

“ASISTENCIA EN LA EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE LAS ACTIVIDADES PROPIAS DEL PROCESO INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA (ISU) DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, SECCIONAL GIRARDOT.”.

CERQUERA HORTA LUIS ALEXIS

CÓDIGO 310218220

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

SECCIONAL GIRARDOT

IPA – 2023

“ASISTENCIA EN LA EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE LAS ACTIVIDADES PROPIAS DEL PROCESO INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA (ISU) DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, SECCIONAL GIRARDOT.”

CERQUERA HORTA LUIS ALEXIS

CÓDIGO 310218220

DOCENTE LÍDER

JUAN ANDRES GODOY

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

SECCIONAL GIRARDOT

IPA - 2023

## RESUMEN

Los procesos que desarrolla la universidad de Cundinamarca son realizados bajo la formación de la educación superior la cual se ha percibido como parte del proceso de formación de los estudiantes, es por ello que CITGO promueve el autodescubrimiento y aprendizaje sobre el mundo empresarial fomentando el desarrollo personal y ejerciendo un rol en la sociedad por medio de la adopción de unas prácticas de investigación de emprendimiento desarrollando una cultura en mejorar la gestión empresarial a nivel de ciencia, tecnología e innovación, socializando por medio de la institución a las empresas un dialogo de saberes a través de la construcción de conocimiento con los diferentes agentes intervenidos en las dinámicas socioculturales, en busca de soluciones a sus problemas.

Por consiguiente, en mi proceso de apoyo a esta área diseñe estrategias con el fin de dar cumplimiento al lineamiento y los objetivos del plan de Interacción social universitaria (CITGO) generando valor agregado a la institución y área permitiendo aumentar su credibilidad y aporte en la región dentro de las instituciones que compiten activamente por llevar a cabo proyectos que garantizan el desarrollo de la comunidad Interna y externa del alto magdalena.

Palabras clave: Interacción, Webinars, Empresa, Internacionalización, Innovación, Proceso, Tecnología, Startup, Cultura.

## **ABSTRAC**

The processes developed by the University of Cundinamarca are carried out under the formation of higher education, which has been perceived as part of the training process of students, which is why CITGO promotes self-discovery and learning about the business world, promoting personal development. and exercising a role in society through the adoption of entrepreneurial research practices, developing a culture to improve business management at the level of science, technology, and innovation, socializing through the institution a dialogue of knowledge to companies. through the construction of knowledge with the different agents involved in sociocultural dynamics, in search of solutions to their problems.

Therefore, in my process of supporting this area, I designed strategies in order to comply with the guidelines and objectives of the University Social Interaction Plan (CITGO), generating added value to the institution and area, allowing it to increase its credibility and contribution in the region. Within the institutions that actively compete to carry out projects that guarantee the development of the internal and external community of Alto Magdalena.

Keywords: Interaction, Webinars, Company, Internationalization, Innovation, Process, Technology, Startup, Cultura.

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen .....	3
Abstrac.....	4
Lista De Tablas .....	8
Lista De Ilustraciones .....	9
Introducción.....	11
Titulo 12	
1. Objetivos .....	13
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos.....	13
2. Justificación .....	14
3. Presentacion de la empresa .....	15
4. Planificar logística y ejecución de webinars mediante plataformas online.....	19
4.1. WEBINAR PLATAFORMAS ALTERNATIVAS DE PAGO Y SU IMPACTO EN EL EFECTIVO. ....	20
4.1.1. Resultados Cuantitativos.....	21
4.1.2. Imagen del evento .....	22
4.2. Webinar fidelización de clientes .....	23
4.2.1. Resultados Cuantitativos webinar fidelización de clientes. ....	24
4.2.2. Imagen del evento .....	25
4.3. Webinar tendencias del turismo en el entorno emprendedor .....	26

4.3.2.	Imagen del Evento .....	28
4.4.1.	Resultados Cuantitativos.....	30
4.4.2.	Imagen del Evento .....	31
5.	Apoyo expo ucundinamarca 2022 .....	31
5.1.	Resultados Cuantitativos.....	32
5.1.1.	Conferencia Marketing Digital .....	32
5.1.2.	Conferencia Central Andrés Cajiao .....	32
5.1.3.	Conferencia La Vera Pizza .....	33
5.2.	imágenes Del Evento .....	33
6.	Celebración 30 años de la universidad de cundinamarca.....	34
7.	Plogging .....	36
7.1.	Resultados Cuantitativos.....	36
8.	Organización evento plan padrino marketing fest 2.0 2022 .....	37
8.1.	Resultados Cuantitativos.....	37
9.	investigación Caracterización del entorno emprendedor en Girardot Cundinamarca. .	38
9.1.	Establecer requerimientos de información para determinar lo que se requiere investigar específicamente de los actores del entono emprendedor .....	40
10.	Acompañamiento plan padrino IPA 2023.....	41
10.1.	Resultados Cuantitativos Marketing live 2023 .....	41
11.	Realizar Impacto del programa plan padrino de ISU de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot.....	43
11.1.	Objetivo General.....	43
11.1.1.	Objetivos Específicos.....	43

11.2.	Impacto cualitativo impacto del programa plan padrino.....	44
11.3.	Observaciones .....	45
11.4.	Conclusiones y Recomendaciones .....	46
12.	Recursos .....	47
12.1.	Recursos Humanos.....	47
12.1.1.	Líder proceso .....	47
12.1.2.	Docentes proceso .....	47
12.1.3.	Pasante del proceso .....	47
12.2.	RECURSOS MATERIALES.....	47
12.3.	RECURSOS INSTITUCIONALES .....	47
12.4.	Recursos Financieros .....	48
13.	Presupuesto.....	48
14.	Cronograma .....	49
	Bibliografía.....	50
15.	Anexo .....	51

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Actividad de Espectadores. Plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo.....	21
Tabla 2 Asistencia al Evento .....	24
Tabla 3 Asistencia al Webinar .....	27
Tabla 4 Asistencia webinar importancia de la investigación en el entorno emprendedor ...	30
Tabla 5 Asistencia conferencia como hacer marketing digital efectivo.....	32
Tabla 6 Asistencia conferencia central Andrés Cajiao .....	32
Tabla 7 Asistencia conferencia caso La Vera pizza.....	33
Tabla 8 Asistencia Plogging .....	36
Tabla 9 Asistencia espectadores plan padrino marketing Fest 2022 .....	37
Tabla 10 Presupuestos .....	48
Tabla 11 Calendario Académico IIPA 2022 .....	49
Tabla 12 Calendario Académico IPA 2023 .....	49

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Desarrollo del webinar plataforma de pago y su impacto en el efectivo .....	22
Ilustración 2 Fidelización de Clientes .....	25
Ilustración 3 Webinar tendencias del turismo en el entorno emprendedor .....	28
Ilustración 4 Webinar Importancia de la investigación en desarrollo organizacional.....	31
Ilustración 5 Evidencia apoyo expo UCundinamarca 2022 .....	33
Ilustración 6 Evidencia evento celebración 30 años de la universidad de Cundinamarca...	35
Ilustración 7 Evidencia Evento Plogging.....	36
Ilustración 8 Evidencia plan padrino 2022 .....	38
Ilustración 9 Estructura de la investigación de caracterización .....	39
Ilustración 10 Esquema de requerimiento de información. ....	40
Ilustración 11 Actividad espectadores Marketing Live.....	41
Ilustración 12 Evidencia asistencia Marketing Live 2023 .....	42
Ilustración 13 Empresas seleccionadas para aplicar encuesta de impacto plan padrino.....	44
Ilustración 14 Evidencia recolección y aplicación de encuesta impacto plan padrino. ....	44
Ilustración 15 Flyers Plataformas Alternativas de Pago .....	51
Ilustración 16 Flyers ¿Cómo Fidelizar a los Clientes? .....	51
Ilustración 17 Flyers Plogging .....	52
Ilustración 18 Flyers Marketing 2.0.....	52
Ilustración 19 Flyers Tendencias en Turismo.....	53
Ilustración 20 Flyers La Investigación En el Desarrollo Empresarial .....	53

Ilustración 21 Flyers Marketing Live..... 54

## INTRODUCCIÓN

El presente informe refleja las actividades realizadas en el periodo de pasantías profesionales como opción de grado y requisito indispensable para culminar la carrera de Administración de empresas las cuales fueron realizadas en la universidad de Cundinamarca Seccional Girardot en el área de interacción social , adicional de ser un requisito es una manera de poner en práctica los conocimientos adquiridos en las diferentes núcleos temáticos que se cursaron en la carrera, sirviendo así, para confrontar la teoría de la práctica día a día.

Las pasantías fueron realizadas bajo la supervisión del proceso de interacción social universitaria de la cual se tuvo un apoyo especial del tutor. En tal sentido se expresa los conocimientos adquiridos y recopilados.

## **TITULO**

“ASISTENCIA EN LA EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE LAS ACTIVIDADES PROPIAS DEL PROCESO INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA (ISU) DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, SECCIONAL GIRARDOT.”.

## **1. OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Aplicar en la práctica los conocimientos adquiridos en la carrera de administración de empresas desempeñando labores logísticas para servir de apoyo en la planificación de eventos de Interacción social Universitaria.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Planificar logística y ejecución de Webinars mediante plataformas online.
- Coordinar eventos institucionales por parte de ISU.
- Realizar proceso de seguimiento y efectución del plan de apadrinamiento empresarial.
- Caracterizar entorno emprendedor en la ciudad de Girardot Cundinamarca.

## 2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto permitió llevar a cabo eventos propios del macroproceso de interacción social universitaria en la universidad de Cundinamarca seccional Girardot por medio de la logística siendo esta un factor necesario para poder realizar y determinar las actividades de los eventos, controlando todos los recursos de manera que se cumplieran los objetivos principales de cada evento. Los cuales fueron realizados virtual y presencial, donde se requirió de accionar la logística y montaje para llevarlos a cabo de manera eficiente.

Para la universidad de Cundinamarca seccional Girardot es importante contar con la coordinación logística para gestionar los eventos propios de ISU con el fin de proporcionar alta calidad durante las preparaciones de los eventos, generar una mayor integración de los equipos de trabajo, mejorar la calidad del servicio, la comunicación y la planificación eficaz para generar una experiencia satisfactoria a la comunidad interna y externa de la universidad de Cundinamarca y la región y que a la vez genere impacto en las comunidades vinculadas .

Es por ello que mediante la función administrativa de la planificación permitió analizar y establecer los objetivos de cada evento, formulando estrategias que facilitaron el desarrollar los planes de acción, estableciendo donde se quería llegar, que se iba a realizar y como se iban hacer. Esta función sirvió de base para las demás funciones como la organización, coordinación y control, permitiendo

organizar las áreas y recursos del proceso, coordinando las actividades y evaluando los eventos gracias a la facilidad que se tuvo al obtener los resultados.

Con relación a estos eventos donde se concentraron profesionales, empresarios del país y otras partes del mundo que fueron vinculados por el área de internacionalización , donde se aportaron grandes oportunidades al público de ampliar sus conocimientos para la vida profesional y actualización de conocimiento es por ellos además la importancia de planificar la logística de cualquier evento, así como la implementación, control, organización y la consideración de los diferentes aspectos de cada área son aspectos fundamentales para el éxito de los eventos desarrollados en el proceso de interacción social universitaria.

La pasantía es una oportunidad clave para enriquecer el proceso de formación académica donde se puede complementar la información aprendida y potencializar las habilidades blandas y duras colocando en práctica la teoría adquirida obteniendo una visión de cómo funcionan y como es el proceso de las empresas en la actualidad.

### **3. PRESENTACION DE LA EMPRESA**

La Universidad de Cundinamarca es una organización social del conocimiento y el aprendizaje, que construye dialógica y formativamente para la vida, los valores democráticos, la civilidad y la libertad, articulando conocimientos y experiencias de la interacción con las comunidades y el compromiso social, permitiendo el mejoramiento de las condiciones de vida de todos los agentes que participan de las estrategias y acciones

formadoras, aportando al desarrollo y creación de condiciones trans humanas y de sostenibilidad planetaria. (WEBMASTER, 2016)

El objetivo principal de la Interacción Social Universitaria es transformar la cultura mediante la implementación del Campo de Aprendizaje Cultural, donde se busca cultivar, fortalecer y crear experiencias, usos, signos, costumbres, principios y valores, que distinguen espiritualmente y materialmente a una comunidad universitaria formadora de una persona trans humana. En la Universidad de Cundinamarca, todos los espacios donde actúan los estudiantes son significativos para el aprendizaje, por lo tanto, deben ser intervenidos por la institución, para que, de esta manera, se refleje en actos o comportamientos que mejoren la vida, fortalezcan los valores declarados en el Modelo Educativo Digital Trans moderno. Estos procesos que desarrolla la universidad son establecidos, y realizados bajo las pautas de la Formación de la educación superior para contribuir al buen aprendizaje. (Universitaria, 2019)

La Política de Interacción Social Universitaria se comprende en la Universidad de Cundinamarca como un campo de aprendizaje, Ciencia, Tecnología e Innovación y que se desarrolla a través del diálogo de saberes mediante la construcción de conocimiento con los diversos agentes que intervienen en las dinámicas socio culturales creando soluciones frente a las problemáticas reales y contribuyendo a la comprensión y transformación desde un ámbito trans local. (Universitaria, 2019).

La función misional de Interacción Social Universitaria se entiende desde una mirada dialógica entre los agentes que participan en la acción formativa que desarrolla la

institución, el desarrollo de la Interacción Social en la Universidad de Cundinamarca busca el cumplimiento de acciones socialmente responsables donde se apropie la corresponsabilidad con la familia, las comunidades, la naturaleza, la cultura, entre otras dimensiones que requieren resultados de transformación positiva. (Universitaria, 2019).

La visión de la Universidad de Cundinamarca es construir dialógica y formativamente, con el fin de gestar un sujeto actuante, transformador y libre, que actúe desde la realidad en que se desenvuelve y asume una posición autónoma en cada territorio, buscando contener los efectos de la globalización. En este contexto, la Interacción Social Universitaria busca fortalecer en los agentes participantes la dimensión social e intervención en la comunidad como proyecto de vida, conduciendo dicha interacción desde una ciudadanía ética, responsable y como líderes de procesos de transformación social. (Universitaria, 2019).

El macroproceso de interacción social universitaria en el que desarrolle las pasantías por medio del centro de innovación tecnológica y gestión organizacional CITGO, es la unidad de emprendimiento de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot cuyo objetivo es apoyar a estudiantes, egresados, docentes y la comunidad en general en el proceso de transformar sus ideas en emprendimientos viables en el mercado, mediante el fomento de la cultura emprendedora con actividades de capacitación, consultoría, mentoría y asesorías personalizadas orientadas por un equipo de trabajo con experiencia en el desarrollo de creación de modelos de negocio en el departamento. Por medio de las actividades institucionales de relacionamiento de interacción con el sector interno y externo de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot desarrolle mi vinculación con ISU a

través de los eventos como los webinars, apadrinamiento empresarial, cursos de educación continua, Plogging y eventos propios de ISU en la institución siendo eventos clave en la estrategia de comunicación de la universidad debido a que son una buena herramienta para fortalecer la identidad corporativa de la universidad.

En el proceso de interacción social universitaria ISU contribuí en fortalecer la gestión de eventos en las etapas de planificación, así como el desarrollo de las habilidades necesarias para organizar con éxito todo tipo de evento con el fin de controlar la eficiencia de todos los recursos de manera que se cumplieran con los objetivos principales y una adecuada estrategia de comunicación.

#### **4. PLANIFICAR LOGÍSTICA Y EJECUCIÓN DE WEBINARS MEDIANTE PLATAFORMAS ONLINE.**

Un Webinar es un evento realizado virtualmente al cual asisten exclusivamente una audiencia en línea en cual se comparten conocimiento, ideas y actualizaciones con personas de todo el mundo, donde se construye y fomenta relaciones.

Los webinars son eventos en conjunto con las demás áreas sustantivas del programa, además son espacios en los cuales los estudiantes interactúan con los diferentes sectores de la economía en busca de soluciones en pro del desarrollo de la región. Estos eventos iban dirigidos a empresarios, estudiantes, egresados, personal administrativo y público en general nacional e internacional. En ese orden de ideas durante los periodos de pasantías coordine 4 webinars realizados por la aplicación Microsoft Teams proyectados a través de streaming por el canal de Facebook Live de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot.

#### **4.1. WEBINAR PLATAFORMAS ALTERNATIVAS DE PAGO Y SU IMPACTO EN EL EFECTIVO.**

Primer webinar titulado plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo, realizado el de 11 octubre del IIPA 2022.

Se contó con la participación del docente Darío Benavides líder de investigación del programa de administración de empresa de la Universidad de Cundinamarca seccional Girardot, Collette Goufray gerente PYMES del banco de Bogotá, Jaime Adolfo romero docente de la universidad de piloto de Colombia y un invitado internacional, Christian Enríquez docente del tecnológico de México.

El objetivo de este Webinar era generar un espacio de dialogo cocreación que aportara ideas, herramientas y dejara ver como las plataformas actuales de pago tiene una incidencia directa en el efectivo como se conoce hasta el día de hoy.

El Webinar plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo es una visión tomada de los expertos de ver como en la actualidad la forma y el uso que se le da al dinero en efectivo y gracias a la tecnología, está cambiando, se puede contar con grandes cantidades de dinero sin necesidad de verla y con ella suplir necesidades de pagos en cualquier parte del mundo al instante, esto gracias a las nuevas plataformas que generan estas ventajas, y esto indiscutiblemente genera ventajas a las organizaciones quienes ahorran tiempo y disminución de riesgos del manejo del del efectivo.

#### 4.1.1. Resultados Cuantitativos

**Tabla 1 Actividad de Espectadores. Plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo.**

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA					
ESTUDIANTES	GRADUADOS	ADMINISTRATIVOS	DOCENTES	COMUNIDAD	TOTAL
103	7	1	5	1	117

La actividad del webinar plataformas alternativas de pago logro reunir un total de asistente de 117 personas, los cuales se conectaron a través del Face Live de la universidad de Cundinamarca y estuvieron relacionando con los ponentes durante la transmisión. Se destaca la gran participación de los estudiantes, esto denota el interés de estos en aprender en adquirir nuevos conocimientos respecto al tema.

Cuando se conecta y comparte estos eventos, se impacta a todas las comunidades existentes dentro de la interacción universitaria, como se puede ver en la tabla la conexión también tuvo participación de graduados, docentes, administrativos y comunidad externa, aunque en mayor participación, pero se está impactando estos actores de igual forma.

## 4.1.2. Imagen del evento

**Ilustración 1 Desarrollo del webinar plataforma de pago y su impacto en el efectivo**



## **4.2. WEBINAR FIDELIZACIÓN DE CLIENTES**

Segundo Webinars titulado fidelización de clientes realizado el 4 de noviembre del IIPA 2022. Se contó con la participación. German Molano, fundador de la empresa LABMARK dedica a desarrollar marca personal, Elio Veru corpas, propietario del al macen Felipe en la ciudad de Girardot, dedicado por más de 35 años al sector de la belleza, Juan Andrés Godoy, docente del programa de administración de empresas de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot y experto en mercadotecnia, Yazmin Arrollo, experta en mercadotecnia de la ciudad de México.

Dentro de los aspectos más importantes que destacaron los ponentes nacionales e internacionales resaltaron que en la actualidad fidelizar clientes no se hace a través de grandes promociones ni descuentos como lo hace el sistema tradicional, los clientes actuales están buscando experiencias que vallan dirigidas más a lo personal y diferencial, que logre hacer vivir la experiencia en el producto o servicio más que suplir la necesidad.

Para los nuevos clientes vivir el momento hace parte de lo que se le puede ofrecer y de esta manera estará quedando en la mente la marca, el producto y la empresa, y esto hará que la preferencia sea repetitiva y duradera a través del tiempo.

Por último, se destaca que en la actualidad también el marketing debe ser sensible a la realidad y eso genera fidelización.

#### 4.2.1. Resultados Cuantitativos webinar fidelización de clientes.

**Tabla 2 Asistencia al Evento**

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA					
ESTUDIANTES	GRADUADOS	ADMINISTRATIVOS	DOCENTES	COMUNIDAD	TOTAL
48	1	0	3	0	52

La actividad del webinar fidelización de clientes logro reunir un total de asistente de 52 personas, los cuales se conectaron a través del Face Live de la universidad de Cundinamarca y estuvieron relacionando con los ponentes durante la transmisión. Se destaca la gran participación de los estudiantes 48 conectados, esto denota el interés de estos en aprender en adquirir nuevos conocimientos respecto al tema para poder ponerlos en prácticas en sus empresas o emprendimientos.

Cuando se conecta y comparte estos eventos, se impacta a todas las comunidades existentes dentro de la interacción universitaria, como se puede ver en la tabla la conexión también tuvo participación de graduados, docentes, respecto al impacto en la comunidad empresarial se debe analizar si la conexión no es de importancia para ellos o si la logística no alcanza a generar estos registros, pues también en ellos se pueden crear oportunidades de mejora y es de quien debería salir la base de las experiencias de esos temas.

## 4.2.2. Imagen del evento

Ilustración 2 Fidelización de Clientes



#### **4.3. WEBINAR TENDENCIAS DEL TURISMO EN EL ENTORNO EMPRENDEDOR**

El tercer Webinars titulado; tendencia del turismo en el entorno emprendedor Realizado el 12 abril del 2023. Se contó con la participación de Oscar forero empresario de turismo del departamento del meta, mauricio Arciniegas, gestor de turismo en la escuela de paracaidismo en Xcielo en el municipio de Flandes Tolima, Saudí niño Bernal, docente del programa de hotelería y turismo de la universidad piloto de Colombia seccional del alto magdalena y un ponente internacional, Matías de escalada, docente del programa hotelería y turismo de la universidad de salta argentina

El webinars tiene como objetivo explicar y conocer las nuevas tendencias que se están presentando frente al turismo después de suscitado dos eventos de importancia en Colombia, el primero la firma de paz del gobierno y la guerrilla de las Farc en el años 2017 y el segundo la postpandemia, estos dos sucesos cambiaron la forma de hacer y ver el turismo especialmente para las empresas que se dedican a este, pues se abrió un escenario nuevo con nuevos clientes que tenían la necesidad de ver y disfrutar de estos lugares que habían estado limitados a su visita por temas de orden público.

Las empresas forman parte de un ecosistema emprendedor que es como se cataloga a la sinergia que existen entre los actores que la componen, es decir las instituciones públicas, educativos , los empresario y los consumidores, es por resto que las empresas de turismo y como las ven desde el extranjero se deben analizar en este tipo de eventos y con

la opinión de países con cultura similar a la nuestra como lo es argentina quienes dan su apoyo y ven en el país y en los empresarios un modelo a seguir en temas de turismo.

Finalmente, los Webinars son un espacio que brinda la universidad y son necesarios porque aportan experiencias y conocimientos a la comunidad interna y externa. Además, es una opción amplia para adquirir conocimiento al que se puede acceder desde la comodidad de donde se encuentre.

#### **4.3.1. Resultados Cuantitativos Webinar tendencias del turismo en el entorno emprendedor**

**Tabla 3 Asistencia al Webinar**

<b>CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA</b>					
<b>ESTUDIANTES</b>	<b>GRADUADOS</b>	<b>ADMINISTRATIVOS</b>	<b>DOCENTES</b>	<b>COMUNIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
<b>87</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>100</b>

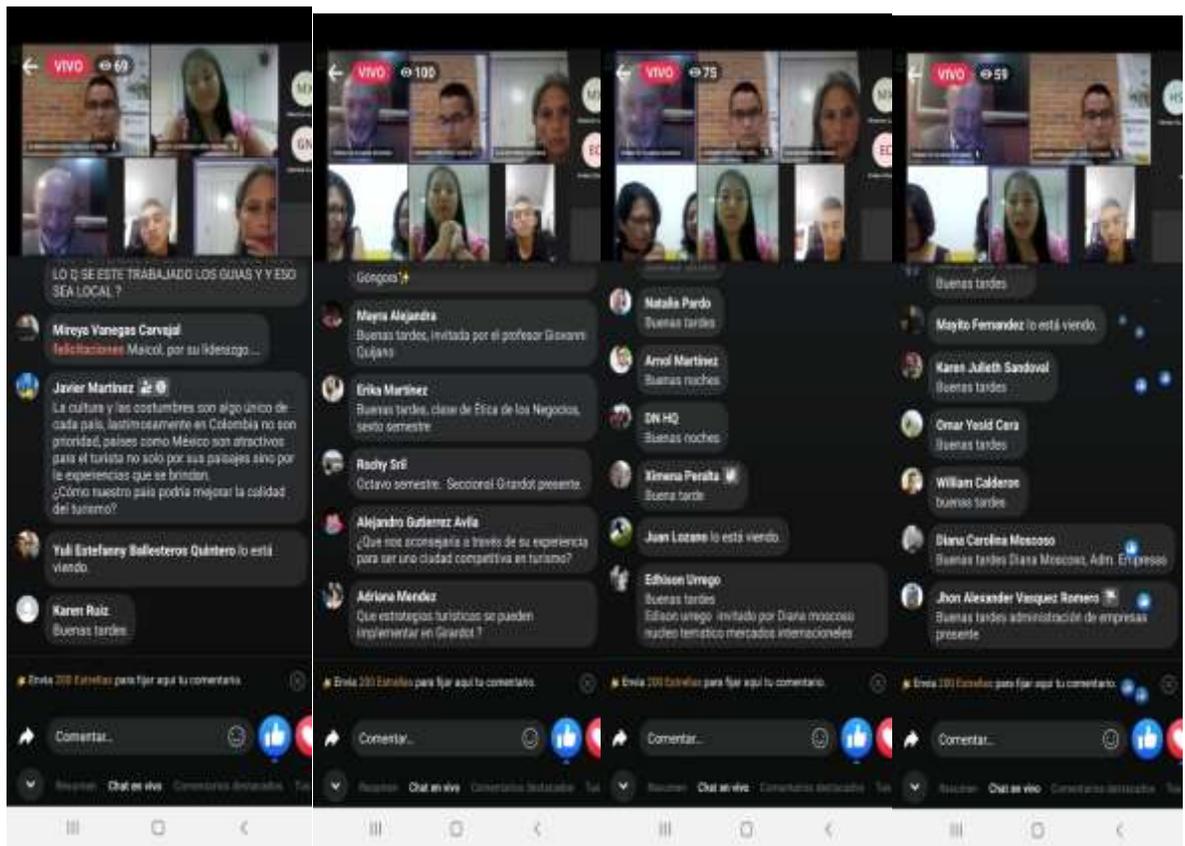
La actividad del webinar tendencias del turismo en el entorno emprendedor logro reunir un total de asistente de 100 personas, los cuales se conectaron a través del Face Live de la universidad de Cundinamarca y estuvieron relacionando con los ponentes durante la transmisión. Se destaca la gran participación de los estudiantes 87 conectados, esto denota el interés de estos en aprender en adquirir nuevos conocimientos respecto al tema para poder ponerlos en prácticas en sus empresas o emprendimientos y en apoyar al turismo nacional.

Cuando se conecta y comparte estos eventos, se impacta a todas las comunidades existentes dentro de la interacción universitaria, como se puede ver en la tabla la conexión también tuvo participación de 11 graduados y docentes. Finalmente, este tipo de eventos y

en esta temática es afines con el entorno dado que Girardot tiene mucho que aprender de cómo hacer turismo, pese a ser catalogada como ciudad turística aún se requiere organización en este sector.

### 4.3.2. Imagen del Evento

**Ilustración 3 Webinar tendencias del turismo en el entorno emprendedor**



#### **4.4. WEBINAR IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION EN EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL**

El cuarto Webinars titulado; Importancia de la investigación en desarrollo organizacional se realizó el 11 de mayo del IIPA 2023.

Se contó con la participación del Coordinador del Programa de Administración de Empresas Laurentino Carranza, Darío Benavidez: Líder de ciencia tecnología e innovación de la seccional, Jorge David barrera Orjuela, docente del área de investigación del programa de administración de empresas de la universidad de Boyacá y un invitado internacional , docente Carlos Herrera Méndez del área de investigación del programa de administración de empresas del instituto tecnológico de Mérida de la ciudad de Yucatán México.

Este espacio se realizó con el fin de transmitir de manos de expertos investigadores como se hace la investigación en la actualidad y como esta aporta desarrollo a las empresas, por muchos años la investigación ha estado enlazada con los objetivos que desean alcanzar las organizaciones, pero es también importante reconocer que tanto las empresas como los estudiantes desean obtener resultados de forma más rápida y palpables, en donde consideran que la academia brinda las herramientas necesarias para hacer investigación pero que son demasiadas extensas y requieren también de bastante tiempo.

La inteligencia artificial es una herramienta también que aporta rapidez a las investigaciones con un menor grado de error y un mayor grado de asertividad por eso se

hace necesario aprender de esta nueva herramienta y reconocerla como una ventaja al adoptarla a las organizaciones.

#### 4.4.1. Resultados Cuantitativos

**Tabla 4 Asistencia webinar importancia de la investigación en el entorno emprendedor**

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA					
ESTUDIANTES	GRADUADOS	ADMINISTRATIVOS	DOCENTES	COMUNIDAD	TOTAL
92	11	0	6	2	111

La actividad del webinar importancia de la investigación en el entorno emprendedor logro reunir un total de asistente de 111 personas, los cuales se conectaron a través del Face Live de la universidad de Cundinamarca y estuvieron relacionando con los ponentes durante la transmisión. Se destaca la gran participación de los estudiantes 92 conectados, esto denota el interés de estos en aprender en adquirir nuevos conocimientos respecto al tema para poder ponerlos en prácticas en sus empresas o emprendimientos.

Cuando se conecta y comparte estos eventos, se impacta a todas las comunidades existentes dentro de la interacción universitaria, como se puede ver en la tabla la conexión también tuvo participación de 11 graduados y docentes.

#### 4.4.2. Imagen del Evento

Ilustración 4 Webinar Importancia de la investigación en desarrollo organizacional



## 5. APOYO EXPO UCUNDINAMARCA 2022

La universidad de Cundinamarca realiza eventos para impactar la comunidad de diversa manera, una de ellas es la expo Cundinamarca la cual se celebró el 10 de octubre del 2022, para lo cual se aportó apoyo especialmente en aquellos relacionados con la logística de este y con unas tareas específicas de diseñar los informes finales de cuatro eventos en específicos:

- 11 de octubre, como hacer marketing digital efectivo
- 12 de octubre, conferencia central Andrés Cajiao
- 12 de octubre, conferencia caso la vera pizza
- 13 de octubre, conferencia empoderamiento femenino para la creación de empresa.

Las tareas asignadas para estas actividades consistían en toma de asistencia al evento y diseño de informes finales de los mismos.

## 5.1. RESULTADOS CUANTITATIVOS

### 5.1.1. Conferencia Marketing Digital

**Tabla 5** Asistencia conferencia como hacer marketing digital efectivo

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA					
ESTUDIANTES	GRADUADOS	ADMINISTRATIVOS	DOCENTES	COMUNIDAD	TOTAL
128	0	0	1	0	129

### 5.1.2. Conferencia Central Andrés Cajiao

**Tabla 6** Asistencia conferencia central Andrés Cajiao

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA					
ESTUDIANTES	GRADUADOS	ADMINISTRATIVOS	DOCENTES	COMUNIDAD	TOTAL
121	6	2	11	0	140

### 5.1.3. Conferencia La Vera Pizza

Tabla 7 Asistencia conferencia caso La Vera pizza

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA					
ESTUDIANTES	GRADUADOS	ADMINISTRATIVOS	DOCENTES	COMUNIDAD	TOTAL
128	0	0	1	0	129

## 5.2. IMÁGENES DEL EVENTO

Ilustración 5 Evidencia apoyo expo UCundinamarca 2022



Para finalizar este objetivo cabe resaltar que la logística en apoyo que se realiza desde la función como pasante, es importante desde el punto de vista que aporta a documentar los registros de los eventos que realiza la universidad, así como garantiza que el desarrollo de los mismo se dé de manera eficaz y eficiente, permitiendo también desarrollar habilidades de solución de problemas y toma de decisiones.

## **6. CELEBRACIÓN 30 AÑOS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**

### **6.1. PRESENTACIÓN HISTORIA DEL PROGRAMA Y HOMENAJE A LA DOCENTE PATRICIA CÁRDENAS.**

Para la celebración de los 30 años de la ucundinamarca se dividió con el grupo de pasantes 3 actividades. 1 video con información histórica de los 30 años de la universidad de Cundinamarca. 2. Homenaje a la profesora patricia Diaz como la docente más antigua y de más trayectoria en el programa, homenaje a la profesora Laura Daza como la profesora más nueva en el programa.

El evento se desarrollo en el auditorio de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot.

Este tuvo inicialmente la presentación del director del programa de administración de empresas, Laurentino carranza y seguido a ello se proyecto el video de la historia desde el Nacimiento del programa hasta la implementación del nuevo modelo educativo digital trasmoderno y su implementación.

Al culminar la proyección del evento se procede a realizar entrega de placa conmemorativa a la docente María patricia cárdenas por su trayectoria en el programa y consagración a toda una vida de educación.

## **Ilustración 6 Evidencia evento celebración 30 años de la universidad de Cundinamarca**



Para finalizar el objetivo se destaca la intención de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot y más específicamente el programa de administración de empresas, en resaltar la dedicación y entrega de sus colaboradores y docentes, así como la oportunidad que ofrece a los pasantes a desarrollar eventos de esta magnitud e importancia ya que los empodera y les permite desarrollar sus habilidades de trabajo individual y en grupo.

## 7. PLOGGING

Una actividad de índole social y medioambiental en la cual se recogía la basura que se encontraba en el suelo mientras se practicaba deporte, dentro de los beneficios de este evento se encontraban el mejorar el rendimiento incrementando la integración social a través de la actividad.

### 7.1. RESULTADOS CUANTITATIVOS

**Tabla 8 Asistencia Plogging**

CARACTERIZACION DE LA POBLACION BENEFICIADA					
ESTUDIANTES	GRADUADOS	ADMINISTRATIVOS	DOCENTES	COMUNIDAD	TOTAL
104	4		4		112

La comunidad universitaria se unió de forma masiva a este evento, en donde se destaca la participación de los estudiantes y dejan ver su sentido de conciencia al cuidado de la naturaleza e intención de practicar una vida saludable.

### Ilustración 7 Evidencia Evento Plogging



## **8. ORGANIZACIÓN EVENTO PLAN PADRINO MARKETING FEST 2.0 2022**

Diseño plan estratégico de marketing para empresa apadrinada

se asignó la empresa Sunflower Girardot para realizarle el plan estratégico de marketing, una vez se realice este plan estratégico será entregado a la empresa para su implementación junto con las recomendaciones en un evento en el auditorio de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot.

Adicionalmente se debe realizar el informe final en el formato MIUr021 para dejarlo como evidencia de este.

### **8.1. RESULTADOS CUANTITATIVOS**

**Tabla 9 Asistencia espectadores plan padrino marketing Fest 2022**

<b>CARACTERIZACION DE LA POBLACION BENEFICIADA</b>					
<b>ESTUDIANTES</b>	<b>GRADUADOS</b>	<b>ADMINISTRATIVOS</b>	<b>DOCENTES</b>	<b>COMUNIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
<b>40</b>	<b>-</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>90</b>	<b>137</b>

El evento contó con la participación de 137 espectadores en total, en donde se puede caracterizar a esta población como estudiantes emprendedores que desean poner en práctica sus habilidades y conocimientos adquiridos en el núcleo temático de gerencia de mercados y puesto en marcha para los empresarios de las empresas apadrinadas.

### **Ilustración 8 Evidencia plan padrino 2022**



## **9. INVESTIGACIÓN**

### **CARACTERIZACIÓN DEL ENTORNO EMPRENDEDOR EN GIRARDOT CUNDINAMARCA.**

Este proyecto se toma como iniciativa de la creación de un observatorio de emprendimiento para la ciudad de Girardot, pero para ello se hace necesario caracterizar los componentes que tiene el entorno emprendedor por medio de una investigación de mercado que brindara los datos necesarios.

Se establece la creación de un documento escrito con un contenido especial el cual va enfocado la investigación y que se ira desarrollando paso a paso con información que se

recopile de teóricos, internet y del entorno natural en el cual se desarrolla el emprendimiento.

## Ilustración 9 Estructura de la investigación de caracterización

Contenido	
1. Introducción .....	3
2. Planteamiento del problema.....	4
3. Objetivos de Investigación.....	9
4. Justificación .....	10
5. Marco Antecedentes.....	11
6. Marco teórico.....	16
7. Metodología .....	20
7.1 Herramientas de Recolección.....	20
7.2 Diseño Muestral .....	21
7.2.1 Población.....	21
7.2.2 Muestra.....	23
8. Requerimientos de Información.....	24
9. Bibliografía.....	26

**9.1. ESTABLECER REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN PARA DETERMINAR LO QUE SE REQUIERE INVESTIGAR ESPECÍFICAMENTE DE LOS ACTORES DEL ENTONO EMPRENDEDOR**

Para poder abordar la investigación y conocer que información se necesitaba del mercado y que a la vez permitiera saber de las características de los actores del entorno emprendedor, se diseñó el esquema de requerimiento de información, el cual contiene objetivos y los compontes del entorno investigador que dan sustento para responder la pregunta de investigación.

**Ilustración 10 Esquema de requerimiento de información.**



## 10. ACOMPAÑAMIENTO PLAN PADRINO IPA 2023

Para realizar el evento del plan padrino IPA2023 llamado MARKETINK LIVE, se asesoró al pasante Santiago García, en los documentos que se deben tener en cuenta para realizar el informe final, así de cómo debería ser el desarrollo del evento.

Dentro de los documentos necesarios para realizar el informe final se destacan: registro de asistencia al evento, registro de evaluación del evento, listado de empresas apadrinadas y registro fotográfico.

### 10.1. RESULTADOS CUANTITATIVOS MARKETING LIVE 2023

#### Ilustración 11 Actividad espectadores Marketing Live

CARACTERIZACION DE LA POBLACION BENEFICIADA					
ESTUDIANTES	GRADUADOS	ADMINISTRATIVOS	DOCENTES	COMUNIDAD	TOTAL
69	1	0	2	3	75

La asistencia al evento de presentación de los planes estratégicos de mercador realizado a las empresas apadrinadas tuvo una participación mayormente de estudiantes de los diversos semestres de la universidad e Cundinamarca seccional Girardot, dejando ver la intención de estos en participar en este tipo de eventos y entender de qué forma se puede impactar la comunidad empresarial se interrelaciona con la universidad.

**Ilustración 12 Evidencia asistencia Marketing Live 2023**



## **11. REALIZAR IMPACTO DEL PROGRAMA PLAN PADRINO DE ISU DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SECCIONAL GIRARDOT**

Se definen los objetivos específicos y generales para conocer el impacto generado en el programa plan padrino del área de ISU de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot.

### **11.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar el impacto generado en las empresas apadrinadas en el programa plan padrina del área de ISU de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot.

#### **11.1.1. Objetivos Específicos**

- Involucrar las áreas pertinentes que requieran información específica del impacto del programa y conocer dichos requerimientos.
- Diseñar metodología de recolección de información.
- Aplicar la metodología seleccionada a las empresas asesoradas

## 11.2. IMPACTO CUALITATIVO IMPACTO DEL PROGRAMA PLAN PADRINO

**Ilustración 13 Empresas seleccionadas para aplicar encuesta de impacto plan padrino**

Información Empresas				
Nombre Empresa	Actividad Económica	Contacto Persona	Contacto Telefonico	Dirección
Mas que arepas	Restaurante	Yohana Jaramillo	3118440835	calle 34 7-1089 caños del norte
Escuela musical portá voz	Cultura	Yurani Figueroa	3232469101	cra 4 8-81 puertomontero
Segura Publicidad	Publicidad	Edgar Segura	3108516192	Mz 5 C 46 Santa Isabel
Sunflower Gdot	Belleza	Angie Acero	3133946675	cil 47 6 b 70 portachuelo
Supermaket los Naranjos	Alimentos		3124269364	cil 40 16 a 42 san fernado

**Ilustración 14 Evidencia recolección y aplicación de encuesta impacto plan padrino.**



### 11.3. OBSERVACIONES

#### Análisis de datos Obtenidos

La encuesta aplicada a las empresas que han sido asesoradas en diferentes semestres del programa plan padrino permitió obtener La siguiente información:

- El 80% de las empresas han visto de manera positiva el impacto del programa, aunque un 20% de estas mencionan que es negativo, esta percepción no está asociada a todo el plan en general.
- plan padrino del ISU, se recomienda El plan padrino genera unos impactos esperados en las empresas de los cuales se destacan y encontrados en la recolección de la información en mayor participación los factores de posicionamiento en el mercado y desarrollo interno de la organización.
- El 80% de los encuestados afirman que han puesto en marcha las estrategias entregadas por el plan padrino y un 40% solo lo ha realizado de manera parcial, en el trabajo realizado se puede evidenciar que la causa para que las estrategias no se lleven a cabo al 100% radican principalmente en que suelen ser muy extensas y la propuesta no se focaliza en un área específica y que carecen de un plan basado en el tiempo para ser aplicado.
- El 100 % de las empresas encuestadas están dispuestas a participar de nuevo en programas que adelante ISU, esto denota que no son apáticas a los beneficios que

puede aportar el área y dan una calificación promedia del plan padrino.

#### **11.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Para generar un mayor impacto en el programa plan padrino del ISU, se recomienda que este contenga un plan de seguimiento realizado por los mismos estudiantes del núcleo temático gerencia de mercado, en donde el principal objetivo se base en el acompañamiento continuo de la puesta en marcha del plan estratégico de mercadeo, este seguimiento se debería contemplar en el semestre siguiente a la entrega del plan estratégico.

## **12. RECURSOS**

### **12.1. RECURSOS HUMANOS**

#### **12.1.1. Líder proceso**

Omar Giovanni Quijano

#### **12.1.2. Docentes proceso**

Juan Andrés Godoy Ramírez

Diego Armando Castro Munar

#### **12.1.3. Pasante del proceso**

Luis Alexis Cerquera Horta

### **12.2. RECURSOS MATERIALES**

Computador

Celular

Impresora

### **12.3. RECURSOS INSTITUCIONALES**

Correo Institucional

Microsoft Teams

Plataforma Institucional

Libros y Documentos

#### **12.4. RECURSOS FINANCIEROS**

Servicio de energía

Servicio de internet

Transporte

### **13. PRESUPUESTO**

**Tabla 10 Presupuestos**

Servicio de energía	\$ 60.000
Servicio de Internet	\$80.000
Computador	\$1.030.000
Impresora	\$50.000
Celular	\$910.000
Trasporte	\$200.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.430.000</b>

## 14. CRONOGRAMA

**Tabla 11 Calendario Académico IIPA 2022**

Actividad	Agosto 2022-2	Septiembre 2022	Octubre 2022-	Noviembre 2022-
Inicio Pasantías	24			
Reunión de inducción con pasantes		29		
Presentación Propuesta de Pasantías		5		
Aprobación Propuestas de Pasantías		15		
1 webinar palataformas de pago y su impacto en el efectivo			11	
2. webinar fidelizacion clientes				4
Apoyo expo ucundinamarca			10	
Celebracion 30años de la ucundinamarca				15
Presentación primer informe mensual			5	
Reunión Operativa Mensual de Pasantes				18
Plogging				4
Plan padrino Marketing Fest 2.0- 2022				18
3. webinar tendencias del turismo en el entorno emprendedor				
Presentación Segundo informe mensual				1
Reunión mensual con docentes de seguimiento				29

**Tabla 12 Calendario Académico IPA 2023**

Actividad	Agosto 2022-2	Septiembre 2022	Octubre 2022-	Noviembre 2022-	Febrero 1-2023	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Inicio Pasantías	24									
Reunión de inducción con pasantes		29								
Presentación Propuesta de Pasantías		5								
Aprobación Propuestas de Pasantías		15								
1 webinar palataformas de pago y su impacto en el efectivo			11							
2. webinar fidelizacion clientes				4						
Apoyo expo ucundinamarca			10							
Celebracion 30años de la ucundinamarca				15						
Presentación primer informe mensual			5							
Reunión Operativa Mensual de Pasantes				18					8	
Plogging				4						
Plan padrino Marketing Fest 2.0- 2022				18						
3. webinar tendencias del turismo en el entorno emprendedor								12		
Presentación Segundo informe mensual				1	29					19
Reunión mensual con docentes de seguimiento										
Caracterización entorno emprendedor						2				
4. webinar importancia de la investigación									11	
Marketing Live									19	
Impacto del programa plan padrino									20	
Presentación Tercer informe mensual										1
Presentación Informe Final (quienes culminan proceso)										1
Reunión mensual de seguimiento pasantes										3
Sustentaciones										9
Reporte de horas cumplidas										10
Fin proceso vigencia pasantías 2023-1										10

## BIBLIOGRAFIA

CITGO. (S.F.). HISTORIA Y DOCUMENTACIÓN CITGO. OBTENIDO DE HISTORIA Y DOCUMENTACIÓN CITGO.

UNIVERSITARIA, D. I. (2019). POLÍTICAS INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA. OBTENIDO DE POLÍTICAS INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA: [HTTPS://WWW.UCUNDINAMARCA.EDU.CO/DOCUMENTS/NORMATIVIDAD/ACUERDOS\\_SUPERIOR/2019/014-4.PDF](https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/normatividad/acuerdos_superior/2019/014-4.pdf)

WEBMASTER. (JUEVES 21 DE JULIO DE 2016). UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA. OBTENIDO DE UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA: [HTTPS://WWW.UCUNDINAMARCA.EDU.CO/INDEX.PHP/COMPONENT/K2/ITEMLIST/CATEGORY/29- INSTITUCIÓN](https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/component/k2/itemlist/category/29-institucion)

## 15. ANEXO

Ilustración 15 Flyers Plataformas Alternativas de Pago



Ilustración 16 Flyers ¿Cómo Fidelizar a los Clientes?



Ilustración 17 Flyers Plogging



Ilustración 18 Flyers Marketing 2.0



Ilustración 19 Flyers Tendencias en Turismo

Logo: UDEC UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

Logo: 30

Logo: ISU Dialogand

Webinar  
**TENDENCIAS EN TURISMO**  
en el entorno emprendedor

Matias de Escalada  
U. Nacional de Salta (Argentina)

Mauricio Arciniegas  
Coordinador Tandem Xielo Sky Dive

Oscar Forero  
Lider Turístico Cortuzibe

Saudy Giovanna Niño  
U. Píota de Colombia

Miércoles  
**12** de abril

Transmisión Hora:  
**6:00** PM

Facebook Live  
Fanpage @ucundinamarcaoficial

¡Te esperamos!

Vigilata Motivación  
www.ucundinamarca.edu.co

Ilustración 20 Flyers La Investigación En el Desarrollo Empresarial

Logo: UDEC UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

Logo: 30

Logo: UB Universidad de Bogotá

Logo: ISU Dialogand

¿Sabías que la investigación te puede ayudar a potenciar tu negocio?

Webinar  
**LA INVESTIGACIÓN**  
en el desarrollo empresarial

Carlos Herrera  
Tecnológico de Mérida (México)

Jorge David Barrera  
Universidad de Boyacá (Colombia)

Dario Benavides  
Universidad de Cundinamarca (Colombia)

Jueves  
**11** de mayo

Transmisión Hora:  
**6:00** PM

Facebook Live  
Fanpage @ucundinamarcaoficial

¡Te esperamos!

Vigilata Motivación  
www.ucundinamarca.edu.co

Ilustración 21 Flyers Marketing Live





---

**Juan Andrés Godoy**

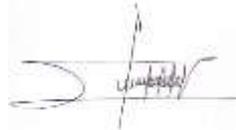
**Docente Líder proceso**



---

**Luis Carlos Salcedo**

**Docente seguimiento proceso**



---

**Luis Alexis Cerquera**

**Pasante**