estudiantes del programa de Administración de Empresas encuestados corresponde al sexo femenino (54%) en comparación al masculino que corresponde (46%).

Resultado: En el programa de Administración de Empresas, según los resultados arrojados por la encuesta es mayor la demanda de estudiantes mujeres que quieren ser administradoras de Empresas que de hombres con una diferencia del 10%.

Tabla 3. Año de nacimiento

Año	Encuestados
1983 - 1985	3
1986-1989	6
1990-1992	11
1993-1995	38
1996-1998	27
Total encuestados	85

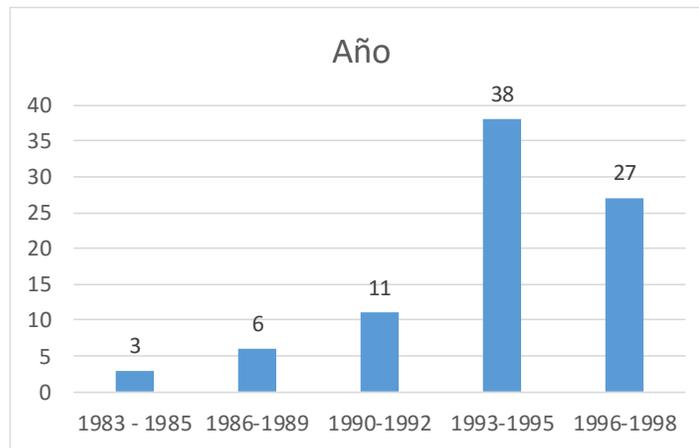


Grafico 2 Año de nacimiento

Interpretación: Esta grafica muestra, la distribución de edades en las que se encuentran los estudiantes de Administración encuestados; donde la mayor concentración se encuentra entre los años 1993-1995 con (45%), 1996- 1998 con (32%), en comparación a los de 1990 - 1992 (13%), 1986 – 19989 con (7%) y 1983 – 1985 con (3%)

Resultado: Como resultado a la anterior grafica podemos concluir que las personas cursantes del Programa de Administración de Empresas, son de edades Adulta en su minoría, y jóvenes en su mayoría.

Tabla 4. Estrato socioeconómico

Estrato socioeconómico	Encuestados
1	39
2	30
3	16
4	0
5	0
Total encuestados	85

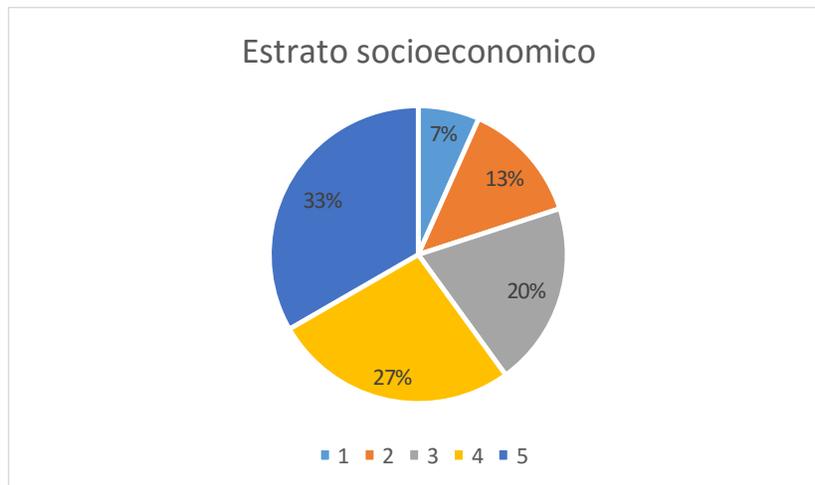


Grafico 3. Estrato socioeconómico

Interpretación: la gráfica muestra la variación que ahí entre el estrato al que pertenecen los estudiantes puesto que la mayoría corresponde al estrato 1 con (46%), seguido del estrato 2 con (35%) y el estrato 3 con (29%) mostrando que son personas de bajos a medios recursos.

Resultado: Como bien se puede comprender con el análisis anterior tenemos como resultado la importancia de que los jóvenes conozcan mejor los servicios de la Incubadora, pues al ser la gran mayoría de bajos recursos, seria de mucha ayuda para ellos que hicieran parte y uso de ella.

Tabla 5. Estado civil

estado civil	Encuestados
soltero sin hijos	71
soltero con hijos	8
casado sin hijos	0
casado con hijos	6
Otro	1
Total encuestados	85

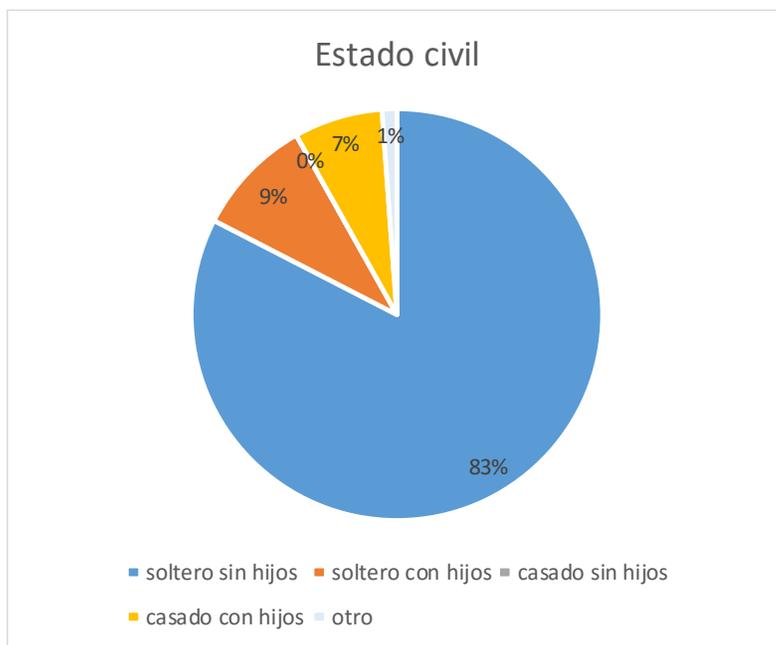


Grafico 4. Estado civil

Interpretación: la gráfica muestra que la mayoría de los estudiantes están solteros y que además no tienen hijos con un porcentaje del (83%) en comparación a los solteros con hijos con (9%) y casados con hijos (7%) y a otros (1%) que están en unión libre.

Resultado: como resultado final a esta interpretación podemos evidenciar que la minoría de los estudiantes del programa tienen hijos, por lo que sus Empresas a futuro serian familiares.

Tabla 6. Semestre académico

Semestre académico	Encuestados
1° a 2° semestre	0
3° a 4° semestre	4
5° a 6° semestre	23
7° a 8° semestre	36
9° a 10° semestre	22
Total encuestados	85

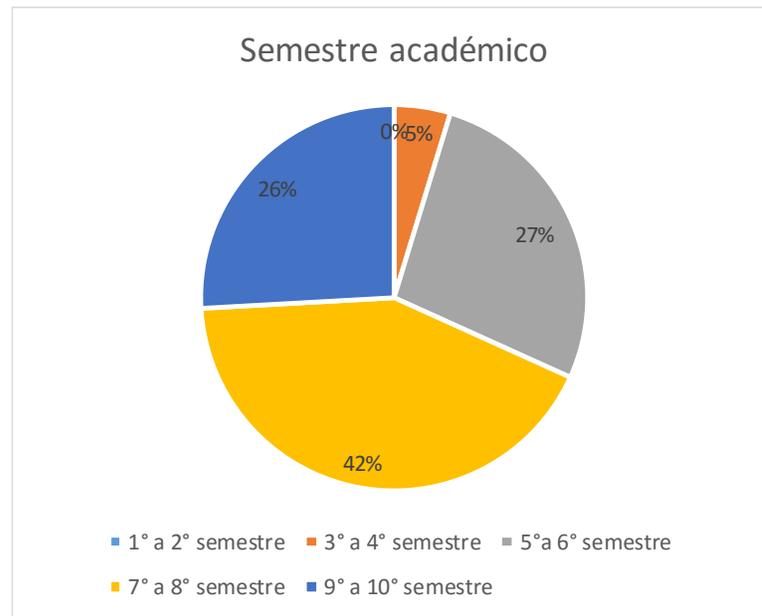


Grafico 5. Semestre académico

Interpretación: en concordancia con los estudiantes 85 encuestados en la gráfica se evidencia el nivel académico en los que se encuentran los participantes en donde los de primeros semestre no participaron, mientras que de las 85 se encuentran entre los semestres académicos con menor participación 3° a 4° con (5%) mientras que la mayoría están entre 7° a 8° con (42%), seguido de 9° a 10° con (26%) y 5° a 6° con (27%).

Resultado: el resultado obtenido con lo anterior, nos deja ver que la mayoría de los estudiantes que participaron en la encuesta son de 7° y 8° por lo que sus respuestas son relevantes.

II. Identificación actual del Estudiante-Empresario

2.1. Usted es Estudiante-Empresario(a):

Tabla 7 identificación del estudiante empresario

Género	Encuestados
Estudiantes mujeres empresarias	4
Estudiantes hombres empresarios	7
estudiantes mujeres	42
estudiantes hombres	32
Total encuestados	85

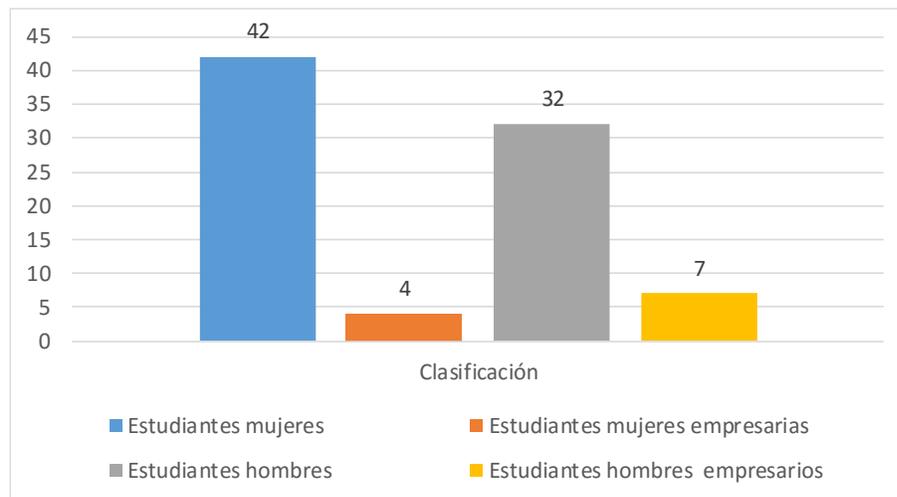


Gráfico 6. Identificación del estudiante empresario

Interpretación: De acuerdo a los 85 estudiantes encuestados de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, se puede conocer la cantidad de estudiantes empresarios mujeres y hombres en comparación con la cantidad de estudiantes que no han emprendido una idea de negocio los cuales son: estudiantes mujeres empresarias con un 5% equivalen a tan solo 4 mujeres de 46 encuestadas, en comparación con los empresarios hombres con 8% que equivalen a 7 hombres de 39 encuestados, lo anterior nos indica que los estudiantes de Administración de Empresas se dedican a estudiar y poseen poco emprendimiento en cuanto a la creación y puesta en marcha de una empresa.

Resultado: es por lo anterior que se debe dar a conocer mejor las funciones de la Incubadora, para que los estudiantes no solo se dediquen a estudiar, sino que también a emprender de forma eficaz

2.2. Cuántas Empresas ha fundado (solo o con otros socios) hasta la fecha (2017)

De acuerdo a las respuestas de los 11 estudiantes empresario del programa de Administración de Empresas, de la Universidad de Pamplona, sede Pamplona, 9 estudiantes han fundado empresa y han tenido éxito, 1 ha fundado 2 Empresas de las cuales una tiene activa y 1 estudiante ha fundado 3 de los cuales tiene una activa.

De lo anterior se puede deducir que el nivel de emprendimiento por parte de los estudiantes es grande en cuanto se proponen a crear y llevar acabo su idea de negocio, o seguir con el negocio familiar.

2.3. ¿Tiene una empresa en funcionamiento (ACTIVA) actualmente? :

Tabla 8. Empresas en funcionamiento

Empresa	Encuestados
Si	11
No	0
Total encuestados	11



Gráfico 7 Empresas activas

Interpretación: De acuerdo a los 85 estudiantes encuestados de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, se puede conocer la cantidad de estudiantes empresarios que han emprendido una empresa, aun la tienen activa mostrando el 100% de efectividad en la Administración y puesta en marcha de ellas.

Resultado: el 100% de los estudiantes empresarios tienen sus Empresas en funcionamiento, por lo que se debe motivar a más estudiantes a ser emprendedores.

2.4. ¿Cuál es su posición o rol en la empresa activa actualmente?

De acuerdo con esta pregunta los resultados fueron que entre los 11 estudiantes empresarios juegan diferentes roles en las Empresas donde 3 son los administradores, 2 son gerentes, 2 son socios, 1 es propietario y administrador, 1 es el propietario, 1 realiza diferentes roles y 1 realiza la contabilidad.

III. Identificación de la Empresa actualmente en funcionamiento

3.1. La empresa en funcionamiento (ACTIVA) actualmente se encuentra ubicada en:

Tabla 9 Empresas activas

Ubicación	Encuestados
Pamplona	9
Pamplonita	0
Silos	0
Chitagá	0
Cacota	0
Mutiscua	0
Otro	2
Total encuestados	11

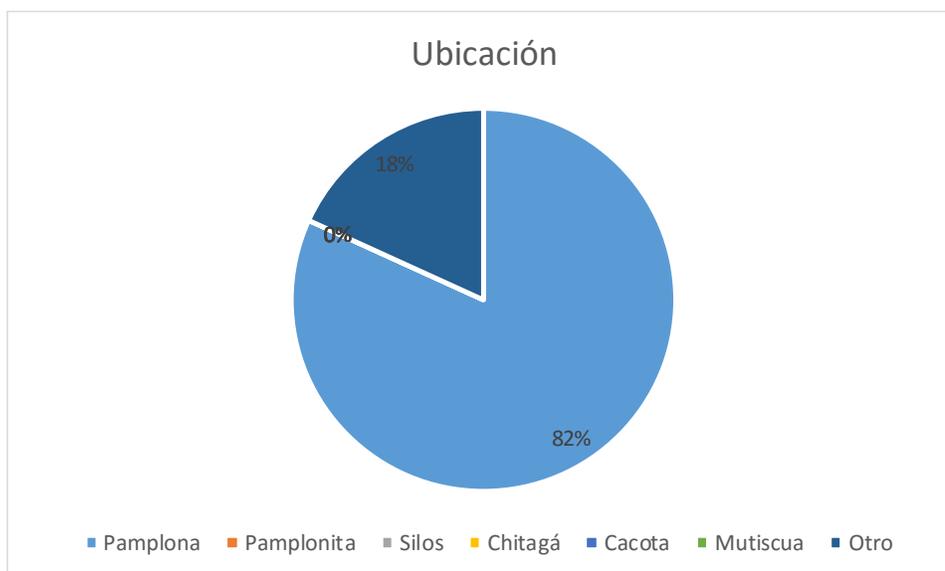


Gráfico 8 Empresas activas

Interpretación: Según las encuestadas aplicadas a 10 estudiantes empresarios de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro que se las Empresas estan ubicadas en su mayoría en Pamplona con 82% equivalente a 9 Empresas. mientras que el 18% estan en otras partes del pais

donde el 9% equivalente a 1 empresa se encuentra en San Martín, Meta y el otro 9% no lo tiene en Norte de Santander, pero no específico lugar de la ubicación.

Resultado: los estudiantes de Administración de Empresas no solo sitúan sus Empresas en la ciudad donde estudian, sino que las formalizan en su lugar de procedencia, de esta forma no solo contribuyen con el desarrollo local sino nacional.

3.2. El local donde funciona su empresa es:

Tabla 10 Local donde funciona la empresa

Lugar	Encuestados
casa	7
alquilado	4
Total encuestados	11

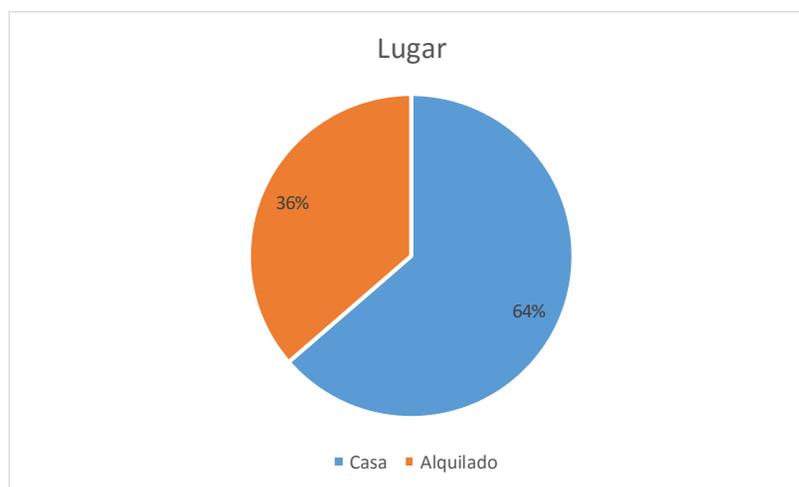


Gráfico 9 Lugar donde funciona la empresa

Interpretación: Según las encuestadas aplicadas a 85 estudiantes de los cuales 11 son estudiantes empresarios de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontró que hasta el momento

un 64% de Empresas estan situadas en la casa, mientras que el otro 36% se paga un local o lugar alquilado.

Resultados: es aquí donde se evidencia la falta de presupuestos por parte de los emprendedores, por lo que si recibieran ayuda por parte de la Incubadora serian Empresas mucho más sólidas.

3.3. ¿Cuánto tiempo lleva su empresa en funcionamiento?

Tabla 11 Tiempo de funcionamiento de la empresa

Tiempo de funcionamiento	Encuestados
6 a 12 meses	3
1 a 3 años	5
3 a 5 años	2
Otro	1
Total encuestados	11

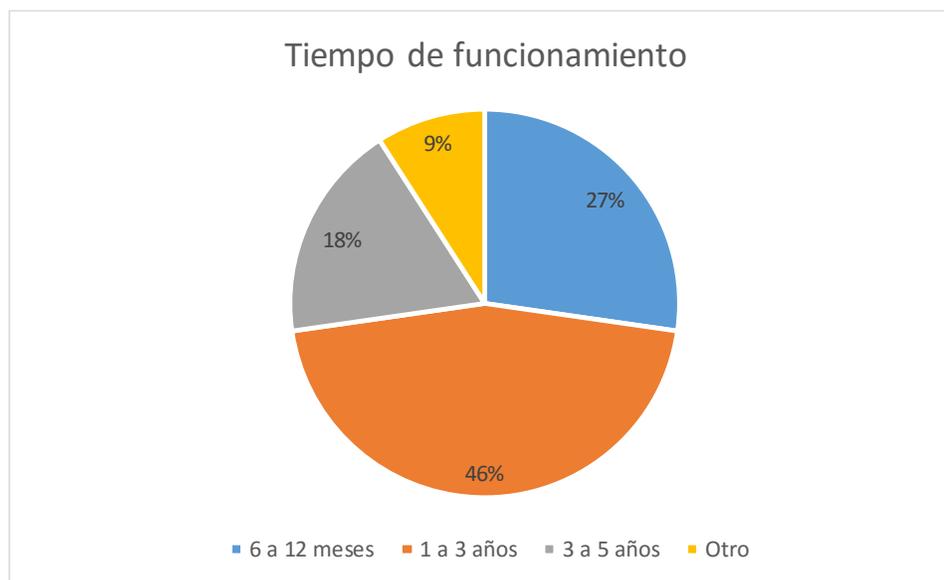


Gráfico 10 Tiempo de funcionamiento de la empresa

Interpretación: Según las encuestadas aplicadas a 10 estudiantes empresarios de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro que el tiempo promedio que llevan en funcionamiento las Empresas se encuentran en: el 46% equivale 5 Empresas llevan entre 1 a 3 años, el 27% equivale a 3 Empresas estan entre 6 a 12 meses, el 18% equivalente a 2 empresa esta entre 3 a 5 y otros con el 10% que equivale a 1 empresa que esta en funcionamiento hace 10 años.

Resultados: el resultado final de esta interpretación es que no solo son jóvenes que formalizaron su idea de negocio sino que se convirtieron en empresarios.

3.4. ¿A qué sector económico pertenece su empresa?

Tabla 12 Sector económico

Sector económico	Encuestados
Sector agropecuario	1
Sector de servicios	3
Sector de comercio	6
Sector industrial	0
Sector de alimentos	1
Sector financiero	0
Total encuestados	11

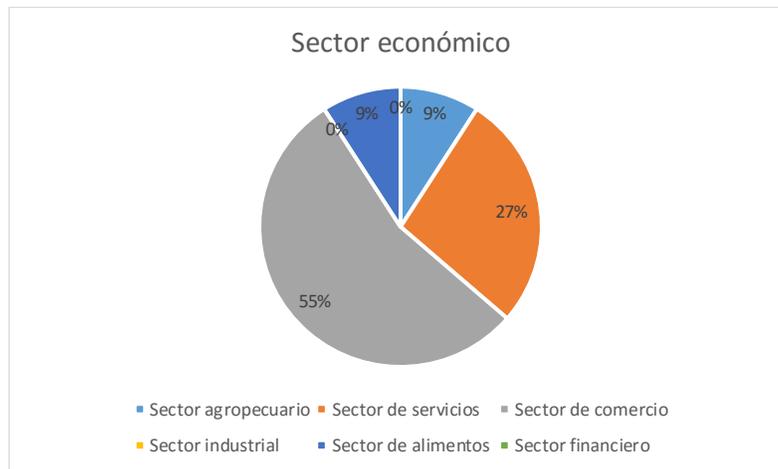


Gráfico 11 Sector económico

Interpretación: Según las encuestadas aplicadas a 10 estudiantes empresarios de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontró que el 55% equivalente a 6 empresas es del sector comercial, el 27% equivalente a 3 empresas de servicios, el 9% equivalente a 1 empresa de alimentos y el otro 9% equivalente a 1 empresa agropecuaria y ninguna se dedica al sector industria ni al financiero.

Resultados: los estudiantes del programa de Administración de Empresas, no han tomado la decisión de formar parte del sector financiero e industrial. Siendo aquí donde la Incubadora debería ser más necesaria para el desarrollo del sector.

3.5. ¿La empresa activa actualmente está legalmente formalizada?

Tabla 13 Empresas legalmente activas

Empresa	Encuestados
Si	6
No	5
Total encuestados	11

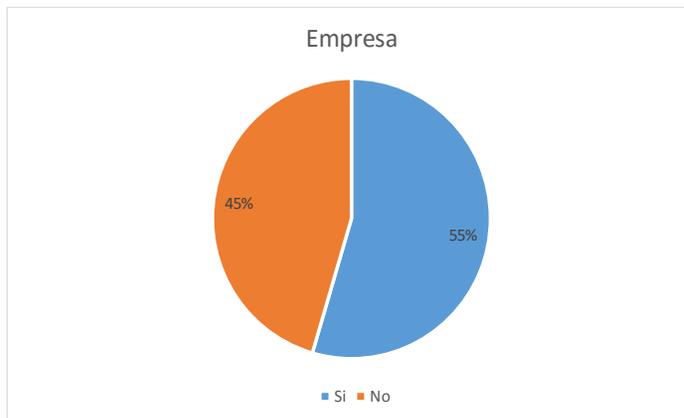


Gráfico 12 la empresa está legalmente activa

Interpretación: Según las encuestadas aplicadas a 85 estudiantes donde 11 son estudiantes empresarios de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro que el 60% equivalente a 6 Empresas se encuentran legalmente constituidas en comparacion al 45% equivalente a 5 Empresas que no lo estan.

Resultado: un poco menos de la mitad de las Empresas, no están constituidas legalmente, haciendo parte del sector empresario informal del país.

3.6. ¿Por qué NO tiene legalmente formalizada su empresa?

Tabla 14 Motivos por los que la empresa no está formalizadas

	Encuestados
Por no pagar impuestos	1
Disponibilidad de tiempo	2
Me genera la misma ganancia si la tengo formalizada o no la formalizo	1
Legalizar la empresa no garantiza ningún apoyo del gobierno	0
Tendría que asumir mayores obligaciones ante la normatividad laboral, Tributaria, Etc.	1
Total encuestados	5

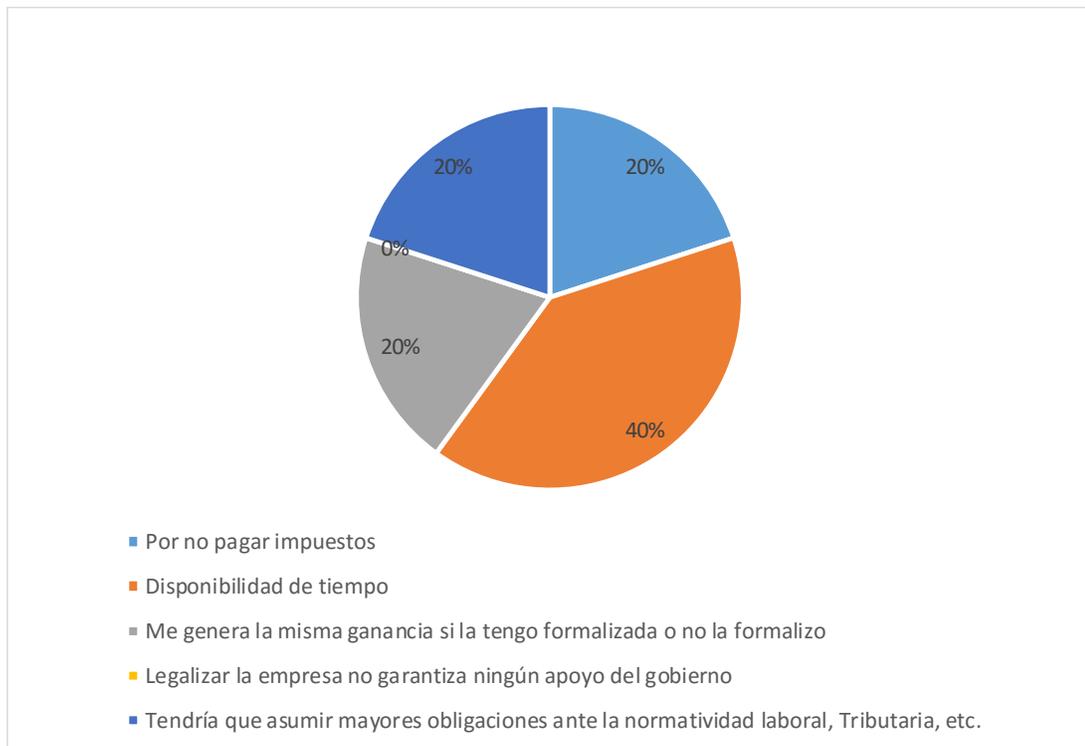


Grafico 13 Motivos por los que la empresa no está formalizada

Interpretación: Según las 5 Empresas las cuales no están legalmente formalizada los estudiantes empresarios nos indicaron los diferentes factores por los cuales no han realizado este trámite con los siguientes resultados: el 40% por disponibilidad de tiempo y con 19,3% se encuentran la misma ganancia si la tengo formalizada, por no pagar impuestos y también por que se tendrían que asumir mayores obligaciones ante la normatividad laboral, tribunal Etc.

Resultados: las 5 Empresas no legalizadas, dan excusas ante el registro y legalización de las mismas, por diferentes motivos, aunque con la misma finalidad, evadir impuestos.

IV. Información relacionada con el desarrollo de emprendimiento

4.1. Usted es empresario(a):

Tabla 15 Usted es empresario

	Encuestados
antes del programa	3
durante el programa	8
Total encuestados	11

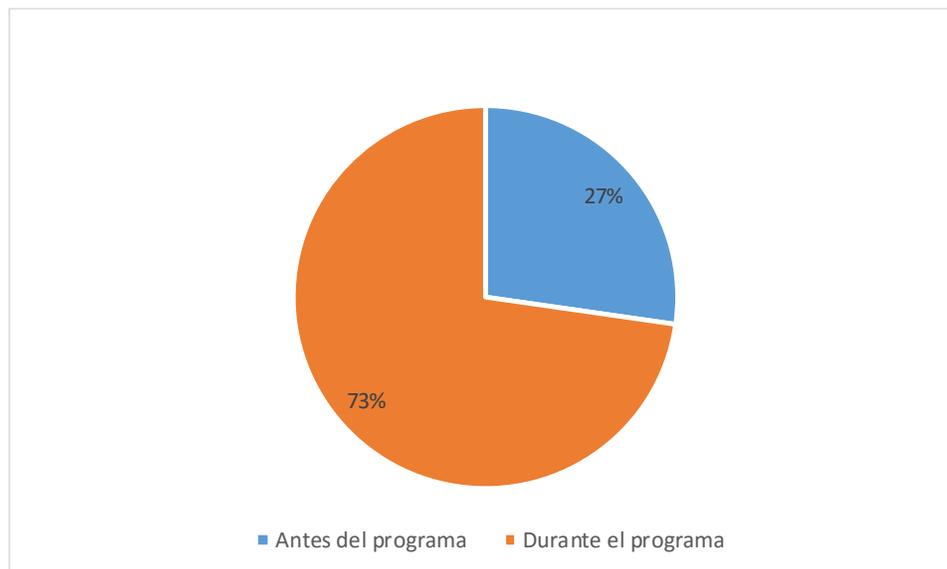


Gráfico 14 Usted es empresario

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de la facultad de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontró que la mayoría de estudiantes emprendieron su negocio durante la vinculación al programa con 73% equivaliendo a 8 estudiantes, mientras que el 27 % equivalente a 3 estudiantes que las emprendieron desde antes de ingresar al programa de administración de Empresas.

Resultados: se evidencia con lo anterior que no solo los estudiantes de Administración pueden ser empresarios, al igual que realizando la etapa de formación profesional es de incentivo para ser emprendedor.

4.2. ¿Con quienes creó la empresa?

Tabla 16 ¿Con quién creo la empresa?

	Encuestados
usted solo	3
familiar	5
esposo	2
Otro	1
Total encuestados	11

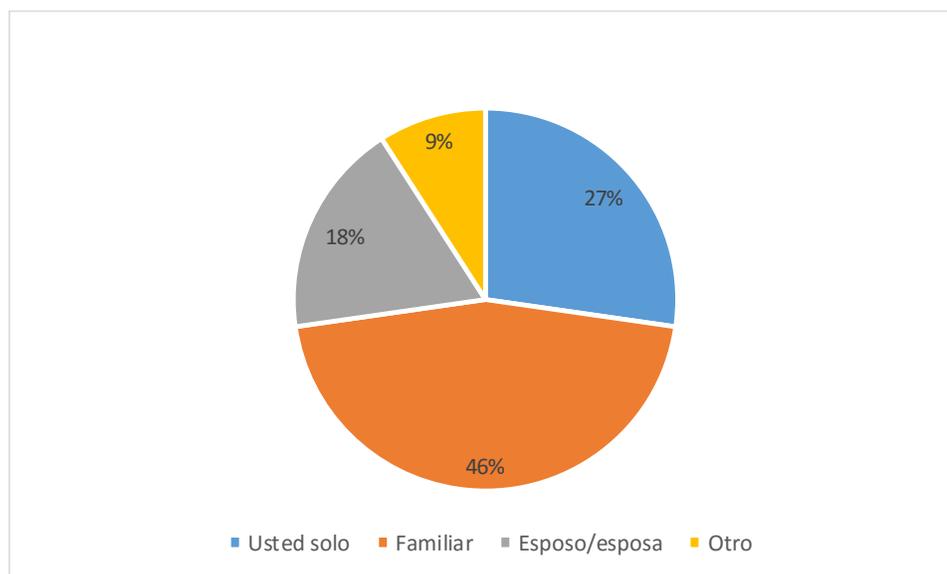


Gráfico 15 ¿Con quién creo la empresa?

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontró que los estudiantes

emprendieron las Empresas solos un 27% equivalente a 3 estudiantes, el 46% equivalente a 5 estudiantes la emprendieron con familiares, el 18% equivalente a 2 estudiantes con el esposo y el 9% equivalente a 1 Empresas que la emprendieron con amigos.

Resultados: las Empresas se pueden constituir y formalizar no solamente por personas solas, sino con familiares y entre cónyuges, lo que debe importar es la organización.

4.3. Marque la fuente primaria para el origen de su empresa

Tabla 17Fuente primaria del origen de la empresa

	Encuestados
Negocio familiar	5
identificación de oportunidad de empleo	5
trabajo con una empresa	1
contactos personales	0
Total encuestados	11

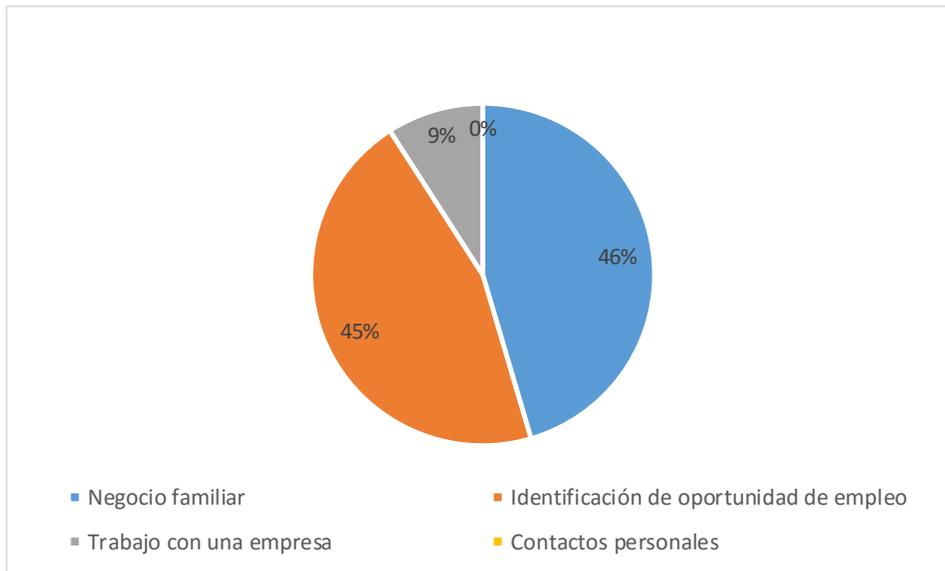


Gráfico 16 Fuente primaria del origen de la empresa

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontró que la fuente primaria de la empresa fue el 45,5% equivalente a 5 Empresas fueron con negocio Familiar, el otro 45,5% equivalente a 5 Empresas fueron porque identificaron una oportunidad de mercado y el 9% equivalente a una empresa vio la oportunidad trabajando en una empresa.

Resultado: la decisión de ser empresarios puede partir desde varios puntos y ambitos.

4.4. Las motivaciones personales para ser un empresario son:

Califique de 1 a 5 las motivaciones personales por las cuáles surgió su empresa.

Tenga en cuenta que (1) Muy baja (2) Baja (3) Aceptable (4) alta (5) Muy alta.

Tabla 18 Motivaciones personales para ser empresario

	Muy baja	Baja	Aceptable	alta	Muy alta
Necesidad de logro (deseo de realizar tareas desafiantes)	0	0	4	2	5
Necesidad de independencia	0	0	0	4	7
Autoconfianza	1	0	2	3	5
Búsqueda de autoempleo	0	2	0	1	8
Posibilidad de poner en práctica sus competencias	1	2	0	3	5
Desarrollo de sus habilidades profesionales	1	2	0	5	3
Conseguir un patrimonio personal	1	0	1	4	5



Gráfico 17 Motivaciones personales para ser empresario

Interpretación: La relación para las motivaciones personales de ser un empresario se obtuvieron los siguientes resultados:

La mayoría (80%) consideran que búsqueda de autoempleo es la mayor motivación para ser un empresario.

La mayoría (70%) consideran que la necesidad de independencia es la mayor motivación para ser un empresario.

La mitad (50%) considera que conseguir patrimonio personal, posibilidad de poner en práctica sus competencias, autoconfianza y necesidad de logro es la mayor motivación para ser un empresario.

La minoría (30%) considera que desarrollo de sus habilidades profesionales es la mayor motivación para ser un empresario.

Resultado: las consideraciones de las personas al abrir sus posibilidades, varían, aunque con un patrón similar de unos a otros, siendo lo más importante trabajar para ellos mismos, y una de las menos importantes desarrollar sus habilidades profesionales.

4.5. Es usted él/ la representante legal de su empresa:

Tabla 19 Es el representante legal de su empresa

Empresa	Encuestados
Si	3
No	7
no contesto	1
Total encuestados	11

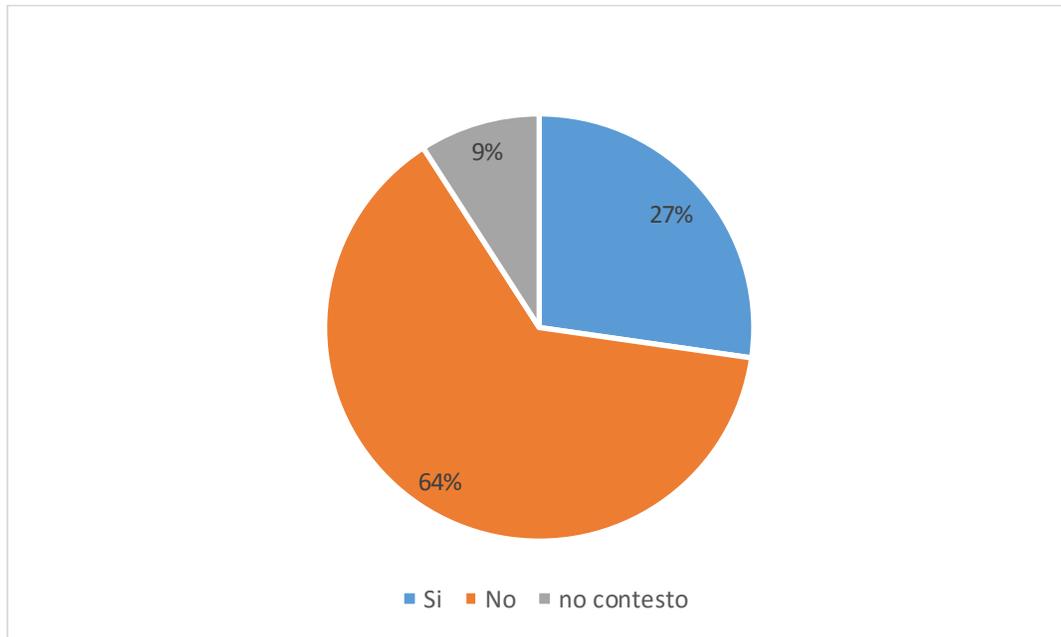


Grafico 18 es el representante legal de su empresa

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro que el 64 % equivalente a 7 Empresas los estudiantes No son el representante legal mientras que el 27% equivalente a 3 de los estudiantes empresarios Si lo son y 9% equivalente a 1 persona que no contesto la pregunta.

Resultados: aunque los estudiantes son los empresarios, se puede notar que le delegan la representacion de sus Empresas a otras personas.

En caso que su respuesta a la pregunta 4.5 sea NO, ¿Qué parentesco tiene con usted el representante legal?

Tabla 20 Quien es el representante legal

	Encuestados
Padre	3
Madre	1
Herman@	1
Esposa/ esposo	1
Otro	2
Total encuestados	8

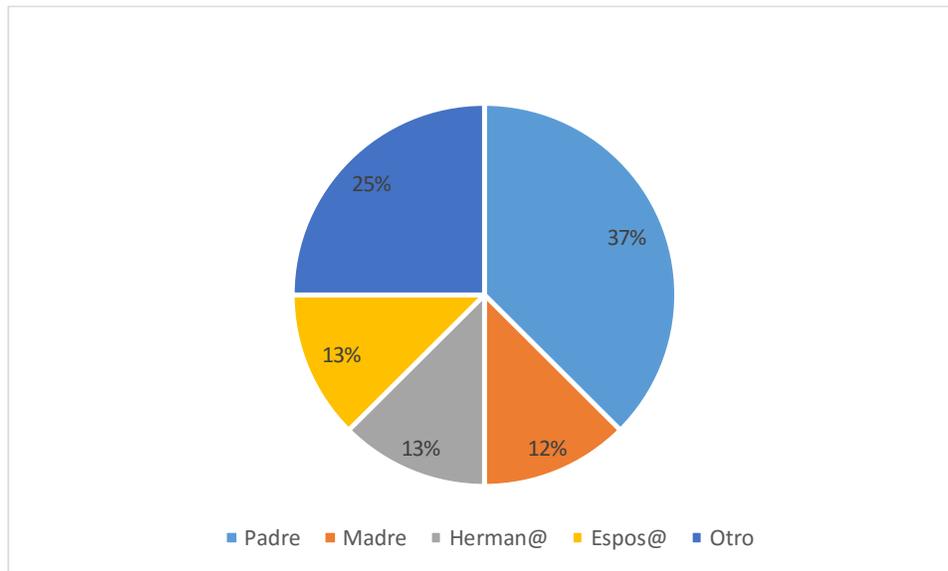


Gráfico 19 Quien es el representante legal

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro 8 No son los representantes legales de los cuales: el 37,5% equivalente a 3 Empresas el representante es el Padre, 12,5 % equivalente a 1 empresa la representante es la madre, el 13% equivalente a 1 empresa es el hermano y el otro 13% equivalente a 1 empresa es esposo/

esposa y 25% equivalente a 2 Empresas en la opción otros en 1 empresa los representantes son los padres y en la otra son amigos.

Resultados: La gran mayoría, aun sin ser representantes legales, son empresarios emprendedores.

V. Información financiera

5.1. El capital inicial con el cual empezó su empresa era:

Tabla 21 Capital con el que inicio

	Encuestados
Capital propio	5
Préstamo familiar	4
Préstamo bancario	2
Paga diario	0
Socio	0
Total encuestados	11

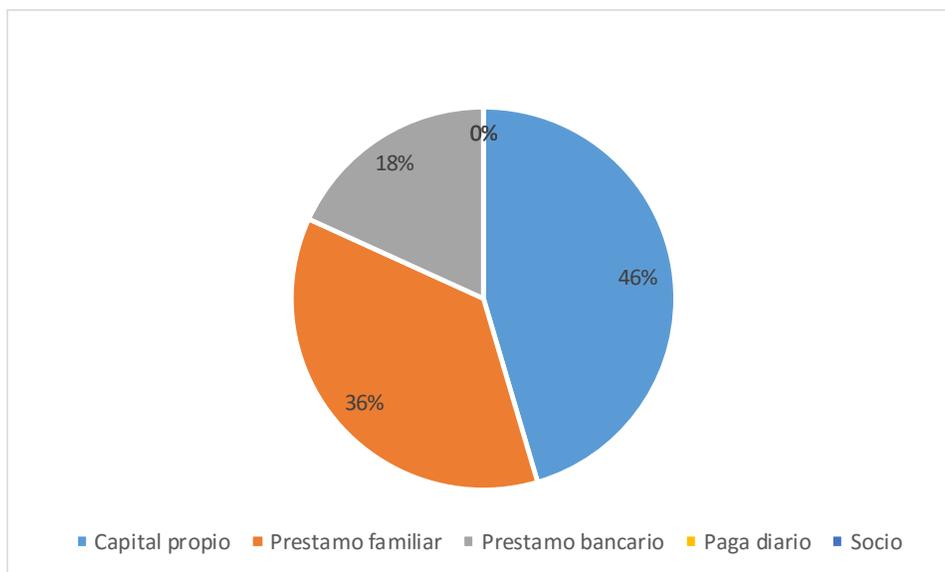


Gráfico 20 Capital con el que inicio

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro que el capital inicial con el que empezo la empresa el estudiantes empresarios: el 46% fue con capital porpio, 36% prestamo familiar, y el 18% prestamo bancario.

Resultados: con la anterior interpretacion tenemos como resultado que ninguna de las Empresas constituidas por estudiantes del programa, recibio capital monetario o financiero por la Incubadora de la Universidad.

5.2. El patrimonio de su empresa se encuentra en un rango:

Tabla 22 Patrimonio de la empresa

	Encuestados
1-2 S.M.M.L.V	5
2-6 S.M.M.L.V	4
6-12 S.M.M.L.V	1
12-20 S.M.M.L.V	1
Total encuestados	11

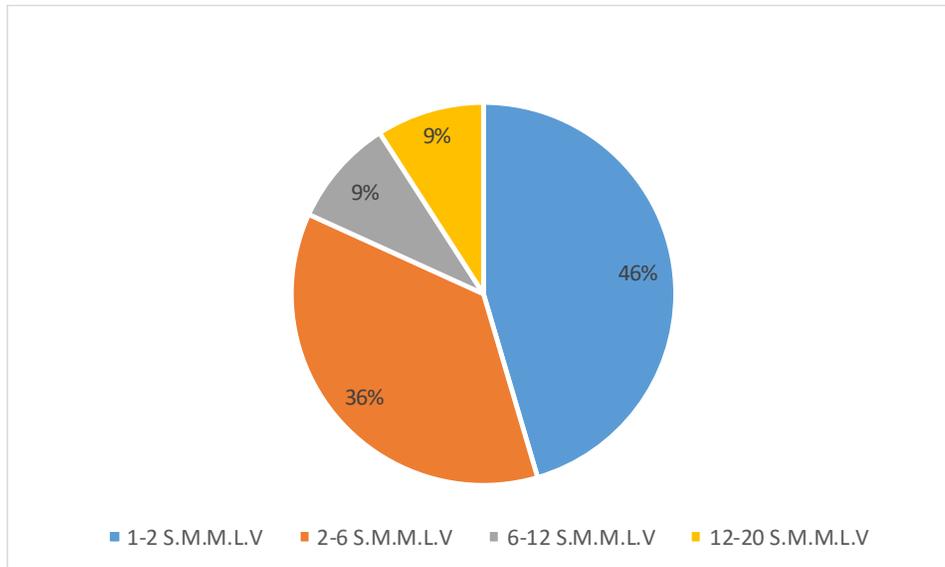


Gráfico 21 Patrimonio de la empresa

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro que el rango del patrimonio de la empresa esta con el 50% equivalente a 5 Empresas esta entre 1 a 2 S.M.M.L.V. (\$1.475.434), 40% equivalente a 4 Empresas entre de 2 a 6 S.M.M.L.V. (\$4.426.302), 10% equivalente a 1 entre de 6 a 12 S.M.M.L.V. (\$8.852.604), y el 10% equivalente a 1 empresa entre de 12 a 20 S.M.M.L.V. (\$14.754.340)

Resultado: todas las Empresas encuestadas tienen un patrimonio solido de las su negocio.

5.3. El promedio de ingresos por ventas en la vigencia anterior (2016) se encontraba en un rango:

Tabla 23 Promedio de ingresos (2016)

	Encuestados
1-5 millones de pesos	6
6-10 millones de pesos	1
11-20 millones de pesos	1
21-30 millones de pesos	2
No tiene	1
Total encuestados	11

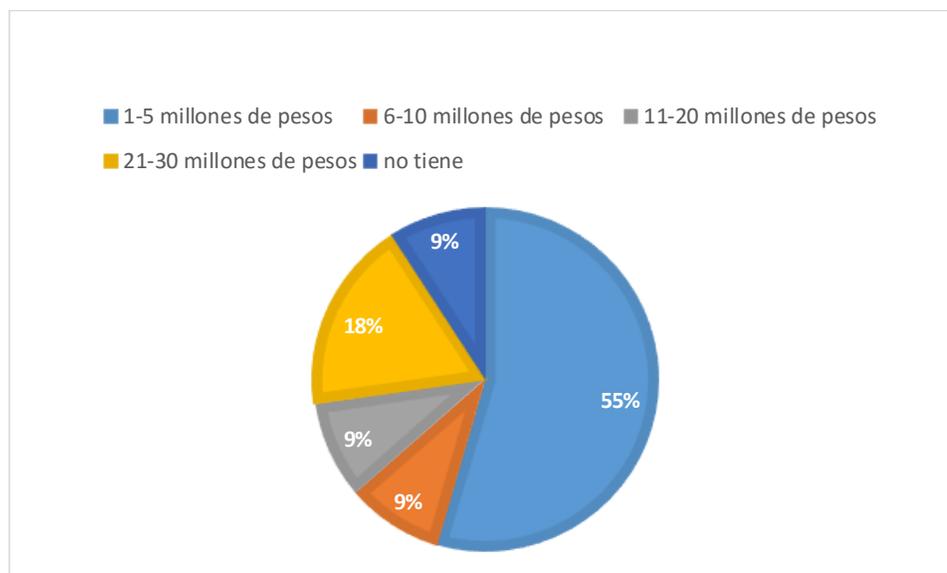


Gráfico 22 Promedio de ingresos (2016)

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontró que el promedio de los ingresos para el 2016 fueron de : el 55% equivalente a 6 Empresas es de 1 a 5 millones de pesos, 9% equivalente a 1 empresa es de 6 a 10 millones de pesos, 9% equivalente a 1 es de 11 a 20 millones de pesos, el otro 18% equivalente a 2 Empresas es de 21 a 30

millones de pesos mientras que el 9% equivalente a 1 empresa no ha tenido ingresos anteriores al 2017 ya que es nueva en el mercado.

Resultado: más de la mitad de las Empresas encuestadas tienen un ingreso por año no mayor a 5 millones.

5.4. Su proyección de ingresos por ventas para la vigencia actual (2017) se encuentra en un rango:

Tabla 24 Proyecciones para el año (2017)

	Encuestados
1-5 millones de pesos	3
6-10 millones de pesos	4
11-20 millones de pesos	2
21-30 millones de pesos	0
Otro	2
Total encuestados	11

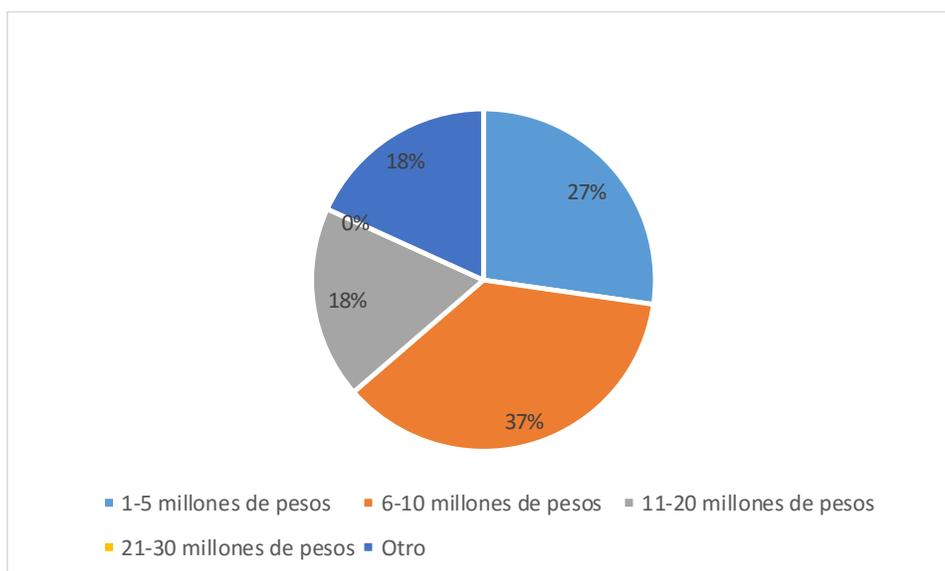


Gráfico 23 Proyecciones para el año (2017)

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro que las proyecciones para el 2017 son de : el 27% equivalente a 3 Empresas es de 1 a 5 millones de pesos, 37% equivalente a 4 Empresas es de 6 a 10 millones de pesos, 18% equivalente a 2 Empresas es de 20 a 30 millones de pesos, y el otro 18 % equivalente a 2 Empresas tienen una proyección de 50 millones de pesos.

Resultado: todas las Empresas encuestadas tienen clara la proyección de ventas de su negocio.

5.5. El nivel de endeudamiento de su empresa se encuentra en un rango:

Tabla 25 Nivel de endeudamiento de la empresa

	Encuestados
1-2 S.M.M.L.V	4
2-6 S.M.M.L.V	0
6-12 S.M.M.L.V	3
12-20 S.M.M.L.V	0
No tiene deudas	4
Total encuestados	11

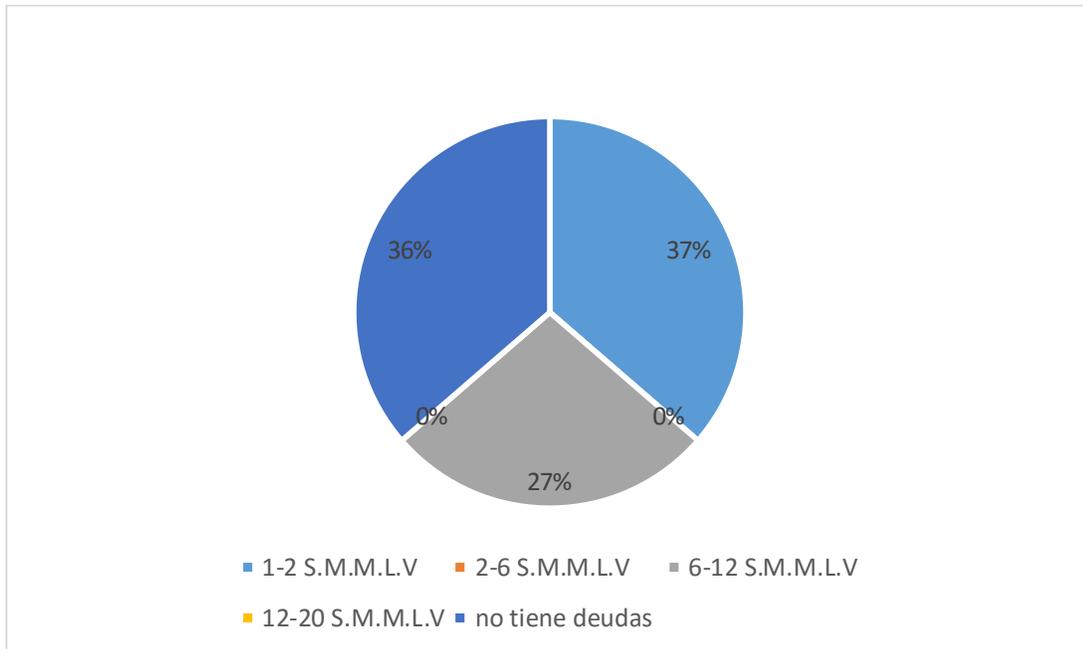


Grafico 24 nivel de endeudamiento de la empresa

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro que el nivel de endeudamiento de la empresa esta con el 36,5 % equivalente a 5 Empresas esta entre 1 a 2 S.M.M.L.V. (\$1.475.434), 27% entre de 6 a 12 S.M.M.L.V. (\$8.852.604), y el otro 36,5 % no posee ningún nivel de endeudamiento.

Resultado: una parte de las Empresas constituidas por estudiantes, tienen deudas mayores a 1 salario mínimo legal vigente, mientras que el otro es muy sólida y no tiene deudas.

5.6. ¿Usted como empresario(a) a quién le debe?

Tabla 26 Como empresario a quien le debe

	Encuestados
Préstamo familiar	4
Préstamo bancario	3
Paga diario	0
socio	0
no tiene deudas	4
Total encuestados	11

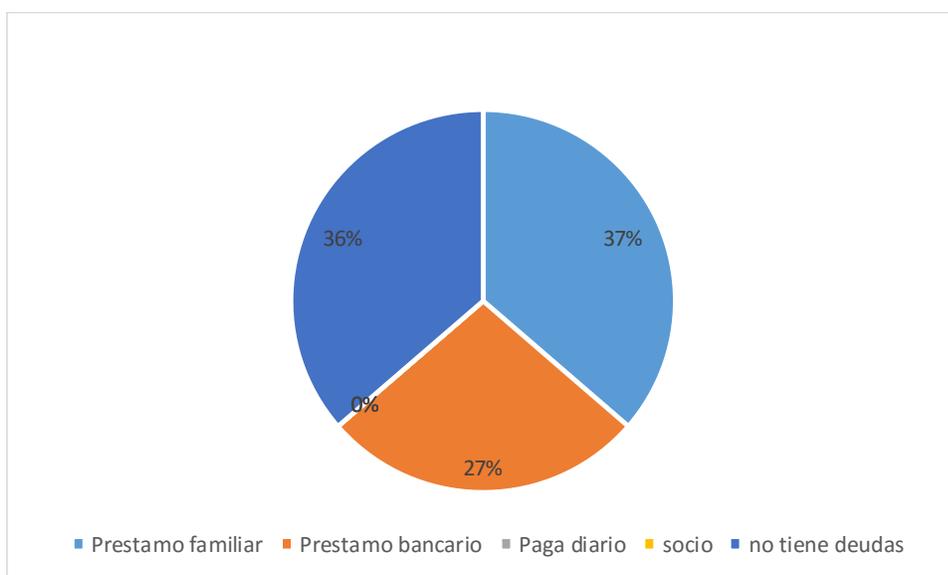


Gráfico 25 Como empresario a quien le debe

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona, se encontro se encontro el estudiantes empresarios la empresa tiene deudas con: el 36,5% equivalente a 4 Empresas a préstamo familiar, el 27% equivalente a 3 Empresas a préstamo bancario mientras el otro 36,5 % equivalente a 4 Empresas no posee deudas.

Resultados: de 11 Empresas estudiadas solo 4 no poseen deudas.

5.7. Su empresa según la ley 590 del 10 de Julio del 2000 de las MIPYMES está clasificada como:

Tabla 27 Clasificación de las Empresas

	Encuestados
micro empresa	10
pequeña empresa	1
mediana empresa	0
gran empresa	0
Total encuestados	11

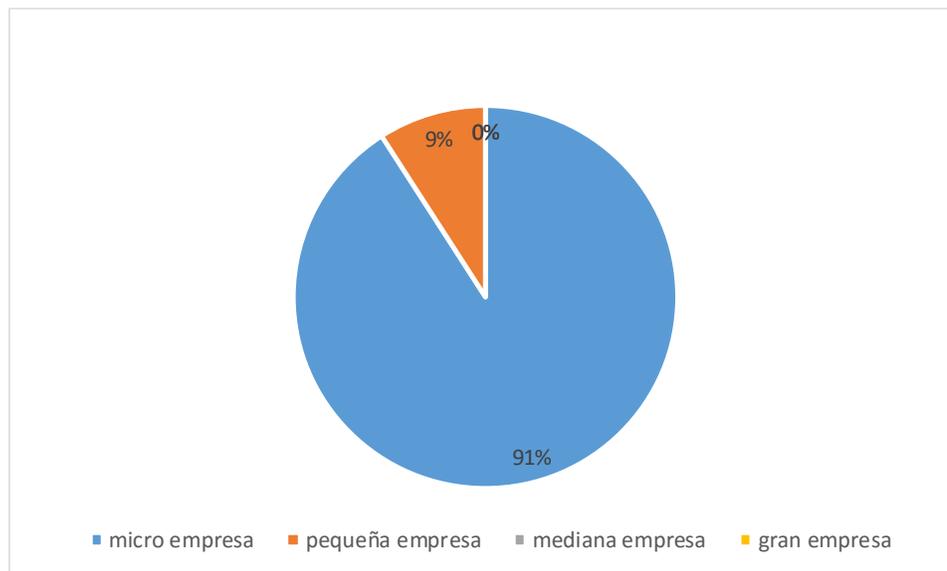


Gráfico 26 Clasificación de las Empresas

Interpretación: Según los 11 estudiantes empresarios identificados en las 85 encuestas realizadas a los estudiantes de programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona en la ciudad de Pamplona. Se encontró que el 91 % equivalente a 10 Empresas son micro Empresas y el 9% equivalente a 1 empresa es pequeña empresa

Resultado: los empresarios del programa, optan por crear y formalizar micro y pequeñas Empresas.

5.8. ¿Cuál ha sido el aporte de las asignaturas en el fortalecimiento de su perfil empresarial?:

Tabla 28 Aporte de las asignaturas al fortalecimiento del perfil empresarial

	(1) Muy baja	(2) Baja	(3) Aceptable	(4) alta	(5) Muy alta
Desarrollo del espíritu emprendedor	0	0	1	5	5
Investigación de mercados	0	0	1	4	6
Administración de producción	0	1	3	5	2
Comportamiento del consumidor	0	1	2	2	6
Gestión de proyectos	0	1	1	3	6

Para una mejor interpretación, nos apoyaremos de la siguiente grafica la cual corresponde a las cinco materias evaluadas con relación al fortalecimiento del perfil empresarial.

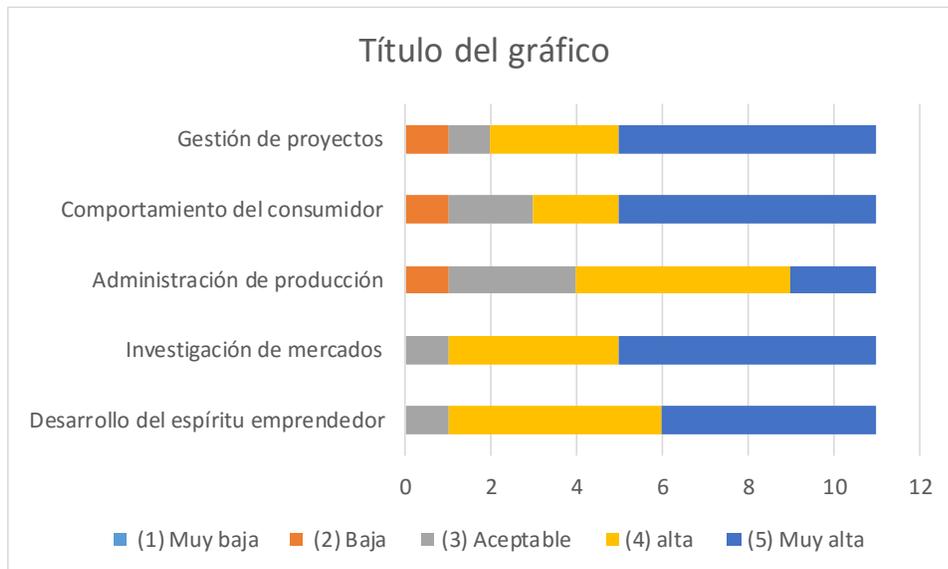


Grafico 27 Aporte de las asignaturas al fortalecimiento del perfil empresarial

Interpretación: el grado de importancia otorgado a cada una de las materias obtuvieron los siguientes resultados:

La mayoría (60%) consideran que investigación de mercados, comportamiento del consumidor, investigación de mercados son las asignaturas con mayor crecimiento aporta al perfil empresarial.

La mitad (50%) considera que desarrollo de espíritu emprendedor es la asignatura que mayor crecimiento aporta al perfil empresarial.

La minoría (20%) considera que Administración de la producción es la asignatura que mayor crecimiento aporta al perfil empresarial.

Resultados: los estudiantes conocen las fortalezas otorgadas por el programa de Administración de Empresas.

6. ¿dos aspectos por los cuales no ha emprendido su idea de negocio?

Los estudiantes que aún no son empresarios no han tomado la iniciativa de crear empresa por diferentes razones de las cuales mencionaremos a continuación; falta de recursos económicos, no tienen claridad de la idea de negocio a emprender, consideran que no cuentan con las facultades y conocimientos suficientes para hacerlo, puesto que el ser emprendedor abarca ciertas cualidades y destrezas y por eso optan por culminar la etapa formativa para adquirir los conocimientos necesarios, otra razón es porque no están informados de las ayudas o el apoyo de la Incubadora de Empresas la cual hace parte de la Universidad como ayuda para gestionar y a fortalecer las inquietudes de la iniciación de la etapa de creación de empresa.

3.6.2 Incubadora de Empresas Universidad de Pamplona

Para caracterizar la incubadora de empresas, se ha utilizado información, y documentos suministrados por la directora Carmen Aydee Rincón Becerra de la incubadora de la universidad.

Historia y Formalización de la Incubadora de Empresas

Normatividad

Incubadora de Empresas UNIPAMPLONA:

1. Acuerdo No. 061 del 10 de agosto de 2004. Creación Unidad de emprendimiento
2. Acuerdo No. 09 del 06 de marzo de 2005. Asignación de recursos a los Planes de Negocios COMPRENDER

3. Acuerdo No. 121 del 16 de agosto de 2005 por el cual se crea el Fondo Capital Semilla para Planes de Negocios
4. Acuerdo 007 de 2011. Asignación de recursos económicos no reembolsables, en calidad de capital semilla
5. Convenio Interadministrativo No. 211035 de 2011. SENA-FONADE-UPA
6. Convenio de Adhesión No. 1 del 30 de agosto de 2012. Financia proyectos e iniciativas empresariales presentada por sus estudiantes (UPA)
7. Convenio Marco No. 211035 diciembre de 2012 SENA-FONADE Convocatoria Cerrada No.82 FONDO EMPRENDER-UPA

Marco Estratégico.

La Incubadora de Empresas es un lugar de Espacio 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 Universitaria UNIPAMPLONA.

Apoyando el Emprendimiento y la Innovación Empresarial en todos los Programas contribuimos a la Acreditación de Alta Calidad. (Incubadora de Empresas UNIPAMPLONA).

Misión

Fomentar la cultura del emprendimiento mediante la promoción y el acompañamiento de iniciativas empresariales, asociaciones y empresas para contribuir con su desarrollo y fortalecimiento en las áreas financiera, mercadeo, producción y administrativa.

Visión

La Incubadora de Empresas para el año 2020, deberá estar posesionada como el centro de emprendimiento y de gestión de proyectos más importantes en el contexto nacional contribuyendo al desarrollo socio económico de las regiones donde la Universidad de Pamplona hace presencia.

Valores

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.

Líneas de Emprendimiento Priorizadas

- **Agro negocios-Negocios Verdes.** Son Modelos de Negocios desarrollados para Crear o Potenciar Empresas, Agropecuarias, Agroindustriales; así como prácticas e innovaciones ambientales, sociales y económicas que contribuyan a la conservación de la Vida y el ambiente.
- **Startup –TICS-Innovación Empresarial.** Son modelos de Negocios desarrollados para Crear o Potenciar empresas que desarrollen Innovaciones de Producto o servicio, Organizacionales, de Mercados, de Procesos o en su modelo de negocio; que sobresalgan en el mercado apoyadas por las nuevas tecnologías; Caracterizadas por potencial de crecimiento rápido, diseño y comercialización están orientados completamente al cliente.
- **Economía Colaborativa y/o Compartida.** Son modelos de Negocios desarrollados para generar Empresas en las que se comparten e intercambian bienes y servicios con el propósito de reutilizar, reciclar y compartir y/o facilitar el uso de productos, espacios o servicios; siempre buscando agilidad y disponibilidad. Registrando transacciones y ganancias usando ampliamente plataformas digitales.
- **Economía Naranja.** Son Modelos de Negocios desarrollados para Crear o Potenciar Empresas, basadas en el talento Innovador en América Latina (INTALENT)

Arquitectura: Urbanismo, paisajismo, interiorismo.

Artes: Artes escénicas (música en vivo, teatro, danza, ópera, circo) y artes visuales (pintura, escultura, fotografía y antigüedades).

Audiovisuales: Cine, televisión, radio, 3D.

Diseño: Gráfico, editorial, moda, interactivo, industrial, joyería y juguetería.

Herencia cultural: Sitios culturales (sitios arqueológicos, museos, bibliotecas, exposiciones), expresiones culturales tradicionales, turismo y gastronomía.

Medios: Edición, libros, prensa y demás publicaciones, comunicación, publicidad, Marketing y Branding.

Software: Programas informáticos, videojuegos, contenidos creativos digitalizados, sitios web y aplicaciones móviles.

Educación: Artística, cultural o técnica especializada en actividades creativas.

Investigación: Desarrollo e innovación creativa y cultural (i+D+i Naranja).

- **Emprendimiento Social-Innovación Social. Negocios Inclusivos.** Son Modelos de Negocios desarrollados para crear empresas y/o Organizaciones; en las que se comparten e intercambian bienes y servicios con el propósito de generar una solución innovadora e incluyente, a un problema de desarrollo socio-económico que genere Impacto. Estas iniciativas empresariales son económicamente rentables, ambiental y socialmente responsables, incorporan en sus cadenas de valor a comunidades de bajos ingresos y mejoran la calidad de vida de las personas, comunidades, organizaciones y Territorios.
- **Micro franquicias.** Son modelos de Negocios desarrollados para Crear Empresas en las que se emprendedores reciben la transferencia de un modelo de negocios probado, a partir de determinadas marcas que cuentan con un reconocimiento especial en el mercado. Contribuyendo a que Emprendedores generen ingresos

sostenibles mediante la implementación y adopción de dicho formato de negocio existente. (PROPAÍS)

Servicios de la incubadora

- Mentoría y/o Asesoría para el Diseño del Modelo y Plan de Negocios
- Asesoramiento para acceso a Plataformas de Financiación y Directorio de Financiadores
- Banco de Iniciativas Empresariales
- Concurso de Emprendimiento y Retos de Innovación Abierta
- Actualidad en Emprendimiento, Innovación y Negocios.
- COWORKING SPACE
- Encuentros Institucionales de Emprendimiento y Networking
- E GLOBA

¿Quiénes pueden acceder a los Servicios de la Incubadora de Empresa

Universidad de Pamplona?

- Estudiantes de todos los Programas académicos, Diurnos, Nocturnos, Distancia de las Sedes: Pamplona, Villa del Rosario y Distancia a Nivel Nacional.
- Egresados, hasta 5 años después de graduados en pregrado y Postgrado.
- Comunidad Educativa Universidad de Pamplona.

Convocatorias UNIPAMPLONA Contrato Interadministrativo Fondo

Emprender

Contrato Interadministrativo 211035; objeto la Adhesión de la Universidad de Pamplona, al convenio interadministrativo 211035 suscrito entre FONADE y el SENA, particularmente para financiar proyectos e iniciativas empresariales presentadas por sus estudiantes.

El desembolso de los recursos dispuestos por parte de la Universidad de Pamplona para este convenio se realizó de la siguiente manera

Aportes de UNIPAMPLONA, mediante comprobante de Ingreso 8181, \$700.000.00

Convocatorias implementadas en el marco del contrato Interadministrativo 2.

- Convocatoria regional no. 82 el presupuesto disponible se estableció en mil cuatrocientos millones de pesos (\$1.400.000.000 m/cte.), de los cuales el fondo emprender, aporta la suma de setecientos millones de pesos (\$700.000.000 m/cte.) y la Universidad de Pamplona setecientos millones de pesos (\$700.000.000,00 m/cte.).

- Convocatoria regional no. 119 de acuerdo a los términos de referencia de la el presupuesto disponible se estableció en mil noventa y tres millones doscientos setenta y ocho mil ciento noventa y nueve pesos (\$1.093.278.199,00 M/CTE). Estos recursos se encuentran en FONADE, entidad que ejerce la función de Gerente Administrador de los recursos del Fondo Emprender, teniendo en cuenta que pertenecen a los recursos no ejecutados de la convocatoria No 82.

De lo anterior podemos decir que la incubadora de empresas ayuda a los estudiantes a fomentar y formular el plan o modelo de negocio que se desea realizar no solo a los estudiantes de Administración de Empresas sino a toda la comunidad universitaria, además de potencializar e impulsar el emprendimiento en los estudiantes.

Además de recibir asesoría y acompañamiento en el debido diligenciamiento del formulario de inscripción y modelo de negocios, realización e implementación de la plantilla de Plan de negocios.

Por otra parte la incubadora de empresas realiza campañas de sensibilización, sobre ofertas de Emprendimiento y Servicios de la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona, a Estudiantes en Pamplona, Cúcuta y Villa del Rosario.

La incubadora realizar 40 eventos de esta campaña, donde tuvo un promedio de asistencia de 31 estudiantes por cada uno, logrando sensibilizar cerca del 10,6% de los estudiantes presenciales de Pregrado de toda la Universidad. Obteniendo como resultado que se vincularan alrededor de 56 estudiantes emprendedores, los cuales iniciaron el Plan o Modelo de negocio.

Nos enfocaremos en los estudiantes de Administración de empresas para ello tomaremos la siguiente tabla:

Estudiante sensibilizado programa de Administración de empresas

Tabla 29. Relación de los estudiantes sensibilizados por la Incubadora

fecha	Programa	Lugar	Asistentes
22/02/2017	Administración de empresas	Teatro Jáuregui	55
22/02/2017	Administración de empresas	C.S 206	8
22/02/2017	Administración de empresas	Cr-317	18
22/02/2017	Administración de empresas	Incubadora De Empresa	1
22/02/2017	Administración de empresas	Svr-317	8
22/02/2017	Administración de empresas	Sala De Juntas Tecer Piso	10
22/02/2017	Administración de empresas	Svr-220	13
22/02/2017	Administración de empresas	Svr-200	5
22/02/2017	Administración de empresas	Svr-202	1
22/02/2017	Administración de empresas	Svr-212	15

22/02/2017	Administración de empresas	svr-201	40
22/02/2017	Administración de empresas	svr-318	12
22/02/2017	Administración de empresas	svr-315	10
22/02/2017	Administración de empresas	ig-107	5
22/02/2017	Administración de empresas	cs-211-2	2
22/02/2017	Administración de empresas	Auditorio SVR	47
22/02/2017	Administración de empresas	Coliseo Universidad de pamplona	54
Total estudiantes Sensibilizados			304

Fuente: Incubadora de empresas

Lo anterior evidencia que la mayoría de los estudiantes del programa, han tenido contacto directo con la incubadora de empresas, acerca del servicio y procedimiento para la vinculación y procesos de realizar un plan o modelo de negocio, aun siendo 304 estudiante sensibilizados, tan solo hay 12 emprendedores que están en proceso con la incubadora.

Capítulo 4: Resultados De La Investigación

4.1 Resultados

A través de la herramienta de recolección de datos aplicada para la investigación, se buscó abordar, con cada uno de ellos diferentes puntos que permitieran sustentar o argumentar el proyecto, tales como: la información general de los estudiantes, identificación actual del Estudiante-Empresario, información de la Empresa en funcionamiento, información relacionada con el desarrollo de emprendimiento e información financiera de la empresa, así caracterizar al estudiante empresario; a su vez soportes y documentos que demuestran el trabajo realizado por la incubadora en los estudiantes.

A través de las herramienta aplicadas como la encuesta donde participaron 85 estudiantes del programa de Administración de Empresas y el análisis a los documentos adquiridos por parte de la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona, se evidenció que son muy pocos los estudiantes empresarios que existen actualmente puesto que de 85 encuestas aplicadas tan solo el 13% son estudiantes empresarios y de los 304 estudiantes de programa, que asistieron a las campañas de sensibilización por parte la incubadora solo se vincularon aproximadamente 13 estudiantes emprendedores.

El programa incubadora de empresas, consideran que la actitud y aptitud de los estudiantes son determinantes para el éxito y puesta en marcha de un plan de negocio puesto que las características de un emprendedor siempre van a ser notorias en la dedicación y concurrencia que le dedique a su idea de negocio y así garantizar que este sea exitoso.

A su vez la incubadora realiza acompañamiento al emprendedor hasta que la empresa sea económicamente sostenible, así garantizando el éxito al 100%, no obstante el estudiante tiende a desfallecer del plan de negocios por que encuentran que los procesos por parte del programa de incubación son largos y rigurosos.

Otra de las causas por las que las que los estudiantes no se motivan a ser empresarios, son falta de tiempo, falta de interés, falta de motivación personal, ya que están centrados en adquirir el título de profesional y no en crear empresa como tal ya que en su mayoría han asistido a asesoría en la incubadora, los estudiantes optan por dedicarse a culminar sus estudios y dejando a un lado la realización de un plan de negocio.

Otro factor importante es existen 5 modalidades de grado para los estudiantes de Administración de empresas las cuales son: Trabajo de Investigación, prácticas empresariales, plan de negocios y diplomados, de los cuales la mayoría de los estudiantes optan por diplomados o prácticas empresariales por que las con las alternativas más fáciles para culminar su cadena de formación, dejando de lado el plan de negocios y trabajo de investigación ya que en estos incurre más tiempo, dinero y dedicación.

Uno de los resultados el perfil de los estudiantes empresarios es que la edad media es de 25 años y que los estudiantes optan por la creación de microempresas, al igual que emprende su plan de negocio a partir del cuarto semestre de Administración de empresas.

Uno de los factores que impulsan al estudiante convertirse en empresario es la búsqueda de autoempleo, la necesidad de independencia, conseguir patrimonio personal, posibilidad de poner en práctica sus competencias, autoconfianza y necesidad de logro.

4.2 Propuesta de estrategias

- Crear y establecer un premio y reconocimiento interno que vaya dirigido al docente que mejor instruya e incentive al estudiante a ser empresario.
- Realizar una presentación de incubadora donde se pueda demostrar y dar a conocer los proyectos han sido viables y puestos en marcha realizados por parte del estudiante empresario del programa de Administración de Empresas y la Incubadora.
- Crear un instrumento el cual este enfocado al conocer las ideas de negocio del estudiante, para que así se pueda se pueda fortalecer e incentivar al estudiante a ejecutarlo.
- Que el instrumento estuviera en el portal de cada estudiante, la cual se diligenciara antes de iniciar el corte con el fin de permitir identificar que estudiantes tiene empresa y cuales tiene una idea de negocio.
- Realizar un sorteo, entre los estudiantes que desarrollan plan o modelos de negocio con el fin de incentivar a ser empresario y a que sigan todo el proceso acompañado de la incubadora de empresas.
- Realizar capacitaciones sobre cambio de enfoques del contexto económico en el que nos encontramos, esto quiere decir, cambiar el paradigma que se tiene en los estudiantes de ser dirigir una empresa ya existente o ser empleado, a ser empleador y crear su propia empresa.
- Crear un plan incentivos al emprendimiento que sea aplicable a toda la Universidad de Pamplona entre los que se encuentra: reconocimiento, descuento económico en la matricula, financiamiento del proyecto, entre otros.

Conclusiones

Tras el proceso de investigación del presente proyecto, se resaltan las siguientes conclusiones:

En cuanto al perfil del estudiante empresario del programa de Administración de Empresas se aplicó una muestra de 85, donde se encontró que solo 11 son estudiantes empresarios a partir de los resultados obtenidos se identificaron:

Las características personales del estudiante empresario que crea su perfil del emprendedor en el programa de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, sede principal, están reflejados en: la autonomía, la autoconfianza, el emprendimiento, la necesidad de independencia o de ser su propio jefe, al igual que la identificación de oportunidades de negocio, y necesidad de logro, así mismo poseen capacidades y habilidades en cuanto a iniciativa de creación de empresa como lo son: la toma de decisiones, orientación al logro, capacidad de aprendizaje y tolerancia al riesgo.

En cuanto al perfil del estudiante del programa de Administración de Empresas se concluyó que:

Cerca del 81% de los estudiantes son de bajos recursos perteneciendo a estrato 1 y 2, Como bien se puede comprender la importancia de que los jóvenes creen un plan o modelo de negocios que les sea sustentable para adquirir una mejor economía además de convertirse en jóvenes en empresarios, junto con el acompañamiento de la Incubadora.

La gran mayoría de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad Pamplona, son conscientes de la importancia de desarrollar aptitudes y

habilidades para generar un plan o modelo de negocio; optando primero culminar los estudios.

Las causas por las que los estudiantes no se motivan a ser empresarios, son falta de tiempo, falta de interés, falta de motivación personal, ya que están centrados en adquirir el título de profesional y no en crear empresa como tal ya que en su mayoría han asistido a asesoría en la incubadora, los estudiantes optan por dedicarse a culminar sus estudios y dejando a un lado la realización de un plan de negocio

El impacto de la Incubadora de empresas con relación al estudiante empresario del programa de Administración de Empresas, ha sido productivo puesto que los 12 emprendedores vinculados, han hecho uso de las experiencias y asesorías que ofrece la dependencia, siendo apoyados en todo el proceso que lleva la realización del plan o modelo de negocio, asumiendo las responsabilidades que lleva consigo en cuanto a la participación de convocatorias, entrega de los documentos y avances en el tiempo establecido, asegurando el éxito, dado que algunos de los empresarios han llegado a tener reconocimiento a nivel nacional sobre el trabajo realizado.

Recomendaciones

El impulso de participación en la Incubadora, como un pretexto para comenzar a fomentar una nueva cultura emprendedora entre los estudiantes, que permita la mayor número de empresarios así fomentar Empresas e impulsar la economía de la ciudad.

Se recomienda desde las aulas de clase se incentiven a los jóvenes a que hagan parte de la Incubadora de Empresas en el momento que se estén realizando los proyectos de Empresas que hacen parte de temática de la asignatura; pues si son más los participantes en la Incubadora, mas será el espíritu del emprendedor que se imparta entre ellos.

Las estrategias y herramientas actuales de emprendimiento en la Universidad de Pamplona deben ser fortalecidas, en cuanto a las iniciativas por parte del docente y estudiante donde juegan un papel importante el acompañamiento de la incubadora.

Se recomienda aplicar un plan incentivos al emprendimiento que sea aplicable a toda la universidad de Pamplona entre los que se encuentra: reconocimiento, descuento económico en las matriculas, financiamiento del proyecto, entre otros.

Bibliografía

- Arias, Angela. 2011. «LINEAMIENTOS PARA EL DISEÑO DE UN PERFIL DEL ADMINISTRADOR DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SEDE MANIZALES: BASADO EN UN ENFOQUE POR COMPETENCIAS LABORALES». Manizales. www.bdigital.unal.edu.co/4562/1/7706540.2011.pdf.
- Bonilla, Ronald, y Jorge Garcia. 2014. «CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN GRADUADOS DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS: UN ANÁLISIS EMPÍRICO EN LA CIUDAD DE MANIZALES». Manizales. <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/839/1/TESIS - INFORME FINAL.pdf>.
- Borgelas, Silvayn, Jorge Jimenez, y Jacques Lalande. 2010. «El perfil del empresario exitoso». Canada.
<https://www.google.com.co/search?safe=active&q=trabajo+de+investigación+perfil+d+el+estudiante+empresario&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwj9kYs2j83XAhVGQSYKHRXdAukQvwUIIigA&biw=727&bih=657>.
- Congreso de Colombia. 2006. «ley 1014“ de fomento a la cultura del emprendimiento”». http://www.mineducacion.gov.co/normatividad/1753/articles-94653_archivo_pdf.pdf.
- Emprendepyme. 2016. «Incubadoras». *emprendepyme*.
<https://www.emprendepyme.net/tipos-de-Incubadoras-de-Empresas.html>.
- Fandiño, Laura, y Maria cristina Bolivar. 2008. «Evaluacion del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administracion de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los

factores de éxito de sus Empresas creadas a partir de los talleres».

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis32.pdf>.

Gallardo, Yanira. 2009. «Propuesta de un programa de desarrollo de emprendedores para la unidad académica de contaduría y Administración de la U.A.G para fomentaren sus alumnos una actitud emprendedora». Mexico.

<http://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/7953/83.pdf?sequence=1>.

García, Mario. 2017. «La importancia de las Incubadoras de Empresas en las Universidades». *revista klika*. <https://www.klika.mx/Incubadoras-Empresas-universitarias/>.

Gerencie. 2017. «Emprendimiento». <https://www.gerencie.com/emprendimiento.html>.

Granada, Andres, y Karen Lara. 2013. «INVESTIGACIÓN PERFIL EN COMPETENCIAS Y HABILIDADES DEL EMPRESARIO BOGOTANO». Bogota.
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4609/1030570293-2013.pdf>.

Grandes Pymes. 2010. «Incubadoras de Empresas». *Grandes Pymes*.

<http://www.grandespymes.com.ar/2010/09/01/que-es-una-Incubadora-de-Empresas/>.

Hernández, E t. 2006. «Técnicas de recolección de datos». http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/tecnicas_recoleccion_datos.html.

Lara, Yessica, Maria Torres, y Laura Mendoza. 2015. «PERCEPCIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONALES». Mexico.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/8.12.pdf>.

- Nuncia, martha/ Puerto, Elda. 2014. «Identificación de perfil, características y procesos de información y formación emprendedora de los estudiantes de pregrado del Cead Duitama». Duitama.
<http://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/2507/1/46673229.pdf>.
- Portafolio. 2017. «Arranca la Feria de Jóvenes Empresarios».
<http://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/arranca-la-feria-de-jovenes-empresarios-509916>.
- secretaria de senado. s. f. «ley 1014». 2006.
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html.
- Universidad de sevilla. 2015. «Perfil personal y objetivo profesional».
- Arias, Angela. 2011. «LINEAMIENTOS PARA EL DISEÑO DE UN PERFIL DEL ADMINISTRADOR DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SEDE MANIZALES: BASADO EN UN ENFOQUE POR COMPETENCIAS LABORALES». Manizales. www.bdigital.unal.edu.co/4562/1/7706540.2011.pdf.
- Bonilla, Ronald, y Jorge Garcia. 2014. «CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN GRADUADOS DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS: UN ANÁLISIS EMPÍRICO EN LA CIUDAD DE MANIZALES». Manizales. <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/839/1/TESIS - INFORME FINAL.pdf>.
- Borgelas, Silvayn, Jorge Jimenez, y Jacques Lalande. 2010. «El perfil del empresario exitoso». Canada.

<https://www.google.com.co/search?safe=active&q=trabajo+de+investigación+perfil+d+el+estudiante+empresario&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwj9kYS2j83XAhVGQSYKHRXdAukQvwUIIigA&biw=727&bih=657>.

Congreso de Colombia. 2006. «Ley 1014“ de fomento a la cultura del emprendimiento”».

http://www.mineducacion.gov.co/normatividad/1753/articles-94653_archivo_pdf.pdf.

Emprendepyme. 2016. «Incubadoras». *emprendepyme*.

<https://www.emprendepyme.net/tipos-de-Incubadoras-de-Empresas.html>.

Fandiño, Laura, y Maria Cristina Bolívar. 2008. «Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus Empresas creadas a partir de los talleres».

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis32.pdf>.

Gallardo, Yanira. 2009. «Propuesta de un programa de desarrollo de emprendedores para la unidad académica de contaduría y Administración de la U.A.G para fomentar en sus alumnos una actitud emprendedora». México.

<http://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/7953/83.pdf?sequence=1>.

García, Mario. 2017. «La importancia de las Incubadoras de Empresas en las Universidades». *revista klika*. <https://www.klika.mx/Incubadoras-Empresas-universitarias/>.

Gerencie. 2017. «Emprendimiento». <https://www.gerencie.com/emprendimiento.html>.

Granada, Andrés, y Karen Lara. 2013. «INVESTIGACIÓN PERFIL EN COMPETENCIAS Y HABILIDADES DEL EMPRESARIO BOGOTANO». Bogotá.

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4609/1030570293-2013.pdf>.

Grandes Pymes. 2010. «Incubadoras de Empresas». *Grandes Pymes*.

<http://www.grandespymes.com.ar/2010/09/01/que-es-una-Incubadora-de-Empresas/>.

Hernández, E t. 2006. «Técnicas de recolección de datos». http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/tecnicas_recoleccion_datos.html.

Lara, Yessica, Maria Torres, y Laura Mendoza. 2015. «PERCEPCIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONALES». Mexico.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/8.12.pdf>.

Nuncia, martha/ Puerto, Elda. 2014. «Identificación de perfil, características y procesos de información y formación emprendedora de los estudiantes de pregrado del Cead Duitama». Duitama.

<http://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/2507/1/46673229.pdf>.

Portafolio. 2017. «Arranca la Feria de Jóvenes Empresarios».

<http://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/arranca-la-feria-de-jovenes-empresarios-509916>.

secretaría de senado. s. f. «ley 1014». 2006.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html.

Universidad de Sevilla. 2015. «Perfil personal y objetivo profesional».

Secretaria Pyme y Desarrollo Emprendedor del ministerio industrial, comercio, minería y
Desarrollo Científico Tecnológico del gobierno de la provincia de Córdoba. 2014.

<https://es.slideshare.net/gewcordoba/web-emprendiendo>

Anexos

Plantillas 1. Formato de encuesta aplicada

ENCUESTA

CARACTERIZACION DELESTUDIANTE-EMPRESARIO MATRICULADO EN EL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA, SEDE DE PAMPLONA

Instrucciones de diligenciamiento: Marque con una X donde corresponda

I. Información personal

- 1.1. Género: F__ M__
- 1.2. Año de nacimiento: _____
- 1.3. Estrato socioeconómico: 1__ 2__ 3__ 4__ 5__
- 1.4. Estado civil
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Soltero sin hijo(s) | <input type="checkbox"/> Casado sin hijo(s) |
| <input type="checkbox"/> Soltero con hijo(s) | <input type="checkbox"/> Casado con hijo(s) |
| Otro _____ | |
- 1.5. Semestre académico en que se encuentra matriculado actualmente
- | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Primero | <input type="checkbox"/> Quinto | <input type="checkbox"/> Noveno |
| <input type="checkbox"/> Segundo | <input type="checkbox"/> Sexto | <input type="checkbox"/> Decimo |
| <input type="checkbox"/> Tercero | <input type="checkbox"/> Séptimo | |
| <input type="checkbox"/> Cuarto | <input type="checkbox"/> Octavo | |

II. Identificación actual del Estudiante-Empresario

- 2.1. Usted es Estudiante y Empresario(a) : Sí__ No__
- 2.2. Cuántas empresas ha fundado (solo o con otros socios) hasta la fecha (2017) _____
- 2.3. ¿Tiene una empresa en funcionamiento (ACTIVA) actualmente? : Sí__ No__
- 2.4. ¿Cuál es su posición o rol en la empresa activa actualmente?
- _____

III. Identificación de la Empresa actualmente en funcionamiento

- 3.1. La empresa en funcionamiento (ACTIVA) actualmente se encuentra ubicada en:
- | | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pamplona | <input type="checkbox"/> Silos | <input type="checkbox"/> Cacota |
| <input type="checkbox"/> Pamplonita | <input type="checkbox"/> Chitagá | <input type="checkbox"/> Mutiscua |
| Otro _____ | | |
- 3.2. El local donde funciona su empresa es: En la casa__ Alquilado__ Otro_____
- 3.3. ¿Cuánto tiempo lleva su empresa en funcionamiento?
- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 6 a 12 meses | <input type="checkbox"/> 3 a 5 años |
| <input type="checkbox"/> 1 a 3 años | Otro _____ |
- 3.4. ¿A qué sector económico pertenece su empresa?
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Sector agropecuario | <input type="checkbox"/> Sector industrial |
| <input type="checkbox"/> Sector de servicios | <input type="checkbox"/> Sector de alimentos |
| <input type="checkbox"/> Sector de comercio | <input type="checkbox"/> Sector financiero |
| Otro _____ | |
- 3.5. ¿La empresa activa actualmente está legalmente formalizada?
(Inscrita en la Cámara de Comercio con Registro mercantil)
- Sí__ No__

Si su respuesta a la pregunta 3.5 es SI continúe con la pregunta 4.1

Si su respuesta a la pregunta 3.5. Fue NO responda la siguiente pregunta:

- 3.6. ¿Por qué NO tiene legalmente formalizada su empresa?
- Por no pagar impuestos
- Disponibilidad de tiempo
- Me genera la misma ganancia si la tengo formalizada o no la formalizo
- Legalizar la empresa no garantiza ningún apoyo del gobierno
- Tendría que asumir mayores obligaciones ante la normatividad laboral, Tributaria, etc.
- Otra _____

IV. Información relacionada con el desarrollo de emprendimiento

- 4.1. Usted es empresario(a):
- Desde antes de ingresar al programa de Administración de Empresas
- Durante la vinculación al programa de Administración de Empresas
- 4.2. ¿Con quienes creó la empresa?
- Usted solo
- Familia (padres, hermanos, etc.)
- Esposo(a) compañero (a) |
- Otros _____
- 4.3. Marque la fuente primaria para el origen de su empresa
- Negocio familiar
- Identificación de oportunidad de mercado
- Trabajando en / para /con una empresa
- Contactos personales
- Otra _____

Califique de 1 a 5 las motivaciones personales por las cuales surgió su empresa. Tenga en cuenta que (1) Muy baja (2) Baja (3) Aceptable (4) alta (5) Muy alta

- 4.4. Las motivaciones personales para ser un empresario son:
- Necesidad de logro (deseo de realizar tareas desafiantes)
- Necesidad de independencia
- Autoconfianza
- Búsqueda de autoempleo
- Posibilidad de poner en práctica sus competencias
- Desarrollar sus habilidades profesionales
- Conseguir un patrimonio personal
- 4.5. Es usted él/ la representante legal de su empresa: Sí No
- 4.6. En caso que su respuesta a la pregunta 4.5 sea NO,
- ¿Qué parentesco tiene con usted el representante legal?
- Padre Madre Hermano(a) Esposo(a)
- Otro _____

V. Información financiera

- 5.1. El capital inicial con el cual empezó su empresa era:
- Capital propio Préstamo bancario Socio
- Préstamo familiar Paga diario Otro _____
- 5.2. El patrimonio de su empresa se encuentra en un rango:
- De 1 a 2 S.MML.V. (\$1.475.434) De 6 a 12 S.MML.V. (\$8.852.604)
- De 2 a 6 S.MML.V. (\$4.426.302) De 12 a 20 S.MML.V. (\$14.754.340)
- Otro _____
- 5.3. El promedio de ingresos por ventas en la vigencia anterior (2016) se encontraba en un rango:
- De 1 a 5 millones de pesos De 11 a 20 millones de pesos
- De 6 a 10 millones de pesos De 21 a 30 millones de pesos
- Otro _____

5.4. Su proyección de ingresos por ventas para la vigencia actual (2017) se encuentra en un rango:
 De 1 a 5 millones de pesos De 11 a 20 millones de pesos
 De 6 a 10 millones de pesos De 21 a 30 millones de pesos
 Otro _____

5.5. El nivel de endeudamiento de su empresa se encuentra en un rango:

De 1 a 2 S.MML.V. (\$1.475.434) De 6 a 12 S.MML.V. (\$8.852.604)
 De 2 a 6 S.MML.V. (\$4.426.302) De 12 a 20 S.MML.V. (\$14.754.340)
 Otro _____

5.6. Usted como empresario(a) a quién le debe?

Préstamo familiar Préstamo a Bancos Paga diario
 Socio Otro _____

5.7. Su empresa según la ley 590 del 10 de Julio del 2000 de las MIPYMES está clasificada como:

Marque X	TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE EMPLEADOS	ACTIVOS TOTALES (SMMLV)
<input type="checkbox"/>	Microempresa	1-10	Menores de 501
<input type="checkbox"/>	Pequeña empresa	11-50	501-5.000
<input type="checkbox"/>	Mediana empresa	51-200	5.001-30.000
<input type="checkbox"/>	Gran empresa	Más de 200	Mayor a 30.000

5.8. ¿Cuál ha sido el aporte de las asignaturas en el fortalecimiento de su perfil empresarial?:

Califique de 1 a 5 el aporte de las siguientes asignaturas para fortalecer su perfil empresarial.

Tenga en cuenta que (1) Muy baja (2) Baja (3) Aceptable (4) alta (5) Muy alta

Desarrollo del espíritu emprendedor Comportamiento del consumidor
 Investigación de mercados Gestión de proyectos
 Administración de producción

Gracias por su colaboración

tabulacion - Excel (Error de activación de productos)

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA

CK61

5.1 El capital inicial con el cual empezó

Capital inicial	Porcentaje
0-5 millones	40%
5-10 millones	30%
10-20 millones	20%
20-30 millones	10%
30+ millones	0%
Total encuestados	100

5.2 El patrimonio de su empresa en

Patrimonio	Porcentaje
0-5 millones	40%
5-10 millones	30%
10-20 millones	20%
20-30 millones	10%
30+ millones	0%
Total encuestados	100

5.3 El promedio de ingresos por venta

Ingresos promedio	Porcentaje
0-5 millones	40%
5-10 millones	30%
10-20 millones	20%
20-30 millones	10%
30+ millones	0%
Total encuestados	100

5.4 Su porcentaje de ingresos por su

Porcentaje de ingresos	Porcentaje
0-25%	30%
25-50%	40%
50-75%	20%
75-100%	10%
Total encuestados	100

5.5 El nivel de endeudamiento de su empresa se encuentra en un rango:

Nivel de endeudamiento	Porcentaje
0-20%	30%
20-40%	40%
40-60%	20%
60-80%	10%
80-100%	0%
Total encuestados	100

5.6 Usaré como empresario(a) a qué...

Uso como empresario(a)	Porcentaje
Uso como empresario(a)	30%
Uso como empleado	40%
Uso como inversionista	20%
Uso como asesor	10%
Uso como consultor	0%
Uso como socio	0%
Total encuestados	100

5.7 Su empresa según la ley 530 del

Clasificación	Porcentaje
Clasificación A	30%
Clasificación B	40%
Clasificación C	20%
Clasificación D	10%
Clasificación E	0%
Total encuestados	100

5.8 ¿Cuál ha sido el agente de las aseguradoras en el fortalecimiento de su perfil empresarial?

Agente	Porcentaje
Agente A	30%
Agente B	40%
Agente C	20%
Agente D	10%
Agente E	0%
Total encuestados	100

LISTO REFERENCIAS CIRCULARES: D59

Ruta atención Incubadora de Empresas Universidad de Pamplona				
Listado de Asesorías Emprendedores	Horas de asesoramiento	Justificación de la Asesoría	Entregables esperados	Formatos o Material a Utilizar en la asesoría
Asesoría 0, Diligenciamiento de Formulario de Inscripción a la Incubadora de Empresas y sensibilización sobre los servicios que presta	1,00	Caracterización del Emprendedor desde que demanda los servicios de la Incubadora de Empresas	Inscripción a la Incubadora de Empresas y sensibilización sobre los servicios	Formulario de Inscripción Test Capacidades de Emprendimiento Presentaciones Incubadora de Empresas
1. Taller de Ideación de negocio,	2,00	Emprendedor Filtra técnicamente sus ideas de Emprendimiento	Listado de Ideas de Negocio, factibles por línea de emprendimiento o interés del Emprendedor, de acuerdo a su contexto y capacidades	Presentaciones Taller Ideación
2. Testeo de la ideas de Negocios.	1,00		Filtro de la Idea de Negocios que se acompañará al emprendedor desde la Incubadora de Empresas	

3. Diseño del producto o servicios,	3,00	Emprendedor, Diseña su producto o servicio y presenta la ficha técnica y Portafolio del mismo	Prototipo, de Producto o servicio, fichas técnicas y medios promocionales	Guía Diseño de Producto o Servicio
4. Testeo del producto o servicio en el mercado,	2,00	Emprendedor, Valida su Producto o servicio en el mercado	Encuestas de aceptación de Producto, y análisis de la competencia	Presentaciones Taller Ideación,
5. Diseño del modelo de negocios	2,00	Emprendedor Estructura su modelo de gestión del Emprendimiento	Documento Modelo de Negocios CANVAS terminado con presupuesto de estructura básica de costos y Flujo de Ingresos	Formato Teseo de Modelo de Negocios
6. Diseño del Plan de Negocios	16,00	Emprendedor estructura Plan de Negocios para someter a convocatorias, locales, nacionales o internacionales	Capítulos Plan de Negocios 1. Descripción del Modelo de Negocio. 2. Análisis de Competitividad del Modelo de Negocios.	Formato Plantilla Plan de Negocios

			<p>3. Diseño del proceso Productivo.</p> <p>4. Plan de Marketing.</p> <p>5. Gerencia y estructura organizacional</p> <p>6. Planeación Financiera</p>	
7. Identificación modelos de Financiación y gestión de las fuentes de financiación	2,00	Emprendedor revisa términos y condiciones para postular a convocatorias locales, nacionales o internacionales y elabora listas de chequeo de entrega de documentación	Selección de las convocatorias a postular, revisión de términos de referencia, condiciones y requerimientos básicos	Matriz convocatorias
8. Preparación de documentación y anexos para postular a las fuentes de financiación	2,00	Revisión y aval de Documentación para postular a convocatorias locales, nacionales o internacionales	Revisión final de Plan de negocios completo y anexos para postular a convocatorias	Lista de Chequeo Documentos para participar en Convocatorias
9. Preparación de Pitch business-emprendedor UNIPAMPLONA	2,00	Preparación de defensa verbal del modelo de negocios ante las fuentes de	Preparación de Pitch para defensa de modelo de negocios o plan de	Plantilla Presentación Pitch

		financiación que lo requieren	negocios ante la fuente de financiación	
10. Postulación del modelo de negocios o plan de negocios a la Fuente de Financiación	4,00	Postulación de Modelo de Negocios o plan de Negocios ante plataformas de las fuentes de Financiación	Registro del plan de negocios con los respectivos anexos en las plataformas de financiación seleccionadas	Formato Plantilla Plan de Negocios Carpeta digital anexos del proyecto para postular a convocatoria
11. Taller Gerencia empresarial y del Plan de negocios en la etapa de financiación	2,00	Asesoramiento del emprendedor para la firma de contrato de financiación, pólizas, elaboración de informes técnicos, financieros y atención a interventorías	Preparación para gestionar convenio o contrato con la fuente de financiación una vez aprobado el Proyecto	Presentaciones Gerencia de Proyecto y Administración de convenios y contratos
12. Formalización Empresarial, registro de Marca, Protección de la Propiedad Industrial, Licencias y Permisos	2,00	Asesoramiento para la obtención de Registros, Licencias o permisos especiales de acuerdo al modelo de negocios	Preparación para los procesos de registro y formalización de la empresa en la etapa de financiamiento y consolidación	Guía de Formalización

13. Marketing y Networking de negocios.	2,00	Asesoramiento al emprendedor para participar en ruedas de negocios y eventos de Networking para posicionamiento del emprendimiento	Preparación para la Gestión Comercial y de mercados de la empresa	Guía Networking de negocios.
14. Taller de Crecimiento y aceleración Empresarial	2,00	Asesoramiento para acceso a aceleradoras, Hub y demás Programas de crecimiento empresarial locales, nacionales o internacionales	Identificación de Oportunidades de Crecimiento y aceleración de la empresa o emprendimiento	Presentaciones Crecimiento y aceleración Empresarial

Plantillas 3. Ruta atención Incubadora de Empresas

Plantillas 4. Formulario de inscripción

Incubadora de Empresas - Universidad de Pamplona				Código			
Formulario Descripción de la idea y Modelo de negocios para Emprendedores y Empresarios Unipamplona				Página			
				1 de 1			
Facultad a la que pertenece el Emprendedor/ Empresario:			Fecha de Diligenciamiento del Formulario				
Programa:							
Condición del Estudiante al momento de solicitar acompañamiento por parte de la Incubadora de Empresas (marque con una x)			Pregrado (___) Diurno (___) Nocturno (___) Post grado (___) Distancia (___) Egresado (___)				
Nombre del Emprendedor Líder		Indetificación		Municipio de origen			
Nombres de los integrantes del equipo							
Nombre de la Iniciativa Empresarial (Máximo 30 Palabras)				Lugar implementación			
Calasificación de la Iniciativa Empresarial. Por tipo de Emprendimiento (Marque con una x)		Agronegocios-Negocios Verdes. (___) Startup –TICs-Innovación Empresarial (___) Economía Colaborativa y/o Compartida.(___) Economía Naranja(___) Emprendimiento Social-Innovación Social. Negocios Inclusivos.(___) Microfranquicias.(___)					
Estado de avance en el desarrollo de la iniciativa empresarial (Marque con una x)		Idea sin Desarrollar (___) Proyecto o Modelo de Negocios con avances escritos, identificación de Mercados y asesoramientos recibidos (___) Proyecto o Modelo de Negocios Escrito con Producto o Servicio probado en el Mercado, o Premiado en concursos (___) Empresa o Negocio Formal, o Participando en concursos Convocatorias nacionales o internacionales (___)					
Descripción de estado de avance de la Iniciativa empresarial; del estado de desarrollo de prototipo, o del Diseño de producto o servicio, pruebas técnicas o de mercado (Máximo 80 Palabras)							
Descripción Clara del Segmento (s) de Mercado y población objeto al que está destinado su producto o servicio y modelo de distribución o Comercialización (Máximo 50 palabras)							
Descripción de Componente de Innovación. (Marque con una x en la casilla que corresponda y debajo haga la descripción)		Innovación en Producto servicio (___)		Innovación en Procesos (___)			
				Innovación en Marketing (___)			
				Innovación Organizacional o de Modelo de Negocio (___)			
Requiere su Empresa, Producto o servicio registro de Marca? (Marque con una x)		SI (___) NO (___)		Si su respuesta es afirmativa describa el tipo de acompañamiento requerido desde la Incubadora de Empresas			
Requiere su Producto o servicio registros de protección de Propiedad Industrial o Intelectual?		SI (___) NO (___)		Si su respuesta es afirmativa describa el tipo de acompañamiento requerido desde la Incubadora de Empresas			
Requiere su Empresa, Producto o servicio registros o Licencias especiales?		SI (___) NO (___)		Si su respuesta es afirmativa ¿Cuáles? Y que tipo de acompañamiento requiere de la Incubadora de Empresas			
Recursos con los que cuenta al momento de diligenciar este formato que podrían ser utilizados como contrapartida al solicitar recursos de financiamiento ante distintas fuentes de Financiación (Marca con Una X)		Maquinaria , equipos, Herramientas,		Insumos			
		Recurso Humano asignado al Proyecto		Bienes Inmuebles /Efectivo			
		Descripción: \$		Descripción: \$		Descripción: \$	
Total de Recursos Disponibles posibles aporte en Contrapartida				0			
Disponibilidad de Tiempo para Dedicación a Gestión del Emprendimiento		Horas día		Horas semana			
				Días disponibles para Dedicación a Gestión del Emprendimiento			
Ha recibido apoyo de asesores o Mentores para el diseño de producto o servicio o proyecto		SI (___) NO (___)		Si su respuesta es afirmativa describa aquí si estos asesores son de la Unipamplona o Externos, su nombre y contacto			
Requiere su Empresa, Producto o servicio de apoyo de otras dependencias de la Universidad para la gestión de la Iniciativa Empresarial?		SI (___) NO (___)		Si su respuesta es afirmativa describa aquí el tipo de apoyo que requiere de otras dependencias de la Universidad de Pamplona			
Ha identificado Fuentes de Financiación concursos y convocatorias para su Proyecto de Emprendimiento / otras fuentes de financiación en su municipio o departamento?.		SI (___) NO (___)		Si su respuesta es afirmativa describa aquí las fuentes de financiación identificadas y que apoyo requiere de la Incubadora de Empresas			
Si su Emprendimiento está Formalizado ¿Qué documentos de Formalización Posee? Describalos y adjuntelos al presente formulario		SI (___) NO (___)		Si su emprendimiento no está Formalizado ¿Cuál es la figura jurídica con la que formalizará su empresa y porque?			
Autoriza a la Universidad de Pamplona bajo los parámetros legales vigentes; para Revisar la Información anteriormente descrita y utilizarla para orientar sus procesos de emprendimiento y crecimiento empresarial;		SI (___) NO (___)		Firma e Identificación			

FUENTE: INCUBADORA DE EMPRESA

Plantillas 5. Canavá

Incubadora de Empresas - Universidad de Pamplona					Código				
Formulario Descripción de la idea y Modelo de negocios para Emprendedores y Empresarios Unipamplona					Página		1 de 1		
DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS Metodología Canvas (Alex Osterwalder)									
Red de Aliados (Máximo 50 palabras)		Actividades Clave (Máximo 50 palabras)			Propuesta de Valor (Máximo 50 palabras)		Relación con el cliente (Máximo 50 palabras)		Segmento de Clientes (Máximo 50 palabras)
		Recursos Clave (Máximo 50 palabras)					Canales de Distribución (Máximo 50 palabras)		
Estructura de Costos					Flujo de Ingresos				
Costos de l equipo/maquinaria requerido	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unidad	Costo Total Proyectoado	Proyección de venta de productos o servicios que se ofertan, Principales o secundarios, Cantidades	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unidad	Valor total proyectado de ventas de Productos o Servicios Mes
pc	equipo	2	3.000.000	6.000.000					
software	herramienta	4	500.000	2.000.000					
				0					
Total Costos equipo/maquinaria requerido				\$ 8.000.000,00					
Costos Principales Insumos requeridos	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unidad	Costo Total Proyectoado					
mantenimineto	global	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00					
Total Costos insumos requeridos				\$ 500.000,00					
Costos Equipo Humano	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unidad	Costo Total Proyectoado					
nnnn	mes	10	\$ 2.400.000,00	\$ 24.000.000,00	Total Proyección de venta de productos o servicios que se ofertan, Principales o secundarios, Cantidades				0
o	horas	480	\$ 15.000,00	\$ 7.200.000,00					
xxxx					Proyección de Otros Ingresos complementarios	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unidad	Valor total proyectado de ventas de Productos o Servicios Mes
Total Costos Equipo Humano				\$ 31.200.000,00					
Costos de Adecuaciones				0					
Costos de Formalización y Otros costos asociados a la implementación del Modelo de Negocios	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unidad	Costo Total Proyectoado					
Total Gastos de Formalización y Otros costos asociados a la implementación del Modelo de Negocios				0					
Gastos de administrativos,	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unidad	Costo Total Proyectoado					
Total Gastos de administrativos,				0	Total Proyección de Otros Ingresos por Servicios o Productos complementarios asociados al modelo de Negocios				0
Total requerido en Capital semilla				\$ 39.700.000,00	Proyección de ventas e ingresos mes				

FUENTE: INCUBADORA DE ESPRESA

Plantillas 6. Plantilla plan de negocios



Título del Plan de Negocios

Nombre e Identificación de Estudiante y/o Equipo

Nombre e Identificación Asesor(es) Tutor (Es)

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

Facultad:

Programa:

Fecha:



Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz



TABLA DE CONTENIDO

Introducción

Resumen

1. Descripción del Modelo de Negocio.

- 1.1 Información General del Modelo de Negocio.
- 1.2 Descripción del Tipo de Innovación.
- 1.3 Propuesta de Valor.
- 1.4 Segmentos de clientes.
- 1.5 Canales de Distribución.
- 1.6 Estrategias de relacionamiento y fidelización de Clientes.
- 1.7 Descripción de actividades Clave del Modelo de Modelo de Negocio.
- 1.8 Descripción de Recursos Clave para el Modelo de Modelo de Negocio.
- 1.9 Proyección de estructura de Costos

1.10 Proyección de Fjuj0 de Ingresos.

1.11 Aliados Estratégicos

1.12 Matriz CANVAS.

2. Análisis de Competitividad del Modelo de Negocios.

- 2.1 Análisis del Sector y entorno empresarial al que pertenece el modelo de negocio desde la perspectiva Local, Regional, Nacional o Internacional.
- 2.2 Análisis del Mercado a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional.
- 2.3 Análisis de la Competencia a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional
- 2.4 Descripción de la Ventaja de la Empresa.
- 2.5 Aportes del modelo de negocios al desarrollo socioeconómico y la competitividad a nivel Local, Regional, Nacional o Internacional
- 2.6 Articulación a gremios, Cadena Productiva, redes o Cluster, a nivel Local, Regional, Nacional o Internacional

3. Diseño del proceso Productivo.

- 3.1 Descripción del Producto o Servicio.
- 3.2 Esquema y/o mapa del Proceso Productivo.





- 3.3 Distribución de las áreas de trabajo.
- 3.4 Plan de Producción y Cronograma de Implementación del plan de negocios.
- 3.5 Plan de Necesidades, requerimientos, licencias.
- 3.6 Descripción de Infraestructura Física y Tecnológica de la empresa.

4. Plan de Marketing.

- 4.1 Perfil del cliente y/o segmento de Clientes
- 4.2 , Diseño y posicionamiento de Marca y líneas de productos servicios.
- 4.3 Estrategias de Distribución y plan de ventas.
- 4.4 Estrategias de Captación, Fidelización y Servicio de Clientes
- 4.5 Políticas de precios, promociones y Cartera.
- 4.6 Estrategias de Aprovisionamiento.
- 4.7 Plan de Medios.
- 4.8 Estrategias de Networking Local, Regional, Nacional o Internacional.
- 4.9 Presupuesto Plan de Marketing.

5. Gerencia y estructura organizacional

- 5.1 Capacidades y Oportunidades de la Empresa análisis interno y externo (DOFA)
- 5.2 Organigrama, Misión, Visión y Objetivos.
- 5.3 Recursos humanos manual de funciones, proceso de reclutamiento, contratación, entrenamiento y selección.
- 5.4 Descripción de Procesos de Comunicación interna de la empresa.
- 5.5 Descripción de Estrategias de Aseguramiento de la Información de la Empresa - Software.
- 5.6 Descripción de Estrategias de Aseguramiento de la calidad en Empresa.
- 5.7 Descripción de Competencias del Recurso humano actual de la empresa.
- 5.8 Plan de implementación del plan de negocios -Cronograma.
- 5.9 Constitución legal del negocio

6. Planeación Financiera

- 6.1 Estructura de Costos
- 6.2 Proyección de ingresos
- 6.3 Flujo de efectivo
- 6.4 Balance
- 6.5 Indicadores de evaluación Financiera
- 6.6 Plan de desembolsos.

ANEXOS



*Plantillas 7. Resultados de la campaña de sensibilización***Estudiante sensibilizado programa de Administración de empresas**

Fecha	Programa	Lugar	Asistentes
22/02/2017	Administración de empresas	Teatro Jáuregui	55
22/02/2017	Administración de empresas	CS 206	8
22/02/2017	Administración de empresas	CR-317	18
22/02/2017	Administración de empresas	Incubadora de empresa	1
22/02/2017	Administración de empresas	SVR-317	8
22/02/2017	Administración de empresas	Sala de juntas tercer piso	10
22/02/2017	Administración de empresas	SVR-220	13
22/02/2017	Administración de empresas	SVR-200	5
22/02/2017	Administración de empresas	SVR-202	1
22/02/2017	Administración de empresas	SVR-212	15
22/02/2017	Administración de empresas	SVR-201	40
22/02/2017	Administración de empresas	SVR-318	12
22/02/2017	Administración de empresas	SVR-315	10
22/02/2017	Administración de empresas	JG-107	5
22/02/2017	Administración de empresas	CS-211-2	2
22/02/2017	Administración de empresas	Auditorio svr	47
22/02/2017	Administración de empresas	Coliseo universidad de pamplona	54
Total			304

Estudiantes sensibilizados programa de Artes y humanidades

fecha	programa	lugar	asistentes
28/03/2017	Artes y humanidades	CS-206	13
Total			13

Estudiantes sensibilizados programa Comunicación social

fecha	programa	lugar	asistentes
27/03/2017	Comunicación social	Incubadora de empresa	1
09/05/2017	Comunicación social	Casona 211	12
18/05/2017	Comunicación social	svr317	2
Total			15

Estudiantes sensibilizados programa Contaduría pública

fecha	programa	Lugar	asistentes
22/02/2017	Contaduría publica	Teatro Jáuregui	91
17/03/2017	Contaduría publica	cs 206	17
27/03/2017	Contaduría publica	cr-317	4
27/03/2017	Contaduría publica	Incubadora de empresa	3
29/03/2017	Contaduría publica	svr-317	5
29/03/2017	Contaduría publica	svr-220	18
03/04/2017	Contaduría publica	svr-202	10
04/04/2017	Contaduría publica	svr-318	3
05/04/2017	Contaduría publica	svr-315	6
05/04/2017	Contaduría publica	Auditoria svr	139
06/04/2017	Contaduría publica	Auditorio #1	109
27/04/2017	Contaduría publica	Auditorio svr	49
09/05/2017	Contaduría publica	Casona 211	25
20/09/2017	Contaduría publica	Luis Carlos galán	22
Total			501

Estudiantes sensibilizados programa Diseño industrial

fecha	programa	Lugar	asistentes
21/04/2017	Diseño industrial	Casona 203-02	9
25/04/2017	Diseño industrial	jg-107	3
Total			12

Estudiantes sensibilizados programa Educación física

fecha	programa	lugar	asistentes
16/05/2017	Educación física	Auditorio gn 103	13
18/05/2017	Educación física	svr 317	1
Total			14

Estudiantes sensibilizados programa fonodiología

fecha	programa	lugar	asistentes
-------	----------	-------	------------

19/09/2017	fonodiologia	edif.marco fidel suarez 202	5
Total			5

Estudiantes sensibilizados programa Ingeniería Ambiental

fecha	programa	Lugar	asistentes
27/04/2017	Ingeniería ambiental	Auditorio svr	1
Total			1

Estudiantes sensibilizados programa Economía

fecha	programa	Lugar	asistentes
22/02/2017	Economía	Teatro Jáuregui	11
27/03/2017	Economía	cr-317	21
29/03/2017	Economía	svr-317	5
29/03/2017	Economía	svr-220	5
04/04/2017	Economía	Sala de juntas tercer piso	4
04/04/2017	Economía	svr-318	2
27/04/2017	Economía	Auditorio svr	16
18/05/2017	Economía	svr317	1
Total			65

Funcionarios empopamplona sensibilizados

fecha	programa	Lugar	asistentes
07/04/2017	Funcionarios empopamplona	Empopamplona	17
Total			17

Estudiantes sensibilizados programa Ingeniería Eléctrica

fecha	programa	Lugar	asistentes
22/02/2017	Ingeniería eléctrica	Teatro Jáuregui	1
27/03/2017	Ingeniería eléctrica	Incubadora de empresa	2
Total			3

Estudiantes sensibilizados programa Ingeniería Industrial

fecha	programa	Lugar	asistentes
-------	----------	-------	------------

22-feb	Ingeniería industrial	Teatro Jáuregui	12
27/03/2017	Ingeniería industrial	Incubadora de empresa	3
29/03/2017	Ingeniería industrial	svr-317	1
30/03/2017	Ingeniería industrial	svr-200	1
03/04/2017	Ingeniería industrial	svr-202	1
04/04/2017	Ingeniería industrial	svr-318	3
19/04/2017	Ingeniería industrial	jg-105	12
25/04/2017	Ingeniería industrial	jg-107	19
26/04/2017	Ingeniería industrial	cs-211-2	18
27/04/2017	Ingeniería industrial	Auditorio svr	14
18/05/2017	Ingeniería industrial	svr 317	23
Total			104

Estudiantes sensibilizados programa Ingeniería Mecánica

fecha	programa	lugar	asistentes
22/02/2017	Ingeniería Mecánica	Teatro Jáuregui	10
29/03/2017	Ingeniería Mecánica	svr-317	8
30/03/2017	Ingeniería Mecánica	svr-200	2
03/04/2017	Ingeniería Mecánica	svr-202	1
04/04/2017	Ingeniería Mecánica	svr-318	4
04/04/2017	Ingeniería Mecánica	svr-318	3
05/04/2017	Ingeniería Mecánica	svr-315	2
19/04/2017	Ingeniería Mecánica	jg-105	4
25/04/2017	Ingeniería Mecánica	jg-107	2
26/04/2017	Ingeniería Mecánica	cs-211-2	2
27/04/2017	Ingeniería Mecánica	Auditorio svr	3
Total			41

Estudiantes sensibilizados programa Microbiología

fecha	programa	lugar	asistentes
22/02/2017	Microbiología	Teatro Jáuregui	9
30/03/2017	Microbiología	svr-200	4
03/04/2017	Microbiología	svr-202	4
27/04/2017	Microbiología	Auditorio svr	2
Total			19

Estudiantes sensibilizados programa Nutrición y Dietética

fecha	programa	Lugar	asistentes
27/04/2017	Nutrición y Dietética	Auditorio svr	2
Total			2

Estudiantes sensibilizados programa Psicología

fecha	programa	Lugar	asistentes
27/03/2017	Psicología	cr-317	3
29/03/2017	Psicología	svr-220	1
07/04/2017	Psicología	fp-201	29
07/04/2017	Psicología	fp-303	27
17/04/2017	Psicología	jg-110	29
17/04/2017	Psicología	Rocheraux-sala de gesall	40
18/04/2017	Psicología	svr-200	32
19/04/2017	Psicología	svr-209	37
21/04/2017	Psicología	laboratorio de psicología	17
25/04/2017	Psicología	cs-205	31
27/04/2017	Psicología	Auditorio svr	13
09/05/2017	Psicología	Colegio san francisco	22
12/05/2017	Psicología	svr-217	13
16/05/2017	Psicología	Auditorio gn 103	14
18/06/2017	Psicología	svr317	2
Total			310

Estudiantes sensibilizados programa Terapia Ocupacional

fecha	programa	Lugar	asistentes
22/02/2017	Terapia Ocupacional	Teatro Jáuregui	9
29/03/2017	Terapia Ocupacional	svr-317	1
30/03/2017	Terapia Ocupacional	svr-200	7
03/04/2017	Terapia Ocupacional	svr-202	2
04/04/2017	Terapia Ocupacional	svr-318	1
05/04/2017	Terapia Ocupacional	svr-315	2
27-abr	Terapia Ocupacional	Auditorio svr	6
Total			28

Estudiantes sensibilizados programa enfermería

fecha	programa	Lugar	asistentes
19-sep	enfermería	edif.marco fidel suarez 202	11
Total			11

