

Gestión Asistencial Para La Definición, Consolidación Y Ejecución De Estrategias De Apoyo Y Acompañamiento A Emprendedores De La Ciudad De Girardot Desde La Interacción Social Universitaria Del Programa Administración De Empresas De La Universidad De Cundinamarca Seccional Girardot

Brayan Santiago Mendoza Aldana

Universidad De Cundinamarca
Facultad De Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables
Administración De Empresas
Seccional Girardot
Año 2023

Gestión Asistencial Para La Definición, Consolidación Y Ejecución De Estrategias De Apoyo Y Acompañamiento A Emprendedores De La Ciudad De Girardot Desde La Interacción Social Universitaria Del Programa Administración De Empresas De La Universidad De Cundinamarca Seccional Girardot

Brayan Santiago Mendoza Aldana

Omar Giovanni Quijano

Magister En Mercadeo Global

Coordinador De La Unidad De Emprendimiento E Innovación

Universidad De Cundinamarca

Facultad De Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables

Administración De Empresas

Seccional Girardot

Año 2023

Contenido

Titulo.....	5
Objetivos generales y específicos	6
Objetivo general	6
Objetivos específicos.....	6
Justificación	7
Presentación de la empresa.....	8
Desarrollo del objetivo 1.....	11
Asesoría al emprendimiento TRAVELS TURISMO NATIONAL	11
Asesoría a la empresa droguería veterinaria Gold.....	12
Desarrollo del objetivo 3.....	14
Taller con estudiantes de 3 semestre de administración de empresas de la u Cundinamarca, para abordar la metodología desing thinking en la creación de soluciones a problemáticas del entorno.....	14
Desayuno con empresarios y graduados: retroalimentación hacia la universidad.	23
Observaciones	23
Planificación de los eventos que se realizaran en la expo u Cundinamarca.....	26
Resultados cuantitativos	30
Conferencia de Andrés Cajiao	32
Conversatorio trans local empresarios y estudiantes	41
Creación y divulgación de contenido publicitario para los diferentes eventos de la universidad	49
Webinar fidelización de clientes	53
Webinar plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo.....	66
Brindar apoyo al líder del proceso de interacción social universitaria	78
Guía para potencializar tu emprendimiento.....	84
Guía general para emprender	88

Crear y difundir piezas publicitarias para el Isu	94
Reunión sobre informe de gestión ruam.....	96
Encuentro con diferentes entidades institucionales para la creación del observatorio.....	106
Crear y difundir piezas publicitarias por las redes sociales de la universidad para incentivar y promover diferentes actividades de isu	113
Reunión sobre la explicación y divulgación del centro de estudios regionales y urbanos para la sostenibilidad (cerus)	118
Reunión sobre la política nacional de mercados verdes, el programa nacional de biodiversidad, la misión crecimiento verde y el plan de negocio verdes 2022-2030	125
Crear y difundir piezas publicitarias por las redes sociales de la universidad para incentivar y promover diferentes actividades de isu	146
Realización de encuesta a empresarios del sector asignado por el docente líder	146
Recursos.....	149
Recursos humanos.....	149
Recursos materiales.....	149
Recursos institucionales.....	149
Recursos financieros	149
Presupuesto.....	150
Cronograma.....	151
Bibliografía.....	153
Anexos.....	154

Titulo

Gestión Asistencial Para La Definición, Consolidación Y Ejecución De Estrategias De Apoyo Y Acompañamiento A Emprendedores De La Ciudad De Girardot Desde La Interacción Social Universitaria Del Programa Administración De Empresas De La Universidad De Cundinamarca Seccional Girardot.

MACROPROCESO: Misional

PROCESO: Interacción Social Universitaria

PROGRAMA: Administración De Empresas

TEMA: Gestión Asistencial Para La Definición, Consolidación Y Ejecución De Estrategias De Apoyo Y Acompañamiento A Emprendedores De La Ciudad De Girardot Desde La Interacción Social Universitaria Del Programa Administración De Empresas De La Universidad De Cundinamarca Seccional Girardot.

Objetivos generales y específicos

Objetivo general

Gestionar y acompañar al proceso de interacción social universitaria del programa administración de empresas de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot en el desarrollo de actividades propuestas por el docente líder por medio de escenarios, plataformas virtuales de la universidad y de forma presencial.

Objetivos específicos

1. Brindar apoyo a los diferentes eventos que se realicen a través del proceso de interacción social universitaria por medio virtual y presencial
2. Apoyar en la logística de diferentes encuentros de la universidad con empresarios de Girardot y la región mediante reuniones, foros, capacitaciones, asesorías y talleres.
3. Elaboración de diferentes propuestas graficas que ayuden al proceso de interacción social universitaria
4. Desarrollar diferentes actas que evidencien las actividades realizadas por el proceso de interacción social universitaria

Justificación

Durante el proceso que se maneja en las pasantías, específicamente en la interacción social universitaria se busca fomentar la responsabilidad con valores, el empeño a todas las actividades propuestas para que el pasante se forme de una manera profesional íntegro, adaptándose a todas las situaciones que se nos puedan presentar en la vida, dentro de este proceso de formación y aprendizaje, se implementarán todos los conocimientos aprendidos durante el tiempo de aprendizaje del programa administración de empresas

Lo que se propone en este proceso de prácticas es experimentar y evidenciar experiencias e ideas para el pasante, participando en actividades de capacitación que beneficien a la comunidad, incentivar y promover mediante diferentes medios divulgativos las actividades para la comunidad universitaria, incluyendo a toda la que forme parte del proceso formativo (estudiantes, docentes), supervisando al profesor Omar Giovanni Quijano en el desarrollo de las actividades ya mencionadas, para cumplir estos objetivos. Con esto se apoyará al pasante y con su contribución en estrategias que fortalezcan la interacción social universitaria mediante la asignación de funciones y la adquisición de responsabilidades.

Presentación de la empresa

Nuestra Universidad se caracteriza por ser una organización social de conocimiento, democrática, autónoma, formadora, agente de la transmodernidad que incorpora los consensos mundiales de la humanidad y las buenas prácticas de gobernanza universitaria, cuya calidad se genera desde los procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación e innovación, e interacción universitaria.

La reconstrucción de la memoria histórica de la U Cundinamarca, desde su fundación y los diferentes momentos que reflejan su capacidad de adaptación a los cambios sociales y al desarrollo de la región hasta hoy, manifiesta su necesidad de trascender a otros espacios acordes con la modernidad y la dinámica propia de una institución generadora de conocimiento, características que se adecúan a este momento histórico

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).

La Dirección de Interacción Social de la Universidad de Cundinamarca (ISU), articula la ciencia, la tecnología y la innovación, con los procesos de formación, aprendizaje y el diálogo con el mundo.

Cómo parte de la esencia misional de la U Cundinamarca, la dirección ISU impulsa la transformación positiva de comunidades, territorios y organizaciones privadas y del sector público, mediante el desarrollo de acciones socialmente responsables.

La interacción Social Universitaria es una función que se articula con la ciencia, la tecnología y la innovación, con los procesos de formación-aprendizaje y la interacción social. Tiene como finalidad la realización de ejercicios permanentes de producción, construcción y transferencia de conocimiento y cultura que permita la integración, el encuentro y el diálogo con la comunidad y la sociedad en la creación de soluciones que aporten a las políticas nacionales y contribuyan a la comprensión y transformación de la realidad social, local, regional y nacional.

Interacción Social es la manera como U Cundinamarca ha hecho una relectura de la función sustantiva de la Extensión universitaria, en donde la institución, en lugar de adoptar una postura hegemónica, pretendiendo *extender* el conocimiento hacia las comunidades, facilita con estos agentes, un diálogo de saberes. Es un engranaje que contribuye en la dinamización de las dimensiones del MEDIT.

La Interacción Social Universitaria que se desarrolla en la Universidad de Cundinamarca busca reencontrar y reconstruir las redes y tejidos que permitan conectarse de manera directa con la sociedad concreta, aquella de carne y hueso que resuena en todos los discursos sobre “Universidad y Sociedad”. En ese contexto, los impactos de la Formación de los procesos de Interacción Social Universitaria, hacen que cada proceso formativo genere impactos directos sobre los estudiantes y su entorno, en tal sentido, aspectos como el modelo educativo, la propuesta curricular, la ruta de aprendizaje, los planes de aprendizaje y toda actividad de la interacción profesor–alumno, no es un acto que finaliza con la evaluación del conocimiento; también influye en el tipo de ser humano que se desenvuelve con una escala de valores en el ámbito personal, ciudadano y planetario.

La interacción social universitaria promueve la divulgación, construcción y transferencia de conocimientos que atiendan las necesidades del entorno acorde a los nuevos desarrollos y exigencias a través de servicios académicos, (Investigación Social, transferencia de productos en Ciencia, Tecnología e Innovación, eventos culturales, asesorías, pasantías, voluntariado, consultoría, Educación Continuada) acorde a los desafíos que demanda la sociedad para su desarrollo y productividad, generando nuevas posibilidades de aprendizaje para satisfacer necesidades puntuales de la comunidad.

La Universidad de Cundinamarca seccional Girardot a través de la interacción social universitaria cuyo objetivo principal es apoyar a la comunidad externa e interna de la universidad en el proceso de su creación y sostenibilidad en los emprendimientos de Girardot realiza diferentes actividades institucionales como creación y di función de diferentes eventos que ayudan a que la comunidad se involucre más con las institución, estos eventos se realizan atreves de medios oficiales e instalaciones de la universidad en donde se realizan diferentes webinars, conferencias y cursos de educación de calidad, también en el proceso de interacción social universitaria se brindan herramientas al emprendedor como los apadrinamientos empresariales y asesorías en donde el empresario puede despejar sus dudas para fortalecer sus ideas y brindarle herramientas como creación de piezas publicitarias para que puedan fortalecer su área comercial.

Realización de espacios de asesorías virtuales o presenciales para estudiantes, emprendedores y microempresarios de la región según necesidades evidenciadas en proyectos de investigación de la facultad. Objetivos planteados para las pasantías, incluyendo indicadores de medición

Desarrollo del objetivo 1

Asesoría al emprendimiento TRAVELS TURISMO NATIONAL

La interacción social universitaria el día 21 de septiembre del 2022 se contactó con el estudiante BRYAN STEVEEN RUBIO ARIAS quien es estudiante de la universidad de Cundinamarca, cuyo objetivo fue reforzar su idea de negocio “TRAVELS TURISMO NATIONA” en donde se brindó un espacio para despejar dudas y reforzar diferentes herramientas que ayudaran a que su idea de negocio se consolide mejor, se tocaron temas como el marketing digital, análisis del entorno, requisitos para la estructuración de la empresa y herramientas diversas como CANVAS para impulsar su marketing, en este proceso se realizó la inscripción al CITGO, se creó la cuenta pertinente del empresario a la plataforma CANVA, se mostraron herramientas que le ayudaran a estructurar su empresa, y se brindó una capacitación para el manejo de las plataformas digitales

Figura. Evidencia Fotográfica.

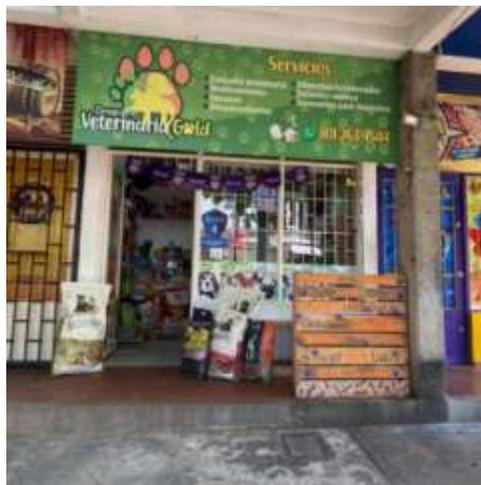


Desarrollo del objetivo 2

Asesoría a la empresa droguería veterinaria Gold

La interacción social universitaria el día 14 de agosto del 2022 le brindo un espacio al empresario EDWARD ANDRES BAUTISTA CRUZ quien es dueño y gerente de la empresa DROGUERIA VETERINARIA GOLD ubicada en el local 3 del condominio parque centrar ubicado en el Kennedy de la ciudad de Girardot Cundinamarca, en esta asesoría se capacito al empresario sobre procesos de marketing, brindándole herramientas que potencialicen sus ingresos económicos, durante el proceso de asesoría el empresario pudo aclarar dudas sobre la reestructuración de estrategias de marketing encontrando nuevas formas de impulsar su negocio

Figura. Evidencia Fotográfica.



La imagen anterior es una fotografía de la fachada del negocio del empresario

INFORMES INTERACCION SOCICAL UNIVERSITARIA "ASERORIAS, AGOSTO 2022".

ASESORIA A DROGUERÍA VETERINARIA GOLD

1. INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE DEL EVENTO: ASESORIA A EMPRESARIO-EDWARD ANDERS BAUTISTA CRUZ

EDUCACIÓN CONTINUADA: _____ **PROYECCIÓN SOCIAL:** INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA

PROGRAMA ACADÉMICO: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES

SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN: SECCIONAL GIRARDOT

DOCENTE RESPONSABLE DEL EVENTO: OMAR GUIOVANNI QUIJANO, LEYDI LAURA DAZA POVEDA, JUAN ANDRES GODOY RAMIREZ

CELULAR: 3203023935 **CORREO ELECTRÓNICO:** GQUIJANOO@UCUNDINAMARCA.EDU.CO

DIRIGIDO A: PRESIDENTE DE DROGUERÍA VETERINARIA GOLD

INTENSIDAD HORARIA: 2 HORAS

FECHA DE INICIO: 24-08-2022 **FECHA DE FINALIZACIÓN:** 24-08-2022

LUGAR DE EJECUCIÓN: BLOQUE ACADEMICO

NÚMERO DE PERSONAS A CERTIFICAR: NINGUNA

NÚMERO DE PARTICIPANTES: BRAYAN SANTIAGO MENDOZA ALDANA, EDWARD ANDERS BAUTISTA CRUZ, OMAR GUIOVANNI QUIJANO, LEYDI LAURA DAZA POVEDA, JUAN ANDRES GODOY RAMIREZ

La anterior imagen es un pantallazo del formato realizado ante la asesoría mencionada anteriormente

Desarrollo del objetivo 3

Taller con estudiantes de 3 semestre de administración de empresas de la u Cundinamarca, para abordar la metodología desing thinking en la creación de soluciones a problemáticas del entorno

La interacción social universitaria junto con el líder del proceso realizaron el 13 de septiembre del 2022 el taller Design thinking – Base Para Crear La Cultura Emprendedora, donde se profundizo en brindarle a las personas una perspectiva totalmente diferente frente al surgimiento de ideas para un negocio, brindando técnicas para la creación y consolidación de una propuesta empresarial a partir de una lluvia de ideas por parte de los estudiantes, es este taller se ha aportado una experiencia muy gratificante para los estudiantes ya que refuerza el desarrollo de nuevas ideas de negocio, en este taller se obtuvo la participación de 29 estudiantes, quienes plantearon ideas y soluciones a problemas puntuales rigiéndose bajo una metodologías profesionales

Figura. Evidencia Fotográfica.

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTO 8 DE INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VIGENCIA: 2020-06-08 PAGINA: 1 de 10

16.

Girardot, 2022-20-09.

INFORME RESUMEN DE TALLERES DESIGN THINKING

1. INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE DEL EVENTO: RESUMEN DE TALLERES DESIGN THINKING

EDUCACIÓN CONTINUADA: _____ PROYECCIÓN SOCIAL: X

PROGRAMA ACADÉMICO: ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

FACULTAD: CIENCIA ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN: GIRARDOT

DOCENTE RESPONSABLE DEL EVENTO: OMAR GIOVANNI QUIJANO

CELULAR: 3203023935

CORREO ELECTRÓNICO: gquijano@ucundinamarca.edu.co

DIRIGIDO A: Estudiantes de colegios, estudiantes de la Universidad de Cundinamarca, docentes, administrativos, egresados y comunidad en general.

INTENSIDAD HORARIA: 8 Horas

FECHA DE INICIO: 13 de Septiembre 2022 FECHA DE FINALIZACIÓN: 13 de Septiembre 2022.

LUGAR DE EJECUCIÓN: SALA 207 - UCUNDINAMARCA

NÚMERO DE PERSONAS A CERTIFICAR: N/A

NÚMERO DE PARTICIPANTES: 29 Personas

Diagonal 18 No. 20-29 Pasajasegá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 01 8000180454
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VIGENCIA: 2020-08-08 PAGINA: 2 de 10

2. JUSTIFICACION

Este evento se realiza en el marco de la Cultura emprendedora y fortalecer el conocimiento en emprendimiento, para integrar la participación de la comunidad universitaria con estudiantes y emprendedores, cuál ha sido el proceso en Girardot y la región, integrando la política ISU como impacto de la Ucuandamarca en el departamento de Cundinamarca.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

En los talleres de Design Thinking que se realizaron para el 3 semestre de administración de empresas de la Seccional Girardot y externos en los cuales podremos hablar a continuación de cada uno de ellos:

- **Taller de Design Thinking – Base Para Crear La Cultura Emprendedora Noche**

El evento se realizó el día 13 de septiembre 2022 con la participación de los estudiantes de 3er semestre Noche de Administración de empresas de la seccional Girardot donde el Design Thinking ha aplicado las experiencias que tiene todas las ideas de los proyectos de innovación y los métodos del diseño así construir las necesidades que tienen los usuarios para así se crea valor para el cliente para tener una oportunidad en el mercado. Enfócate en la resolución de problemas a través de la investigación, la observación y la innovación; el pensamiento de diseño tiene cinco etapas, también conocido como ciclo del diseño, que tiene como objetivo definir tus hábitos para que la empresa pueda poner en práctica tus ideas o tu propio negocio,

Diagonal 18 No. 20-29 Pasasasagá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.082-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2020-08-08
		PÁGINA: 3 de 10

lo que te permite formular Usted La propuesta de valor y evaluación de mercado de la empresa, que incluye: comprensión, definición, diseño, prototipado, testeo; buscando estimular la cooperación creativa, rompiendo el análisis de ideas, con el fin de producir opciones innovadoras para resolver problemas o mejorar la situación.

El Design Thinking es una visión que nos permite resolver problemas y resolver problemas a través de diferentes combinaciones de análisis y pensamiento creativo a través de diversas técnicas creativas, lo que nos permite pensar fuera del paradigma, aportar ideas desde métodos destructivos y resolver problemas Insights previos. La alianza entre Design Thinking y Branding, que ponen sus necesidades, deseos y gustos en el centro del evento.

4. TAREAS REALIZADAS

Para cada taller durante la semana anterior al evento, se promovió fuertemente a través de las redes sociales de la UCundinamarca seccional Girardot (Facebook e Instagram), con el apoyo del poster oficial para la publicidad del evento, con toda la información correspondiente para la inscripción y asistencia al taller, con el objetivo lograr una buena audiencia y participación. Una vez llegada la fecha y hora del evento, se hizo el en vivo presencial, se inicia con la bienvenida al evento por parte de una estudiante al coordinador del programa de administración de empresas el docente Laurentino Carranza, luego a los docentes ponentes Giovanni Quijano y Juan Godoy, quienes fueron los encargados de realizar la presentación de la metodología y las actividades a desarrollarse durante el evento.

Diagonal 18 No. 20-29 Pasagasaquí – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 01 8000180454
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VIGENCIA: 2020-06-08
		PAGINA: 4 de 10

Así mismos el permitir que los estudiantes conozcan y trabajen una de las mejores metodologías para el desarrollo de las ideas, productos y solución a problemas puntuales de su entorno teniendo como base los clientes o usuarios. El encargado del evento como moderador fue el docente Guiovanni Quijano, con el apoyo del experto invitado Javier Díaz, hizo su presentación y colaboro en la realización del taller aportando sus apreciativas y conocimientos del tema.

5. IMPACTOS (Cualitativos)

Taller de Design Thinking Base Para Crear La Cultura Emprendedora Día y Noche donde obtuvo un impacto de 29 personas de la comunidad académica que desarrollaron la metodología, plantearon ideas y soluciones a problemas puntuales y la experiencia de conocer estas nuevas metodologías para sus trabajos profesionales o emprendimientos.

6. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA					
ESTUDIANTES	GRADUADOS	ADMINISTRATIVOS	DOCENTES	COMUNIDAD	TOTAL
28	0	0	1	0	29

7. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA

Diagonal 18 No. 20-29 PasajeSegún - Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281485 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.880.082-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTO 8 DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2020-08-08
		PAGINA: 5 de 10

Estudiantes de diferentes sedes y semestres del programa de Administración de Empresas, docentes, administrativos y egresados de la Universidad de Cundinamarca, y comunidad en general como emprendedores interesados en la generación de ideas y desarrollo de técnicas para la identificación de nuevas necesidades y los estudiantes de la universidad de Cundinamarca de tercer semestre del programa de administración de empresas junto con un invitado para el taller de Design Thinking con gran actitud de aprender y adquirir conocimientos nuevos para su formación académica.

8. OBSERVACIONES

El taller de Desing Thinking tiene como objetivo determinar las habilidades de las ideas de los proyectos de innovación y los métodos del diseño aplicados en clase teniendo en cuenta las cinco fases que son: Entender, Definir, Idear, Prototipar, Experimentar. La clase del taller Desing Thinking nos aporta en la vida es implementar y verificar un dificultad actual, personal para buscar una solución y es muy importante contar con espacios que promuevan el desarrollo de técnicas para generación de ideas y la identificación de las necesidades que se presentan en el entorno. De igual forma, se destaca el trabajo realizado por el equipo de interacción social universitaria ISU UCundinamarca seccional Girardot, en la planificación, promoción y realización del Taller Design Thinking.

9. ANEXOS

Diagonal 18 No. 20-29 Pasajesepá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 820 1483 Línea Gratuita: 018000180454
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2020-08-08 PÁGINA: 8 de 18

- *Evidencias del Taller de Design Thinking – Base Para Crear La Cultura Emprendedora Noche*



Diagonal 10 No. 20-29 Pasaje 66 – Cundinamarca
 Teléfono: (001) 820 1483 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.cundinamarca.edu.co E-mail: info@cundinamarca.edu.co
 NIT: 830.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VIGENCIA: 2020-06-06
		PAGINA: 7 de 10



Diagonal 18 No. 20-39 Pasajesequí – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8261485 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890 880 092-3

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad.
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional.

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO DE GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2020-06-08 PAGINA: 8 de 10



Diagonal 18 No. 20-25 Pasajapagá – Cundinamarca
 Teléfono: (061) 8281483 Línea Gratuita: 01.8000180414
www.undinamarca.edu.co E-mail: info@undinamarca.edu.co
 NIT: 830.880.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando al Portal Institucional

Desayuno con empresarios y graduados: retroalimentación hacia la universidad.

Este evento se realizó el 12 de septiembre del 2022 para generar un impacto social en la comunidad universitaria, articulando emprendedores de Girardot para fortalecer esa comunicación a la academia, contactando a empresarios de la región fomentando una participación activa donde expresaban sus opiniones y dudas, en esta actividad se resaltó la importancia de la administración de empresas y el impacto que genera en Girardot.

Observaciones

- Se realiza una evidencia de la experiencia que obtuvieron los empresarios al momento de expresar sus puntos de vista
- En el evento realizado se evidencio una alta participación y aceptación por los empresarios de la región
- Los pares académicos tocaron temas de forma entendible y práctica.
- El evento que se realizó conto con un amplio fórum de emprendedores
- Los empresarios expresan que los estudiantes salen sin experiencias que ayuden a fortalecer su formación académica
- Vincular diferentes entidades del estado con demás instituciones como la cámara de comercio con la universidad de Cundinamarca
- Realizar reuniones más consecutivas

Figura. Evidencia Fotográfica.





Planificación de los eventos que se realizaran en la expo u Cundinamarca

Mediante diferentes medios divulgativos y a través de la voz a voz se inicia la convocatoria a los estudiantes y la comunidad en general a la participación de la feria empresarial de la Expo U Cundinamarca de la universidad de Girardot, en donde se contactan diferentes emprendedores para la definición y planificación del evento, se adjunta fotografía de reuniones establecidas

Figura. Evidencia Fotográfica





Figura. Evidencia Fotográfica

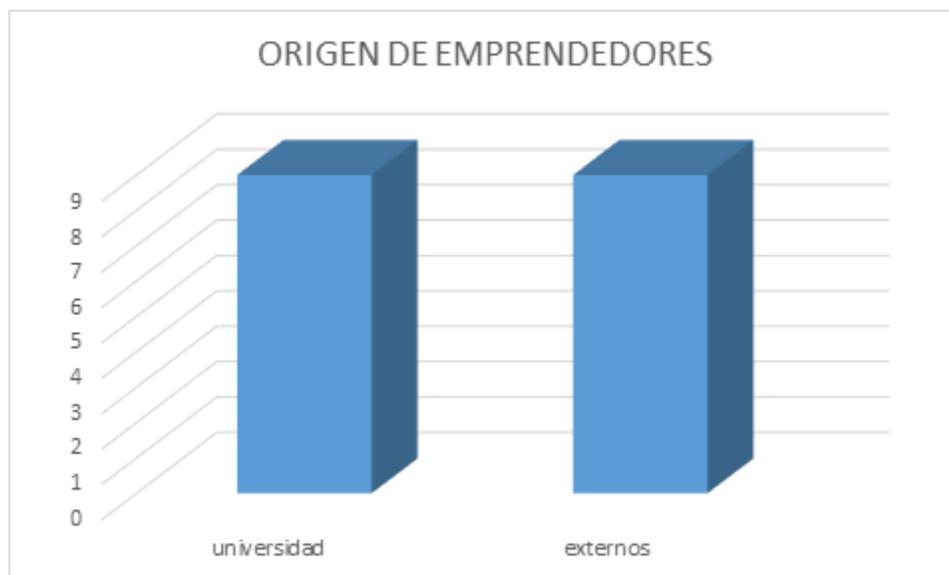




Resultados cuantitativos

En las siguientes gráficas que usted vera a continuación podrá evidenciar el origen de los emprendedores, es decir, si los emprendedores perteneces a la comunidad universitaria o si son emprendedores de la región, el comparativo del número de eventos realizados entre el año 2021 al 2022 y el nivel de satisfacción de los espectadores hacia el evento.

Numero de emprendedores que pertenecen a la universidad y al exterior



Comparativo del número de eventos realizados entre el año 2021 y el 2023



Encuentra de satisfacción del usuario ¿recomendarías este evento?



Conferencia de Andrés Cajiao

La conferencia de ANDRES CAJIAO cofundador de torre.com entrego un gran aporte al conocimiento de la comunidad universitaria, en donde se abordaron temas como: la posibilidad de unir talentos de diferentes partes del mundo de manera innovadora a través del uso de plataformas digitales que nos ayuden a compartir experiencias y establecer fuertes vínculos comerciales para nuestro emprendimiento se intercambiaron ideas y se despejaron dudas a la comunidad, se realiza la asistencia logística para poder realizar el evento

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PÁGINA: 1 de 11

16.

Girardot 2022-10-19

**INFORME DE LOS RESULTADOS Y EXPERIENCIAS ACADÉMICAS
DESARROLLADAS EN EL MES DE OCTUBRE PARA EL PROYECTO DE
INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA EN LA ESTRATEGIA Conferencia
Andrés Cajiao”.**

1. INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE DE LOS EVENTOS: Conferencia Andrés Cajiao

EDUCACIÓN CONTINUADA: ____ **PROYECCIÓN SOCIAL:** X

PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de Empresas

FACULTAD: Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN: Girardot

DOCENTE RESPONSABLE DEL EVENTO: Omar Giovanni Quijano, Juan Andrés Godoy Ramírez y Leidy Laura Daza

CELULAR: 3202023935- 3046024486- 3194075881

CORREO ELECTRÓNICO: gquijano@ucundinamarca.edu.co
juanagodoy@ucundinamarca.edu.co ldaza@ucundinamarca.edu.co

DIRIGIDO A: Empresarios, estudiantes, egresados, personal administrativo y público en general de la región del Alto Magdalena.

INTENSIDAD HORARIA: 2 horas

FECHA DE INICIO: 12 de octubre 2022 **FECHA DE FINALIZACIÓN:** 12 de octubre 2022

LUGAR DE EJECUCIÓN: plataforma TEAM - Auditorio Udec Girardot

NÚMERO DE PERSONAS QUE SE CERTIFICARON: N/A

NÚMERO DE PARTICIPANTES DE LOS EVENTOS: 129

Diagonal 18 No. 20-29 Pasajadegá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8201483 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIU021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PÁGINA: 2 de 11

2. JUSTIFICACIÓN

El mundo laboral cada vez es más asequible, para todos aquellos que estén dispuestos a salir de su estatus QUO, por medio de las diferentes plataformas digitales de generación de empleo presentadas a través de esta charla a toda la comunidad universitaria el área de ISU, pretende disminuir esta brecha que existe entre el mundo laboral y la comunidad, enlazando también experiencias que trae nuestro expositor para motivar al emprendimiento el uso del marketing y la innovación.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

1. Conferencia central con Andrés Cajiao

Andrés Cajiao, cofundador de torre.com. entrega conocimiento respecto a cómo es posible unir talentos de diferentes partes del mundo, de una forma innovadora y en uso de plataformas digitales que tanto están en auge en la actualidad, este emprendimiento y compartir experiencias dado a la trayectoria de emprendimiento. Para toda la comunidad universitaria tiene un impacto positivo pues no solo brinda una oportunidad de empleo si no también genera un

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PÁGINA: 8 de 11

cambio de chip, frente al concepto de la pobreza enmarcada en la pobreza mental como bloqueo de todas las ideas de emprendimiento.

Andrés Cajiao quiso interactuar con la comunidad universitaria que lo estaba escuchando y viendo a través del face live y en el auditorio de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot, por lo cual pidió que las preguntas se realizaran a través de su Instagram, enfocando que la importancia de estas charlas no radica en que el expositor divulgue toda la información que conoce, si no que los participantes tengan la oportunidad de preguntar e interactuar y así sean ellos mismos quienes se lleven la oportunidad de aprendizaje desde sus mismas inquietudes.

El conferencista quien enfatiza en que el talento humano es hoy por hoy una de las herramientas más importantes para potencializar las empresas pero que estas no cuentan con el canal efectivo que les permita conectar esos talentos, tienen la necesidad de hacer alianzas con modelos de negocios que puedan filtrar estos talentos y los alinee a las necesidades de la organización. Son miles las cifras en generación de empleo alrededor del mundo que Andrés Cajiao contempla ha podido por medio de su plataforma interconectar y esto da cuenta que las organizaciones están en constante cambio de sus procesos y que potencializar personas siempre será la mejor manera para que estos cambios no sean perjudiciales para la misma.

Diagonal 18 No. 20-29 Pasajasegú – Cundinamarca
Teléfono: (001) 8281483 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PÁGINA: 4 de 11

4. TAREAS REALIZADAS

Para desarrollar la conferencia durante la semana anterior al evento, se promovió fuertemente a través de las redes sociales de la UCundinamarca seccional Girardot (Facebook e Instagram), con el apoyo del poster oficial para la publicidad del evento, con toda la información correspondiente para la inscripción y asistencia a la charla, con el objetivo lograr una buena audiencia y participación. Una vez llegada la fecha y hora del evento, se hizo el en vivo por team, se inicia con la bienvenida al evento por parte del docente Giovanni Quijano, luego el conferencista Andrés cajo inicia con su conferencia.

Durante el desarrollo de la conferencia se tomaron las asistencias al evento y la evaluación de este, así como estar al tanto de las comunicaciones fueran efectivas y no se perdiera la interacción de los asistentes presenciales, virtuales y el conferencista

5. IMPACTOS (Cualitativos)

La charla central con Andrés cajo tuvo una participación de 129 participantes, destacando el buen resultado de asistentes, así como una positiva participación de la comunidad universitaria como estudiantes y docentes de diferentes sedes, en donde se pudo con la ayuda del conferencista tener una nueva visión de la potencialización de personas y el contacto laboral con en las empresas en la nueva era, y cuales son estas tendencias.

Diagonal 18 No. 20-29 Pasajalepá – Cundinamarca
Teléfono: (001) 8281485 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.880.082-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-18 PÁGINA: 5 de 11

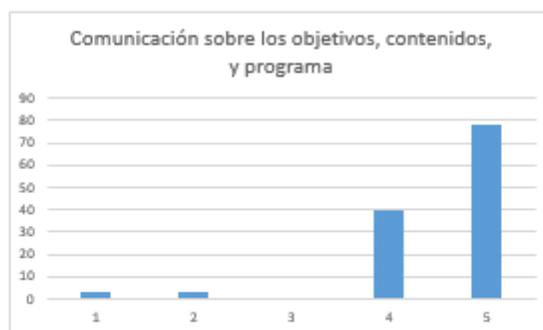
6. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA

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

7. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA

Estudiantes de diferentes sedes y semestres del programa de Administración de Empresas, docentes, administrativos y egresados de la Universidad de Cundinamarca, y comunidad en general como emprendedores interesados en la generación de ideas y desarrollo de técnicas para la identificación de nuevas formas y tendencias de contratación laboral.

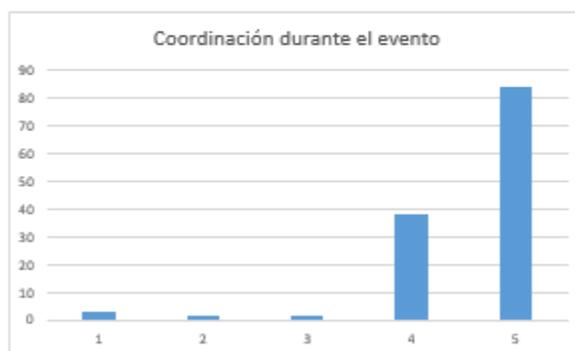
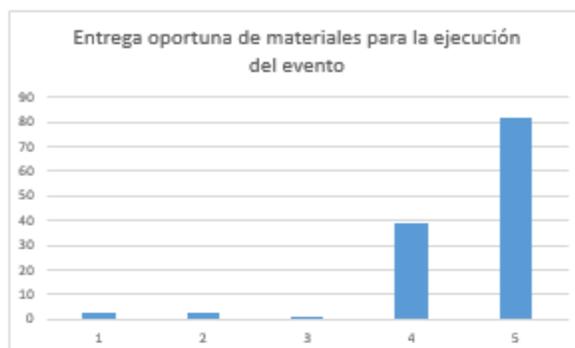
8. Evaluación del evento



Diagonal 18 No. 20-29 Pasajero - Cundinamarca
Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.utecundinamarca.edu.co E-mail: info@utecundinamarca.edu.co
NIT: 890.880.082-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PÁGINA: 6 de 11



9. OBSERVACIONES

La charla central con Andrés cajo tiene como objetivo determinar las nuevas formas de contratación laboral y como por medio de plataformas se pueden relacionar con los trabajadores y las empresas, no solo en el medio local si n

Diagonal 18 No. 20-29 Fesagasagá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8281485 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-98-18 PAGINA: 7 de 11

también migrar a fronteras internacionales, pues hoy en día el internet nos permite llegar más lejos sin movernos físicamente. De igual forma, se destaca el trabajo realizado por el equipo de interacción social universitaria ISU UCundinamarca seccional Girardot, en la planificación, promoción y realización de la charla central con Andrés Cajiao.

Diagonal 18 No. 20-29 Pasajekopé – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8291485 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.880.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

Figura. Evidencia Fotográfica



Conversatorio trans local empresarios y estudiantes

En la semana de la Expo U Cundinamarca se realizó una conferencia en donde se invitaron a diferentes empresarios en la ciudad de Girardot, los cuales nos brindaron su conocimiento y experiencias, ayudando a la comunidad universitaria a tener una percepción diferente a distintas problemáticas que se puedan presentar en una organización empresarial, en esta actividad se coordinó con diferentes empresarios para que asistieran al evento de la Expo Ucundinamarca, se organizó material publicitario para el evento, se adecuo el auditorio para el evento y se coordinó la entrada y salida de la comunidad universitaria.

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUF021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PAGINA: 1 de 6

Girardot, 2022-10 -11.

INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA

1. INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE DEL EVENTO: CONVERSATORIO TRANSLOCAL DE ESTUDIANTES Y EMPRESARIOS

EDUCACIÓN CONTINUADA: _____ PROYECCIÓN SOCIAL: X

PROGRAMA ACADÉMICO: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD: CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN: GIRARDOT

DOCENTE RESPONSABLE DEL EVENTO: OMAR GUIOVANNI QUIJANO –
INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA ISU

CELULAR: 3203023935 CORREO ELECTRÓNICO:
GQUIJANOO@UCUNDINAMARCA.EDU.CO //

INTENSIDAD HORARIA: 2 HORAS

FECHA DE INICIO: 11 de octubre del 2022

FECHA DE FINALIZACIÓN: 11 de octubre del 2022

LUGAR DE EJECUCIÓN: Evento realizado en el auditorio de la Universidad Cundinamarca seccional Girardot

NÚMERO DE PERSONAS A CERTIFICAR: _____

NÚMERO DE PARTICIPANTES:

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUF021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PÁGINA: 2 de 6

2. JUSTIFICACIÓN

Desde esta década, y sumando la llegada de la pandemia y las nuevas posibilidades que se abrieron en distintos campos laborales se ha intensificado el interés por el estudio de las variables que influyen emprendimiento y rendimiento del mismo. Esta actividad se desarrolla en aras de la contribución en el Marco de la Expo Ucundinamarca 2022, con el fin de integrar la participación de la comunidad universitaria con los emprendedores de la región para que de esta manera se pueda dar a conocer a los estudiantes las historias, experiencias, consejo etc. de algunos de los empresarios de la región y que de esta manera de manera presencialmente puedan aportar para esa guía en las ideas de negocio, proyectos o emprendimientos creados por los estudiantes y así mismo sembrar la semilla del emprendimiento en cada uno.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Semana Universitaria Internacional Expo UCundinamarca 2022, organizada por el Campo de Emprendimiento e innovación Digital – CITGO de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Del 10 al 14 de octubre-2022.

Esta conferencia se realizó con empresarios invitados de la ciudad de Girardot, los cuales nos compartieron todos los procesos que pasaron cuando iniciaron su emprendimiento y lo que es ahora unas empresas consolidadas, generadoras de empleo de la ciudad, como fueron sus inicios, que obstáculos presentaron cada uno a lo largo de todo este proceso, fue muy beneficiosa para los estudiantes.

Empresarios invitados:

Luisa Aragón gerente de la cámara de comercio del alto magdalena

Angelica Campos Angelica shops

Estela Ayala Gerente y dueña de Boritex

Olga Lilibiana Rodríguez Gerente EDS Pineda – Terpel Kennedy

Eliú Veru Gerente almacén Felipe

Julian Ardila grupo empresarial Pino

Jefer Valencia de cronch artesanalmente obleas

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.650.082-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUF021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTO DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PAGINA: 3 de 6

4. TAREAS REALIZADAS

-Coordinar con los empresarios asistentes al evento expo U Cundinamarca para realizar el evento de la explicación de su emprendimiento dentro del auditorio de la universidad de Cundinamarca.

- Organizar material publicitario para impulsar el evento
- Realizar llamado a la comunidad estudiantil sobre el evento para que se dirija al auditorio
- Coordinar entrada y registro de los asistentes al evento
- Validación de sonido
- Organización y adecuación del auditorio
- Despedida.

5. PRODUCTOS (Resultados Cuantitativos)

Medición cuantitativa de los resultados (Número de personas, Indicadores, porcentajes, tablas, gráficas, estadísticas, resultados de la evaluación (MIUF015) y comentarios del evento, etc.)

6. IMPACTOS (Cualitativos)

Medición cualitativa de los resultados (Mide las cualidades a través de adjetivos, para esto se implementan herramientas tales como la observación, la entrevista, encuesta, etc.)

Describa los principales aprendizajes obtenidos de la actividad realizada.

7. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA

ESTUDIANTE	CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA				
	GRADUADO	ADMINISTRATIVO	DOCENTE	COMUNIDAD	TOTAL

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8261483 Línea Gratuita: 018000180414
www.cundinamarca.edu.co E-mail: info@cundinamarca.edu.co
NIT: 890.880.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUF021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTO 3 DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PÁGINA: 4 de 5

8. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA

Estudiantes de la Universidad de Cundinamarca, jóvenes emprendedores y público asistente al evento, emprendedores independientes de la región, cámara de comercio de Girardot.

La expo u Cundinamarca llamo todo tipo de público de dentro y fuera de la región, chicos y grandes, así como turistas que arribaron a la universidad, todos y cada uno de ellos tuvieron la oportunidad de empaparse de todas y cada una de las actividades desarrolladas dentro del marco de esta gran exposición emprendedora.

9. OBSERVACIONES

La integración social universitaria ISU organizadora del evento expo Ucundinamarca está comprometida en que los jóvenes universitarios y la comunidad en general se interesan más por el emprendimiento, conozcan y se empapen más sobre los procesos de investigación que llevamos a cabo dentro de la universidad y el acompañamiento que se realiza frente a todos y cada uno de los procesos para la construcción de una idea de negocio.

El evento fue enriquecedor para los asistentes y tuvo un alto impacto para los estudiantes ya que pudieron conocer más sobre los emprendimientos de la región, realizar preguntas a los mismos empresarios sobre inquietudes que se les generan a lo largo del camino emprendedor y como guiar y moldear sus ideas de negocio.

Así como también en ir cultivando ese espíritu emprendedor que buscamos se genere.

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUF021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PÁGINA: 5 de 5

10. CONCLUSIONES

-Al mostrarle a la comunidad estudiantil sobre el emprendimiento, los proyectos e ideas de negocio que tienen los emprendedores se fortalece más el espíritu emprendedor y se despierta el interés por la investigación en el ámbito de su interés para la creación de una idea de negocio.

- Las experiencias vividas por los emprendedores, empresarios, estudiantes y comunidad en general dentro del marco de la expo U Cundinamarca ayudan a enriquecer y afianzar sus conocimientos, así como crear lazos empresariales con otras empresas o personas interesadas en su idea de negocio.

-La expo Ucundinamarca ayudo a que todos y cada uno de los empresarios ampliara su portafolio de clientes y se diera a conocer en la comunidad universitaria y al público en general dentro de la región.



Diagonal 18 No. 20-28 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 6281482 Línea Gratuita: 018000180434
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUF021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTO DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-19
		PÁGINA: 8 de 6

11. ANEXOS



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Diagonal 16 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 6281483 Línea Gratuita: 016000180414
www.cundinamarca.edu.co E-mail: info@cundinamarca.edu.co
NIT: 890.880.082-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad.
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional.

Figura. Evidencia Fotográfica



Creación y divulgación de contenido publicitario para los diferentes eventos de la universidad

La interacción social universitaria hizo el respectivo impulso a los eventos que se realizaron en la semana de la Expo U Cundinamarca, se creó y se difundió la información de los eventos a través de piezas publicitarias digitales por medio de los diferentes canales que tiene la universidad de Cundinamarca seccional Girardot

A continuación, usted podrá apreciar las piezas publicitarias que se crearon para los eventos de la universidad.

Figura. Evidencia Fotográfica



CONFERENCIA CENTRAL
12 octubre
7:00PM



ANDRÉS CAJIAO

- Co-Founder de Torre.co (plataforma de empleo a nivel mundial que creo junto con Alex Torrenegra)
- Ex Head of Growth de PLATZI
- Ex Coordinador de Marketing de INTERLAT GROUP

"Aprende a ser un emprendedor con éxito."

Logos: EXPO, ISU, CITGO, UDEC

www.ucundinamarca.edu.co - @iglesia@hdf@educacion

CONFERENCIA INAGURAL DE LA EXPO UCUNDINAMARCA 2022

"COMO RESOLVER PROBLEMAS COTIDIANOS CON EL DESIGN THINKING"

Jhonn Heidelberg Bonilla

- Experto en design thinking
- maestr en desarrollo de humano
- consultor externo de la OIT
- coordinador local observatorio de Naciones Unidas para el desarrollo humano

10 Octubre 2022
10:00 Am



Logos: EXPO, ISU, CITGO, UDEC

Canal: facebook live institucional de la Universidad

www.ucundinamarca.edu.co - @iglesia@hdf@educacion

LANZAMIENTO SEMANA UNIVERSITARIA
 ACOMPAÑADO DEL SR. RECTOR,
 DECANOS Y VICEACADEMICO

OCTUBRE 11-2022
 8:30 AM- 9:30 AM

LIVE

Logos: UDEC, CITGO, ISU, EXPO

www.ucundinamarca.edu.co - @iglesia@hdf@educacion

CÓMO RESOLVER PROBLEMAS COTIDIANOS CON EL DESIGN THINKING

CONFERENCIA:

JHON HEIDELBERG BONILLA

EXPERTO EN DESIGN THINKING

MAESTRO EN DESARROLLO DE HUMANOS
 Especialista en Metodologías
 Regulatorias de Mercado
 Consultor externo de la OIT
 Coordinador local Observatorio de Naciones Unidas para el Desarrollo Humano

10 Oct | 10:00 a.m.

Vía: **LIVE**

Logos: UDEC, CITGO, ISU, EXPO

www.ucundinamarca.edu.co - @iglesia@hdf@educacion

EXPO UCUNDINAMARCA 2022
 "Emprendimiento innovación para la vida."

10-14 Octubre

Esta actividad se llevará a cabo presencialmente en todo sede de la UCundinamarca y con evento Online para toda la comunidad universitaria.

LIVE

Logos: UDEC, CITGO, ISU, EXPO

www.ucundinamarca.edu.co - @iglesia@hdf@educacion

CONFERENCIA CENTRAL DE EMPRENDIMIENTO Y MARKETING

ANDRÉS CAJIAO
 -Co-Founder de Torre.co

(Plataforma de empleo a nivel mundial que creo junto con Alex Torrenegra)

Ex Head of Growth de PLATZI
 Ex Coordinador de Marketing de INTERLAT GROUP

12 Oct | 7:00 p.m.

Vía: **LIVE**

Logos: UDEC, CITGO, ISU, EXPO

www.ucundinamarca.edu.co - @iglesia@hdf@educacion







LOGÍSTICA

nombre: _____
 cargo: _____

organiza:








WEBINAR:

PLATAFORMAS ALTERNATIVAS DE PAGO Y SU IMPACTO EN EL USO DEL DINERO EN EFECTIVO

11 | 5:00 p.m.
Oct

Vía:  **LIVE**



 UCUNDINAMARCA 2022
Impulsando la innovación para la UDEC





www.ucundinamarca.edu.co










12 OCTUBRE
8:30 PM - 9:30 PM

CASO: LA VERA PIZZA
Invitado especial:

CONFERENCIA: "CÓMO CREAR UN EMPRENDIMIENTO EXITOSO Y COMO CONVERTIRLO EN FRANQUICIAS"

www.ucundinamarca.edu.co
VIGILADA MINEDUCACION







DOCENTE

nombre: _____
 cargo: _____

organiza:







 **LIVE**

11
OCTUBRE
6:30 PM - 7:15 PM

DAVID ORREGO
INVITADO ESPECIAL:

CONFERENCIA ONLINE: "CÓMO HACER MARKETING DIGITAL EFECTIVO"

www.ucundinamarca.edu.co

UdeC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

30
AÑOS

EMPODERAMIENTO FEMENINO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

INDIRA GODOY
EMPRESARIA GIRARDOTEÑA

MUJER EMPRENDEDORA, FIEL
A SUS CONVICCIONES Y CEO
DE FIME DISTRIBUCIONES
EMPODERANDO EL
EMPRENDIMIENTO FEMENINO

13 | 6:00 p.m.
Oct

AUDITORIO: SECCIONAL GIRARDOE

EXPO

UCURIDIMARICA 2022
"Emprendimiento innovador para la vida"

CITGO
Grupo de Agencias Asociadas

ISU Interacción Social
Universitaria

www.ucuridimarica.edu.co - #igfbaq #InEduación

Webinar fidelización de clientes

El webinar fidelización de clientes fue realizado el 4 de noviembre del 2022 en donde se dieron a conocer las diferentes experiencias que los expertos en mercadotecnia y empresarios obtuvieron en su trayectoria por el mercado económico, nos explicaron sus técnicas para que las marcas de los productos y servicios sean preferidos por los consumidores, fortaleciendo la empresa en el mercado económico, esta actividad tuvo como fin aclarar al público que la perspectiva de captar a los clientes debe de cambiar, no solamente implementando estrategias propuestas por la academia si no tener en contexto toda la situación interna y externa de la empresa.

Las tareas realizadas para esta actividad fueron la promoción del evento por las redes sociales de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot. Aparte se tomó registro fotográfico de la actividad y asistencia al evento

Figura. Evidencia Fotográfica

Informe final del evento



UDEC
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

30

WEBINAR:

¿CÓMO FIDELIZAR A TUS CLIENTES?

INVITADOS

YAZMIN ARROYO (MÉXICO)
Ins. Tecnológico Lazaro Cardenas

GERMAN MOLANO
Labmark Brand Maker

ELIO BERU CORPAS
Almacén Felipe Girardot

JUAN ANDRES GODOY
U Cundinamarca

04 Nov | 6:00 pm

Vía: **f LIVE**

ISU Dialogando con el Mundo

	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-16 PAGINA: 1 de 17

16.

Girardot 2022-11-7

**INFORME DE LOS RESULTADOS Y EXPERIENCIAS ACADÉMICAS
DESARROLLADAS EN EL MES DE NOVIEMBRE PARA EL PROYECTO DE
INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA EN LA ESTRATEGIA "WEBINAR".**

1. INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE DE LOS EVENTOS: Webinar, fidelización Clientes

EDUCACIÓN CONTINUADA: ____ **PROYECCIÓN SOCIAL:** X

PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de Empresas

FACULTAD: Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN: Girardot

DOCENTE RESPONSABLE DEL EVENTO: Omar Giovanni Quijano, Juan Andrés Godoy Ramírez y Leidy Laura Daza

CELULAR: 3202023935- 3046024486- 3194075881

CORREO ELECTRÓNICO: gquijano@ucundinamarca.edu.co
juanaqodoy@ucundinamarca.edu.co ldaza@ucundinamarca.edu.co

DIRIGIDO A: Empresarios, estudiantes, egresados, personal administrativo y público en general de la región del Alto Magdalena.

INTENSIDAD HORARIA: 1 hora

FECHA DE INICIO: 4 de noviembre 2022 **FECHA DE FINALIZACIÓN:** 4 de noviembre 2022

LUGAR DE EJECUCIÓN: Plataforma TEAM, transmisión Facebook live. – Seccional Girardot.

NÚMERO DE PERSONAS QUE SE CERTIFICARON: N/A

	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-16 PAGINA: 2 de 17
---	---	---

NÚMERO DE PARTICIPANTES DE LOS EVENTOS: 52

2. JUSTIFICACIÓN

El programa de interacción social universitaria en busca de mantener unida las comunidades que intervienen en el desarrollo del campus universitarios desarrolla de forma semestral la emisión de **webinar** que permita el compartir experiencial de la vida académica y laboral, respecto a las técnicas y manejo de la fidelización de clientes, para poder entregar a todos la comunidad esas experiencias al respecto y crear desde una de allí una mirada global desde diferentes campos a este tema vinculando así una opinión internacional tomada desde el apoyo de internacionalización, la mirada empresarial del entorno y la mirada académica de nuestra universidad. La interacción de estos factores dará como resultado un punto de convergencia frente a la fidelización de clientes.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

- **Webinar fidelización de clientes**

Conocer a través de las experiencias de docentes expertos en mercadotecnia y empresarios de bastante trayectoria en el mercado todas las técnicas que hacen que las marcas de los productos y servicios sean preferidas por los clientes y que esta preferencia perdure a través del tiempo.

- El evento se desarrolló el día 4 de Noviembre de 2022 con el fin de tener en un sola perspectiva las oportunidades de captar cliente, tomadas desde un entorno internacional y ponerlas en contexto con el entorno nacional, no solamente desde la academia y las técnicas que citan los libros de consulta, sino también como estas técnicas interactúan en un ámbito real, promulgadas por los empresarios invitados que han permanecido en el sector empresarial durante mas de 30 años, tiempo que es suficiente para validar o desmentir todo aquello que se debe hacer o no se debe hacer a la hora de fidelizar clientes .
- A través de la realización de unas preguntas moderadoras realizadas por el moderador Diego Castañeda y Andrea Sánchez fueron interactuando con los ponentes Juan Andrés Godoy, German Molano Elio Beru y la participación de un invitado internacional Yazmin Arroyo , estas preguntas permitieron abordar temas en los cuales se puede recalcar que el cliente si es un factor importante de las empresas, que hacer las cosas bien desde el principio asegura que no se tenga que un doble trabajo de fidelización, entendida desde la óptica que es la forma en que las empresa retienen a los clientes para que no solo vuelvan una y otra vez al establecimiento, sino también que sea el promotor para que lleguen más clientes.

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUr021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-16 PAGINA: 4 de 17

Los tiempos son cambiantes y los clientes cada vez están mas informados, la competencia es cada vez mayor, tener claro que no solo se trata de suplir una necesidad por medio del producto o servicio sino también que se debe hacer vivir una experiencia acogedora al cliente, esto tendrá una repercusión en la forma de como ellos recuerdan la marca.

- Dentro del desarrollo del webinar se abre el espacio para el público conectado a través de face live para que interactúen con los ponentes y una de las preguntas centrales y que podría ser el debate mayor a través de la historia de las ventas y la fidelización de clientes es " el cliente siempre tiene la razón " a lo cual los ponentes en consenso la perciben como verdadera, con la salvedad que no siempre nuestro producto o servicio es el indicado para todo los clientes y se trata mas de hacer entender al cliente por medio de una muy buen a experiencia que lo que el esta buscando no lo tenemos nosotros, y más aun así dejar de percibir a un cliente "difícil" como una amenaza, por que no siempre la ganancia de la empresa está en realizar una venta sino también en que hasta para decirle que no a un cliente podemos impactar positivamente.

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIU021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-15 PAGINA: 4 de 17

Los tiempos son cambiantes y los clientes cada vez están mas informados, la competencia es cada vez mayor, tener claro que no solo se trata de suplir una necesidad por medio del producto o servicio sino también que se debe hacer vivir una experiencia acogedora al cliente, esto tendrá una repercusión en la forma de como ellos recuerdan la marca.

- Dentro del desarrollo del webinar se abre el espacio para el público conectado a través de face live para que interactúen con los ponentes y una de las preguntas centrales y que podría ser el debate mayor a través de la historia de las ventas y la fidelización de clientes es " el cliente siempre tiene la razón " a lo cual los ponentes en consenso la perciben como verdadera, con la salvedad que no siempre nuestro producto o servicio es el indicado para todo los clientes y se trata mas de hacer entender al cliente por medio de una muy buen a experiencia que lo que el esta buscando no lo tenemos nosotros, y más aun así dejar de percibir a un cliente "difícil" como una amenaza, por que no siempre la ganancia de la empresa está en realizar una venta sino también en que hasta para decirle que no a un cliente podemos impactar positivamente.

Carrera 19 No. 24-209 Girardot – Cundinamarca
Teléfono: (051) 8335071 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.880.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIU021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 18
	BI-FORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIDENCIA: 2021-09-16 PÁGINA: 5 de 17

4. Tareas Realizadas:

Para la realización del webinar fidelización de clientes la semana anterior al evento, se promovió fuertemente a través de las redes sociales de la UCundinamarca seccional Girardot (Facebook e Instagram), con el apoyo de la ficha publicitaria oficial para la del evento, con toda la información correspondiente del evento, ponentes, hora y tema central, con el objetivo lograr una buena audiencia y participación. Una vez llegada la fecha y hora del evento, se hizo previamente pruebas de conexión y sonido, se inicia con la bienvenida al evento por parte del moderador Diego Castañeda y Andrea Sánchez, a los ponentes nacionales, profesor Juan Andrés Godoy, empresario German Molano, empresario Elio Beru y al ponente internacional Yazmin Arroyo. Para quienes se les dio la bienvenida y se procedió a realizar las preguntas que darían el contexto de la temática.

El desarrollo del evento permitió que desde las experiencias cada uno de los ponentes pudieran entregar su conocimiento y experiencias vividas frente al tema de como los clientes forman parte esencial de las empresas y se hace cada vez más necesario crear esas relaciones perdurables que asegure su visita una y otra vez al establecimiento y que sean ellos mismos desde la vivencia de las experiencias, quienes promuevan nuevos clientes.

Carrera 19 No. 24-209 Girardot – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8335071 Línea Gratuita: 01800180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO REGIONAL	CÓDIGO: MRV021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VALIDACIÓN: 2021-09-18 PÁGINA: 6 de 17

5. IMPACTOS (Cualitativos)

El webinar fidelización de clientes, tuvo una participación de personas, destacando el buen resultado de asistentes, así como una positiva participación de la comunidad por medio del espacio asignado durante el evento para que estos hicieran preguntas a los ponentes, pudieran interactuar con ellos y despejaran dudas que una vez despejadas puedan ser aplicadas en las organizaciones y que el evento fuera más dinámico.

6. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA

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

7. DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA

Estudiantes de diferentes sedes y semestres del programa de Administración de Empresas, docentes, administrativos y egresados de la Universidad de Cundinamarca, y comunidad en general empresarios que desean conocer de parte de los ponentes las técnicas y experiencias vividas a través del proceso académico y laboral de como fidelizar clientes, y como hacer que la marca y

Carrera 19 No. 34-209 Girardot – Cundinamarca
Teléfono: (001) 8335071 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.586.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MRU021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 18
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-03-16 PÁGINA: 7 de 17

producto que ofrece sea la preferida entre la competencia generando así unos mayores ingresos, no solo en efectivo si n o también recordación de marca.

8. Evaluación del evento



Carretera 19 No. 24-209 Girardot – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8335071 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIU-021
	PROCESO GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-16 PÁGINA: 8 de 17



9. OBSERVACIONES

El Webinar fidelización de clientes, tiene como objetivo mostrar de una forma vivencial a toda la comunidad las tendencias en este aspecto, acerca al mundo con las organizaciones y creara estrategias desde cada una de las

Carrera 19 No. 24-209 Girardot – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8335071 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO REGIONAL	CÓDIGO: BRUM21
	PROCESO DE GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-16 PÁGINA: 9 de 17

organizaciones con el fin de afrontar las técnicas propuestas por los expositores.

es muy importante contar con espacios que promuevan adquirir nuevos conocimientos permita intercambiar ideas del entorno real, y nos dé una ventaja tanto personal como organizacional. De igual forma, se destaca el trabajo realizado por el equipo de interacción social universitaria ISU UCundinamarca seccional Girardot, en la planificación, promoción y realización del webinar fidelización de clientes.

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIM021
	PROCESO DE GESTIÓN INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-15 PÁGINA: 11 de 17

Litado de ponentes:

MODERADOR

- Andrea Sánchez Pizarra – Estudiante Administración Empresas 6 semestre
- Juan Diego Castañeda – Estudiante Administración Empresas 7 semestre]

Ponentes Nacionales

- German Molano M. Gerente y Fundador de LABMARK BRAND MAKER, empresa de consultoría dedicada a reforzar, crecer y convertir negocios y empresas en una marca.
- Elio Vero Corpas - 55 años- Girardotefo - ingeniero de sistemas - Universidad Piloto de Colombia - administrador del Almacén Felipe de Girardot desde 1985 hasta la fecha.
- Juan Andrés Góthy R. Docente líder del Área de Marketing de la Universidad de Cundinamarca.

Ponentes Internacionales

- Yazmin Ariyo: Fundadora y speaker profesional, Mercadóloga, Maestra en Administración de Empresas y Psicopedagogía, Doctora en Ciencias de la Educación, con experiencia laboral en Atención al Cliente, Retención y Ventas. (México)

Carrera 19 No. 24-209 Girardot – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8335071 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 880.880.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

Webinar plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo

La interacción social universitaria realizó el día 11 de octubre del año 2022 la actividad webinar plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo, es este evento se contó con la presencia del docente DARIO BENAVIDES quien es líder de investigación del programa de administración de empresas de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot, además se obtuvo la participación de COLLETTE GOUFRAY quien es gerente del banco de Bogotá, también se contó con la presencia de Jaime Adolfo romero quien es docente de la universidad piloto de Colombia, además esta actividad conto con una asesoría de CHRISTIAN ENRIQUEZ quien es docente del tecnólogo de México, este evento tiene como objetivo generar espacios de dialogo para el intercambio de conocimiento, herramientas y perspectivas diferentes, en este evento se habló de las nuevas actualizaciones digitales, como el dinero en efectivo se convierte en digital y como se pueden manejar grandes cantidades de dinero sin necesidad de estarla contando ni viendo, gracias a las nuevas plataformas digitales estas nos brindan diferentes ventajas de seguridad y como nos ayudan a satisfacer nuestras necesidades

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIU/021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-18 PAGINA: 1 de 12

16.

Girardot 2022-10-18

**INFORME DE LOS RESULTADOS Y EXPERIENCIAS ACADÉMICAS
DE SARROLLADAS EN EL MES DE OCTUBRE PARA EL PROYECTO DE
INTERACCIÓN SOCIAL UNIVERSITARIA EN LA ESTRATEGIA "WEBINAR".**

1. INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE DE LOS EVENTOS: Webinar, plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo.

EDUCACIÓN CONTINUADA: ____ **PROYECCIÓN SOCIAL:** X

PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de Empresas

FACULTAD: Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

SEDE/SECCIONAL/EXTENSION: Girardot

DOCENTE RESPONSABLE DEL EVENTO: Omar Giovanni Quijano, Juan Andrés Godoy Ramírez y ~~Leidy~~ Laura Daza

CELULAR: 3202023935- 3046024486- 3194075881

CORREO ELECTRÓNICO: gquijano@ucundinamarca.edu.co
juanagodoy@ucundinamarca.edu.co ldaza@ucundinamarca.edu.co

DIRIGIDO A: Empresarios, estudiantes, egresados, personal administrativo y público en general de la región del Alto Magdalena.

INTENSIDAD HORARIA: 1 hora

FECHA DE INICIO: 11 de Octubre 2022 **FECHA DE FINALIZACIÓN:** 11 de Octubre 2022.

LUGAR DE EJECUCIÓN: Plataforma TEAM, transmisión Facebook live. – Seccional Girardot.

NÚMERO DE PERSONAS QUE SE CERTIFICARON: N/A

Diagonal 18 No. 20-29 Pasajeequí – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8291483 Línea Gratuita: 01 8000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.880.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERBITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18
		PÁGINA: 2 de 12

NÚMERO DE PARTICIPANTES DE LOS EVENTOS: 117

2. JUSTIFICACION

El programa de interacción social universitaria en busca de mantener unida las comunidades que intervienen en el desarrollo del campus universitarios desarrolla de forma semestral la emisión de webinar que permita desde la investigación conocer los nuevos modelos de negocios y como estos son afectados por el uso de las plataformas de pago y el impacto que tiene el dinero en efectivo a las organizaciones, de allí que se busca una mirada global desde diferentes campos a este tema vinculando así una opinión internacional tomada desde el apoyo de internacionalización.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

- Webinar plataformas alternativas de pago y su impacto en el dinero en efectivo

Aportar una visión global a las organizaciones respecto a cómo las diferentes alternativas de pago que están surgiendo pueden afectar o beneficiarlas no solo en el momento si no también ayudarlas a migrar a estas nuevas formas de pago.

	MACROPROCESO MISIONAL	CÓDIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSIÓN: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-08-18 PAGINA: 3 de 12

- El evento se desarrolló el día 11 de octubre del 2022, con el fin de compartir experiencias del lugar que están ocupando las nuevas tendencias a la hora de hacer pagos por parte de las personas y las organizaciones, de saber cómo se está dando este comportamiento visto desde diferentes escenarios, para ello se con docentes expertos invitados del sector financiero real, y con ponente internacional que diera una visión fuera de lo local y así poder hacer una comparación de neutro entorno.
- A través de la realización de unas preguntas, el moderador profesor Juan Manuel Andrade logro la interacción y recabar información de los ponentes, que se generara esa búsqueda de información para poder transmitirla a la comunidad que estaba conectada a través de Facebook siguiendo el evento, desde luego el webinar tenía participación de docentes de investigación para quienes el poder saber de cómo se están afectando a las organizaciones estos nuevos modelos les hará entender también para donde se van a dirigir las organizaciones y cual será las metodologías y estrategias que deberán seguir, Con el fin de poder seguir ofreciendo productos y servicios a sus clientes.

	MACROPROCESO MISIONAL	CODIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-05-16 PAGINA: 4 de 12

4. Tareas Realizadas:

Para la realización del webinar plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo la semana anterior al evento, se promovió fuertemente a través de las redes sociales de la UCundinamarca seccional Girardot (Facebook e Instagram), con el apoyo la ficha publicitaria oficial para la del evento, con toda la información correspondiente del evento, ponentes, hora y tema central, con el objetivo lograr una buena audiencia y participación. Una vez llegada la fecha y hora del evento, se hizo previamente pruebas de conexión y sonido, se inicia con la bienvenida al evento por parte del moderador Profesor Juan Manuel Andrade al coordinador del programa de administración de empresas el docente Laurentino Carranza, luego a los ponentes nacionales, profesor Darío Benavides, profesor Jaime Romero, Doctora Colette Goufray y al ponente internacional Christian Enríquez. Para quienes se les dio la bienvenida y se procedió a realizar las preguntas que darían el contexto de la temática.

El desarrollo del evento permitió que desde las experiencias cada uno de los ponentes pudieran entregar su conocimiento frente a un camino en el futuro por el cual se moverán las plataformas alternativas de pago y de cuál va a ser el posible lugar que pasara a ocupar el dinero en efectivo y desde luego como esto afecta a las organizaciones.

	MACROPROCESO MISIONAL	CODIGO: MIU021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-16
		PAGINA: 5 de 12

5. IMPACTOS (Cualitativos)

El webinar plataformas alternativas de pago y su impacto en el efectivo, tuvo una participación de 117 personas, destacando el buen resultado de asistentes, así como una positiva participación de la comunidad por medio del espacio asignado durante el evento para que estos hicieran preguntas a los ponentes, pudieron interactuar con ellos y despejaron dudas que una vez despejadas puedan ser aplicadas en las organizaciones.

6. CARACTERIZACION DE LA POBLACION BENEFICIADA

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

7. DESCRIPCION DE LA POBLACION BENEFICIADA

Estudiantes de diferentes sedes y semestres del programa de Administración de Empresas, docentes, administrativos y egresados de la Universidad de Cundinamarca, y comunidad en general empresarios que usan están plataformas en la cotidianidad de sus empresas y les permite anteponerse al rumbo que tomara el efectivo como se conoce hasta ahora como medio de pago y generen nuevas estrategias en las organizaciones que les permita seguir ofreciendo sus productos y servicios sin que tengan restricción alguna al momento de recibir el pago por estos.

	MACROPROCESO MISIONAL	CODIGO: MIU021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-05-16 PAGINA: 6 de 12

8. Métricas KPI del evento

KPI	HitoKPIs Alternativas de Pago y su Impacto en el uso del Dinero en efectivo (Facebook Oficial)
Personas alcanzadas	1305
Comentarios	115
Veces compartido	2
Reacciones	194

Preguntas de evaluación del evento



	MACROPROCESO MISIONAL	CODIGO: MIU021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-05-16
		PAGINA: 7 de 12



9. OBSERVACIONES

El taller Webinar plataformas alternativas de pago y su impacto en el dinero en efectivo, tiene como objetivo determinar traer a toda la comunidad lo que está sucediendo en forma real con las nuevas tendencias en este aspecto, acerca al mundo con las organizaciones y creara estrategias desde cada una de las organizaciones con el fin de afrontar estas nuevas tendencias.

es muy importante contar con espacios que promuevan adquirir nuevos conocimientos permita intercambiar ideas del entorno real, y nos dé una ventaja tanto personal como organizacional. De igual forma, se destaca el trabajo realizado por el equipo de interacción social universitaria ISU UCundinamarca seccional Girardot, en la planificación, promoción y realización del webinar plataforma alternativas de pago y su impacto en el efectivo.

	MACROPROCESO MISIONAL	CODIGO: MIU021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-05-16
		PAGINA: 8 de 12

10. ANEXOS

Litado de ponentes:

MODERADOR

- Juan Manuel Andrade, Líder de Ciencia Tecnología e Innovación Universidad de Cundinamarca Seccional Girardot.

Ponentes Nacionales

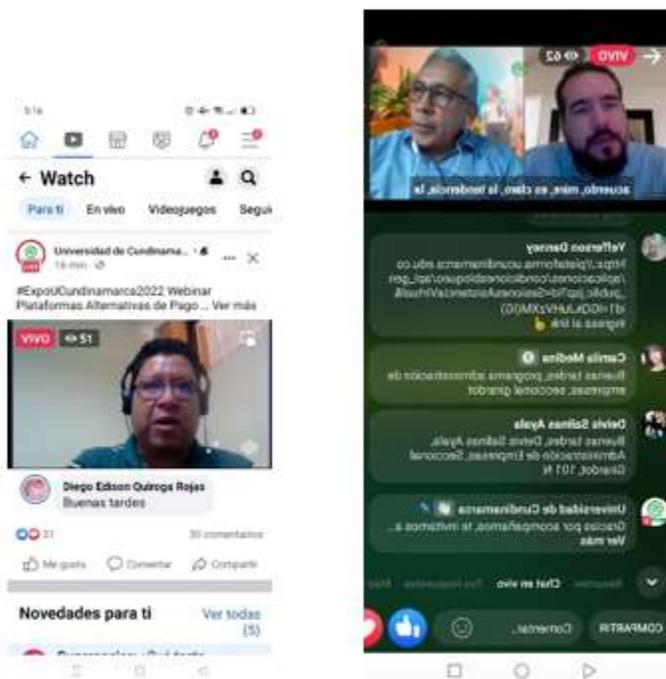
- Dario Benavides Pava, Líder de Ciencia, Tecnología e Innovación Universidad de Cundinamarca Seccional Girardot.
- Colette Gouffray Rodríguez. Gerente pyme 2.0 banco Bogotá (Bogotá).
- Jaime Adolfo Romero Perdomo, Magister en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas Corporativas. Universidad Piloto de Colombia.

Ponentes Internacionales

- Christian Ivan Enriquez Flores. Dr. en Ciencias e Ingenierías de Materiales. Tecnológico Nacional de México – Lázaro Cárdenas (México).

	MACROPROCESO MISIONAL	CODIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-16
		PAGINA: 9 de 11

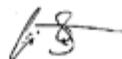
Imágenes desarrollo del evento



	MACROPROCESO MISIONAL	CODIGO: MIU021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-05-16
		PAGINA: 10 de 11



	MACROPROCESO MISIONAL	CODIGO: MIUR021
	PROCESO GESTION INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VERSION: 10
	INFORME PARA EVENTOS DE INTERACCION SOCIAL UNIVERSITARIA	VIGENCIA: 2021-09-16 PAGINA: 11 de 11



**FIRMA DEL REMITENTE
OMAR GIOVANNI QUIJANO
DOCENTE**



**FIRMA DEL REMITENTE
JUAN ANDRES GODOY RAMIREZ
DOCENTE**



**FIRMA DEL REMITENTE
LEIDY LAURA DAZA
DOCENTE**

Vo.Bq| Coordinador de Programa

LAURENTINO CARRANZA MENESES

21.147.4

Brindar apoyo al líder del proceso de interacción social universitaria

La interacción social universitaria por medio del pasante hace la respectiva creación y divulgación de diferentes piezas publicitarias para eventos y/o actividades, estas piezas ayudan a fortalecer la asistencia a los eventos, incrementando el alcance del evento o la actividad, además de volver atractivas las actividades que se desarrollaran para los estudiantes, docentes, egresados, comerciantes, asesores y la comunidad en general, a continuación usted podrá observar las diferentes imágenes que se realizaron para los diferentes eventos.

Figura. Evidencia Fotográfica



Apoyar en la búsqueda de información para el observatorio de emprendimientos

Se realiza un cuadro en Excel en donde se obtienen diferentes puntos de referencia de los observatorios de Colombia

nombre del documento	quién hizo el documento	relevancia para observar del documento	link web
Análisis del ecosistema emprendedor en la Región del Alto Magdalena, Girardot, Colombia	María Patricia Díaz Cárdenas	Importancia de Girardot en la región del Alto Magdalena.	https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencia/article/view/3550/6
Base de datos de Persona natural, Jurídica y establecimientos de comercio del año 2005 - 2019 - CCGirardot	comercio industria y turismo	base de datos de personas naturales y jurídicas de girardot hasta el año 2020, no actualizado hasta la fecha	https://www.datos.gov.co/Comercio-Industria-y-Turismo/Base-de-datos-de-Persona-natural-Juridica-y-establ/gwr5-
Factores determinantes para el desarrollo del emprendimiento en la ciudad de Girardot - Cundinamarca	Tatiana Edelmira Gutiérrez Rodríguez Melissa Toro Salazar	Investigación sobre los diferentes factores que influyen en la ciudad de girardot para emprender, se hace un muestreo de diferentes empresas en la ciudad de girardot.	https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/11744/1/T.A-GutierrezTatiana-ToroMelissa_2020.pdf
observatorio bogota escala	bogota escala	observatorio de emprendedores e inversionistas de la ciudad de bogota	https://www.bogotasescala.com/propuesta-de-valor/
observatorio de emprendimiento de soacha	alcaldía municipal de soacha	estadísticas de la red de emprendimientos de soacha y diferentes datos	https://observatorio-de-emprendimiento-sisoacha15.hub.arcgis.com/
DOCUMENTO DE CREACIÓN Y REGULACIÓN DEL OBSERVATORIO SOCIAL VINCULADO A LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES	universidad de Salamanca	estructura y requisitos para desarrollar la creación de un observatorio	https://cienciasociales.usal.es/sites/default/files/OBSERVATORIO%20SOCIAL_regulaci%C3%B3n_8%20de%20octubre%202015.p
Observatorio social y tecnologico	Universidad Pontificia Bolivariana	Su principal objetivo es dotar a la universidad de influencia nacional en aquellas áreas relevantes para sus intereses y la sociedad. Al mismo tiempo, pretende evaluar su dotación, el potencial de las capacidades utilizadas, y redefinir y diseñar sus actividades de investigación e innovación para fortalecer y desarrollar capacidades.	https://www.upb.edu.co/es/investigacion/capacidades/observatorios/observatorio-nacional
Observatorio social del chocó	Universidad Tecnológica del Chocó, Diego Luis cordobé	Facilitar la apropiación social del conocimiento de las variables sociales. Facilitar el desarrollo de redes de investigación en el ámbito social. Difusión de resultados de investigaciones sobre temas sociales.	https://www.utch.edu.co/porta1/es/observatorio-social-del-choc%C3%B3.html#objetivos

Misión de un observatorio

Se indago en la página web de la universidad de Cundinamarca en el repositorio la propuesta para la creación de un observatorio de emprendimiento del programa de administración de empresa, seccional Girardot que la misión de un observatorio de emprendimiento es buscar el espacio para la investigación y divulgación del mercado empresarial actual, por consiguiente, se redacta el siguiente documento

Figura. Evidencia Fotográfica

Misión de un observatorio

La misión del observatorio es vigilar y detectar lo que ocurre en su ámbito de actuación, y su valor agregado se sustenta en:

1) buscar la información 2) discernir su relevancia 3) organizarla de modo coherente y 4) presentarla de forma clara

¿Qué es un observatorio de emprendimiento?

Un observatorio de emprendimiento puede ser un espacio de investigación, reflexión y divulgación de la actualidad del mercado empresarial y financiero

Objetivos en la creación de un observatorio de emprendimiento

Poder determinar cuáles pueden ser los factores que influyen y facilitan la cultura del emprendimiento en la ciudad de Girardot

Mediante la creación del observatorio de emprendimiento en la ciudad de Girardot, se propone prestar servicios de asesoría a los emprendedores, fomentando y fortaleciendo la cultura emprendedora en la ciudad de Girardot.

Componentes de la propuesta del Observatorio



El entorno corresponde al clima que se conforma alrededor del emprendimiento e incluye los siguientes intervinientes: problemas empresariales, tendencias de los negocios, redes de inversionistas, instituciones públicas y privadas, fuentes de financiación, política pública, normatividad, programas públicos y privados y horizontes de innovación.

Los actores son universitarios, dentro de los cuales se incluyen: estudiantes emprendedores reales y potenciales, estudiantes empresarios, el entorno familiar de los emprendedores, egresados, docentes, personal administrativo y empresarios. En cuanto a las estrategias universitarias, se incluyen modelos y procesos, programas universitarios, investigación en emprendimiento universitario, cursos y proyectos de extensión, proyección social asociada con el emprendimiento universitario, gestión curricular para el emprendimiento, estrategias de seguimiento, inversionistas,

aliados estratégicos e indicadores de medición.

¿QUIÉN ES EMPRENDEDOR?

Es aquella persona que quiere convertir una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social y quiere serlo por diferentes motivos tales como:

- Tradición familiar
 - Independencia en el trabajo
 - La necesidad de trabajar sin jefes u horarios
 - Estar en desempleo y tener pocas expectativas de encontrarlo
 - Percibir una oportunidad de negocio clara
 - Obtener un aprovechamiento económico de unas habilidades, estudios o hobbies concretos.
-

Guía para potencializar tu emprendimiento

Se investigó una guía que nos brinda el ministerio de comercio junto con Innpulsa Colombia para potencializar el emprendimiento en donde básicamente nos brindan unos tips de por qué muchas empresas fracasan, cuáles son los cuidados que debemos manejar en el momento de crear una empresa, bajo esta información en un documento se resaltó lo más relevante.

Figura. Evidencia Fotográfica

Guía para potencializar tu emprendimiento

Nivel 1:

¿Por qué fracasan los emprendimientos?

1. No hay una real necesidad del producto o del servicio en el mercado. Incluso cuando el emprendedor cree que la hay.
2. Falta de recursos para garantizar la supervivencia y crecimiento del emprendimiento en las primeras etapas.
3. El equipo de trabajo no es el adecuado
4. La competencia es muy fuerte o bien posicionada.
5. Los costos de operación son muy altos o hay costos que no se han previsto.
6. Falta de usabilidad del producto o del servicio. El producto o servicio funciona, pero los posibles clientes no lo sienten "amigable"
7. Modelo de Negocio erróneo o sin modelo de negocio claro.
8. Falta de publicidad y promoción. Se falla en el objetivo de lograr que los posibles clientes conozcan y se interesen por la oferta.
9. Se ignora a los usuarios y/o clientes en el proceso de construcción del producto o servicio, en su distribución, en su comunicación o en otras fases.
10. Mal momento para salir al mercado. Los clientes no están listos para el producto o servicio o, por el contrario, el mercado para esta oferta ya está desapareciendo.

La cultura:

Se define como cultura al conjunto valores, normas, hábitos y creencias que caracterizan a una compañía.

Los valores de una empresa son cualidades, principios o creencias que una empresa posee. Orientan las decisiones, acciones y conductas de todos los miembros de la empresa, pero además de ello, sirven como fuente de inspiración y motivación, le dan identidad a la compañía, y ayudan a proyectar una imagen positiva.

Los buenos valores de una empresa suelen contar con las siguientes características:

1. Son cualidades, principios o creencias que realmente posee o en los que realmente cree la empresa.
2. Están alineados y son coherentes con los valores de los dueños de la empresa.
3. Son aceptados y seguidos por todos los miembros de la empresa.

Tecnología y operaciones:

Cuando se piensa en crecer y escalar una empresa, es muy importante tener claro cuáles son las Fortalezas, Debilidades y las Necesidades en cuanto a tecnología para poder escalar rápido y de manera estable y segura. Además, es primordial tener un plan de contingencia en caso de tener alguna falla, algún desastre o evento inesperado.

Los datos son como el oro y si algún desastre pasa y se pierden los datos... ¿qué pasaría con la empresa?

Ventas y crecimiento:

El canal de ventas: El Embudo de Ventas es una representación de las etapas por las que un potencial cliente pasa, desde el primer contacto con la empresa hasta el cierre de la venta. Lo primero es conseguir visitantes a nuestros sitios de exhibición y venta o a nuestros sitios en línea. Pero si sólo nos quedamos en eso y no realizamos una buena estrategia de conversión, corremos el riesgo de que esas visitas, se queden en eso, meros espectadores.

Gestión financiera y de desempeño:

- La North Star (Estrella del Norte): Es la que mejor captura el valor central que nuestro producto ofrece a los clientes. Optimizar sus esfuerzos para hacer crecer esta métrica es clave para impulsar un crecimiento sostenible en toda su base de clientes.
- KPI's: Un KPI (key performance indicator), conocido también como indicador clave de rendimiento o medidor de desempeño. Existen KPI para diversas áreas de una empresa: compras, logística, ventas, servicio al cliente, etc.

Gestión legal:

Desde la concepción de un emprendimiento es muy importante llevar una estructura legal clara, ordenada y transparente. A la hora de buscar inversión de capital siempre se solicitan estos documentos y es mejor estar preparado.

1. Estructura legal: Acuerdos de accionistas. Acuerdos entre empleados (vesting). Minutas de las reuniones. Propiedad intelectual. Contratos con empleados.

2. Data Room: A medida que va creciendo la empresa es importante considerar mantener un archivo / drive / Dropbox, y carpeta física con los documentos esenciales a medida que se van legalizando. En la carpeta virtual se recomienda tener 4 subcarpetas:

1. Legal
2. Financieros
3. Negocios y mercadeo
4. Producto

Nivel 2: En este nivel, se busca "poner en blanco" la oferta que la empresa hace a los clientes y la manera como logra entregarla. Luego se revisarán algunas rutas para hacerla aún más poderosa.

Paso 1: Documentación de su proyecto Lean Canvas A diferencia del tradicional plan de negocio que puede tomar mucho tiempo para ser escrito y es difícil de actualizar, usaremos el Lean Canvas para hacer una representación del modelo de negocio de una manera más ágil y eficiente.

El diseño del Lean Canvas permite al equipo emprendedor contestarse preguntas tales como:

¿Quién es nuestro cliente? ¿Qué necesidad o problema es el que tiene? ¿Qué características debe tener nuestro producto o servicio? ¿Qué canales podemos usar para llegar a ellos? ¿Nuestra solución es lo suficientemente buena?

El Lean Canvas es una herramienta que permite al emprendedor simplificar el proceso y enfocarse en lo importante.

Paso 2: Haciendo más fuerte nuestra propuesta

Este paso se enfoca en entender muy bien a los clientes actuales, y busca responder a las preguntas:

¿Podemos vender más a los clientes actuales? ¿Podemos ser más ganadores frente a la competencia al “pelear” por los clientes en nuestro mercado? ¿Podemos incrementar el valor de la factura o la frecuencia de compra de los clientes actuales?

Nivel 3:

Producto y mercado

Validación de Mercado Uno de las principales herramientas para la validación de las ideas es el prototipo. Tanto en su versión tangible, que aplica para productos físicos (Prototipos, modelos, maquetas, etc.) como en su versión intangible, que aplica para procesos o servicios (Simulaciones, pilotos, etc.).

En cualquier caso, la validación es un proceso de experimentación/visualización que permite validar las hipótesis del negocio y corregir rápidamente errores o hacer ajustes para incrementar funcionalidad, facilidad de uso o contenido emocional de la idea.

Rápido: Es el prototipo que se hace con lo que hay a mano, para poder poner en claro las ideas. Útil para explicar a los otros integrantes del equipo la idea o para hacer una validación preliminar con terceros.

Liviano: Este prototipo ya requiere un trabajo más detallado. En algunos casos se trata de un prototipo parcial, es decir, solo de aquella parte que se desea probar. En otros casos, es una representación de la solución (por ejemplo, una simulación en computador o una maqueta).

Robusto: Este es un prototipo muy detallado. En muchos casos, no se diferencia, a primera vista, del producto o servicio que será lanzado al mercado.

Web gráfica

https://www.innpsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/guia_empreton_preaceleracion_v1.pdf

Guía general para emprender

Se realizó una lectura a la guía general para emprender que nos brinda el ministerio de comercio a través de sus plataformas digitales, en esta lectura se resaltó lo más relevante, luego se podrá observar el documento redactado.

Figura. Evidencia Fotográfica

Guía general para emprender

Etapas para empezar emprendimientos:

Nacimiento de la idea: En esta etapa se realizan los estudios esenciales para definir los objetivos del emprendimiento. Se hace un diagnóstico de la situación actual, se formulan las necesidades que se desea satisfacer y se analizan las opciones posibles para cumplir los objetivos. Cuanta más información se tenga en esta etapa, mejor se estructurará el negocio.

Etapa semilla: Una vez estructurada la idea de negocio, se desarrolla e implementa el plan de negocios, se elaboran los prototipos y se hacen las investigaciones que se requieran para iniciar la manufactura o comercialización de un producto o servicio, además de estructurar el equipo de trabajo que llevará la idea al mercado.

Etapa temprana: En esta etapa la empresa inicia su participación en el mercado, bien sea a través de la producción de un bien o la prestación de un servicio. Dado que se movilizan los recursos (financieros, humanos, físicos, etc.) necesarios para implementar la idea de negocio, puede requerirse financiación para desarrollarla, dependiendo del tipo de producto o servicio que se pretenda comercializar.

Etapa de escalamiento: Superada la etapa temprana, la empresa ya tiene un producto que ofrecer y una cartera de clientes, por lo cual se enfoca en la expansión de sus operaciones. Lo anterior se puede traducir en el aumento de su capacidad de producción, en el acceso a nuevos nichos de mercado o en la mejora de los productos que comercializa.

Consolidación: Una vez que la empresa cuente con un historial de operación considerable, buscará un crecimiento moderado, aparte de lograr una posición de liderazgo en el mercado en el que opera. En paralelo, la empresa buscará mejorar su estructura de capital o expandirse a nuevos mercados.

Etapa 1:

Pensando la idea: La información será el principal insumo al estructurar la idea, ya que cuanto más informado esté, podrá:

- Definir con mayor claridad los objetivos que desea alcanzar con la idea.
 - Perfilar su idea y modelo de negocio (identificando fuentes de producción, asociación, de capital y población objetivo).
 - Planear mejor las necesidades de desarrollo, determinando las herramientas que requerirá.
-

Es importante que toda la información de esta etapa sea tratada de manera confidencial, para evitar el indebido aprovechamiento por parte de terceros. Así las cosas, puede requerirse la suscripción de un acuerdo de confidencialidad con las personas que intervengan en la estructuración de la idea de negocio (proveedores de servicios, asesores, fuentes de capital, posibles socios, etc.). Adicionalmente, hay que pensar en los canales que se proyectan para el negocio. La economía naranja se fundamenta en la conectividad, la creatividad y el poder de las ideas para generar bienes y servicios, por lo cual es posible que le ronde la idea de tener canales de ventas virtuales. La capacidad de generar conexiones del ciberespacio es indiscutible, por lo cual vale la pena hacer algunas anotaciones en temas de comercio electrónico (e-commerce)

Comercio electrónico:

En el comercio electrónico se utilizan mensajes de datos para estructurar relaciones comerciales de todo tipo; los mensajes de datos son la información que se genera/envía/almacena a través de medios electrónicos u ópticos

Algunos beneficios del comercio electrónico: Puede ayudar a disminuir gastos operativos, ya que no requiere locales y supone la contratación de menos personal, lo cual se traduce en una eventual disminución del precio.

Le permite acceder a nuevos mercados de manera fácil, ya que amplía su público.

Mediante herramientas tecnológicas se puede conocer mejor al cliente y de esta manera mejorar su experiencia

Algunos puntos para tener en cuenta cuando se opta por el e-commerce:

El hecho de utilizar canales virtuales no implica que no existan contratos entre el emprendedor y los clientes de su plataforma. En virtud de lo anterior, es importante estructurar términos y condiciones de uso claros y ponerlos a disposición de los clientes potenciales. Siempre hay que tener presente que la claridad en las reglas de juego desde el principio evita dolores de cabeza en el futuro. Por otra parte, los términos y condiciones no pueden incluir cláusulas que se consideren abusivas, esto es, que generen un desequilibrio injustificado y afecten de manera negativa al consumidor.

Garantice la fiabilidad de los mensajes de datos que utilice su negocio: de nada le sirve un mensaje de datos si la información que contiene no es íntegra o de fácil acceso o no permite evidenciar su origen/destino y las fechas correspondientes de creación y envío. Recuerde que las normas reconocen fuerza obligatoria a los mensajes de datos, por lo cual tenerlos "de calidad" juega a su favor. Además de lo anterior, tenga en cuenta que la inversión en ciberseguridad no es un lujo sino una necesidad.

Las páginas web colombianas que se dediquen a actividades económicas comerciales deben inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) información de las transacciones que se le soliciten

El Estatuto del Consumidor establece que, tratándose de comercio electrónico, los consumidores tienen derecho a tener información cierta, suficiente y actualizada del producto que adquieren y sus características, de los medios de pago, tiempos de entrega del producto/prestación del servicio, entre otros.

Las ventas de bienes que se realicen a través de e-commerce que utilicen medios de pago electrónicos deberán revertir el pago por solicitud del consumidor si I) se trata de un fraude o de una operación no solicitada por este, (II) el producto adquirido no sea recibido o no corresponda con lo solicitado, o (III) el producto adquirido esté defectuoso.

El website deberá incluir un enlace fácilmente visible e identificable que dirija a la página de la autoridad de protección al consumidor en Colombia, la Superintendencia de Industria y Comercio.

Tenga en cuenta que el consumidor tiene derecho a retractarse de la compra/prestación de servicios dentro de los cinco (5) días siguientes a la entrega del bien o de la fecha en que se celebró el contrato de prestación de servicios. En caso de que el consumidor decida ejercer su derecho a retractarse, debe recibir todas las sumas que haya pagado sin descuentos o retenciones por ningún concepto. Dicha devolución debe realizarse dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la solicitud del consumidor

Etapas 2:

Poniendo en marcha la idea: Si bien un emprendimiento puede comenzar como un negocio pequeño (small business o pymes), no necesariamente todo negocio pequeño es emprendimiento: el emprendimiento se caracteriza por basarse en una idea de negocio innovadora. A pesar de lo anterior, ambos tienen puntos comunes:

- Temas relacionados con administración y gestión (management).
- Los negocios pequeños y los emprendimientos (en sus primeras etapas) tienen estructuras de baja complejidad, que les permiten a sus administradores ejercer una supervisión muy amplia del negocio y aplicar los controles que consideren adecuados, lo cual se traduce en que los dueños pueden influir de manera particular y transversal en todo el esquema de negocio

Contrato laboral (régimen laboral):

Objeto: La prestación directa de un servicio por parte de una persona natural (trabajador) a otra persona que puede ser natural o jurídica (empleador).

Condiciones de prestación del servicio: el trabajador presta sus servicios conforme a las órdenes o reglas del empleador (esto se refiere a la "continuada subordinación o dependencia" bajo la cual se encuentra el trabajador, la cual también incluye la facultad disciplinaria del empleador), y a cambio recibe una remuneración económica (salario).

Puede ser verbal (únicamente si es término indefinido) o escrito, en cuyo caso debe contener, por lo menos: a) servicio que se prestará y sitio en que se debe realizar; b) cuantía y forma de pago del salario, y c) duración del contrato.

Puede ser a término fijo (duración definida) o indefinido. Los contratos laborales a término fijo podrán prorrogarse las veces que se desee; sin embargo, si tiene una duración inferior a un año podrá prorrogarse por tres periodos iguales o inferiores y posteriormente por periodos de un año

Contrato por prestación de servicios (régimen civil):

Objeto: Una parte se compromete con la otra a dar, hacer o no hacer algo.

Las condiciones de prestación del servicio serán las que se pacten en el contrato. Sin embargo, no hay subordinación entre las partes, por lo cual se emplea para temas específicos que no requieren horario ni continua supervisión.

Puede ser verbal o escrito. Se recomienda siempre hacerlo por escrito

La duración del contrato será la que acuerden las partes, sin embargo, no es posible pactar término indefinido

Beneficios para el trabajador (prestaciones sociales)

Contrato laboral (régimen laboral):

1. Vacaciones remuneradas
2. Pago de la prima legal por parte del empleador
3. Cotización a pensiones y aportes a salud son compartidos entre trabajador y empleado.
4. Pago del auxilio de cesantía a cargo del empleador a favor del trabajador.
5. Pago del salario. El salario es toda remuneración que recibe el trabajador como contraprestación al servicio que da al empleador. Esta remuneración puede ser en dinero o en especie, y no incluye los pagos no constitutivos de salario (primas, bonificaciones, participación en utilidades, entre otros).
6. Vinculación del trabajador a la Administradora de Riesgos Laborales (arl) por parte del empleador

Etapas 3:

Sistema de financiamiento tradicional:

Una vez que cuente con un negocio medianamente estructurado, el sistema financiero puede ser su aliado. Si bien es cierto que el apetito de riesgo de este es menor que el de un ángel inversionista o un fondo de capital de riesgo, también lo es que cuenta con productos que pueden ayudar a su negocio. Tenga en cuenta que la financiación le permite crecer y expandirse, por lo cual lo invitamos a ver en el sistema financiero un aliado estratégico, más allá de los estereotipos o los comentarios adversos.

Así mismo, tenga en cuenta que el sistema financiero puede requerir información un poco más detallada que sus anteriores inversionistas... pero no deje que esto lo desanime, tómelo como un incentivo para ser particularmente ordenado. Presente información clara, veraz y organizada.

El sistema financiero respalda proyectos viables, después de analizarlos con cabeza fría, por lo cual su discurso debe estar enfocado en cifras, ventas y, en general, fuentes de pago.

No pierda de vista que a través del mercado intermediado (denominado bancario) se movilizan gran parte de los recursos de la economía (principalmente en Colombia), por lo cual puede ofrecerle estructuras de financiación que se ajusten a sus necesidades.

El crédito tradicional:

Es muy probable que en su día a día ya haya tenido alguna forma de interacción con las modalidades de créditos tradicionales: tarjetas de crédito, créditos de vivienda, créditos de libre inversión, cuentas corrientes con líneas de sobregiro. Dado lo anterior, solo haremos algunas anotaciones puntuales al respecto.

En cualquier forma de crédito le pedirán que suscriba un pagaré. Un pagaré contiene una promesa incondicional de pago. Los establecimientos de crédito usan dos tipos de pagaré: pagaré en blanco con carta de instrucciones y pagaré diligenciado.

En cuanto a los pagarés en blanco con carta de instrucciones, son aquellos en los que no se incluye el monto de la deuda por pagar, ni la fecha de pago. Este tipo de pagarés debe ir acompañado de una carta de instrucciones en la que se establezcan los lineamientos para diligenciar de manera válida dichos espacios. Recuerde que usted puede solicitar copia de la carta de instrucciones.

En el caso de los pagarés diligenciados (también conocidos como cerrados), se incluyen todas las condiciones del crédito que debe pagar el deudor, y no deben tener espacio en blanco alguno.

Más allá del tema de la carta de instrucciones, lo que realmente diferencia ambos tipos de pagaré es su ejecución: en el caso de los pagarés en blanco, cuando

usted incumpla algún pago la entidad financiera procederá a diligenciar los espacios en blanco e iniciará el correspondiente proceso ejecutivo. Respecto de los pagarés diligenciados, la entidad financiera

podrá iniciar el proceso ejecutivo acreditando que se cumplió la fecha señalada en el pagaré y no se realizó el pago debido.

Ahora bien, una vez que el crédito sea debidamente pagado, usted tiene derecho a solicitar un pago y salvo de la obligación que contenía el crédito, así como la destrucción o devolución del pagaré por parte de la entidad.

Etapas 4:

La compra de cartera:

Poco a poco, usted consolidará su base de clientes. Dependiendo de su estructura de negocios, puede que tenga clientes que, por ejemplo, paguen en forma diferida. Lo anterior supone un reto para manejar el flujo de efectivo de su negocio, ya que depende de dicha caja para pagar a sus proveedores. Considere la compra de cartera o factoring como una herramienta que le permitirá ser eficiente en el manejo de efectivo. Con el factoring usted puede recibir financiación a través de las cuentas por cobrar, de manera anticipada a su vencimiento, aplicando un descuento. El esquema del factoring supone que una entidad (factor) adquiere los derechos patrimoniales (crediticios) incluidos en títulos como facturas y letras de cambio. Así las cosas, tenemos que mediante el factoring puede obtener liquidez antes de que sus facturas sean exigibles (antes de la fecha de vencimiento), sin endeudarse.

Webgrafía

<https://www.innpulsa.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/guia-emprendedor-innpulsa-version3-web.pdf>

Crear y difundir piezas publicitarias para el Isu

La interacción social universitaria a través de diferentes medios oficiales que tiene la universidad de Cundinamarca apoya en la gestión de impulso a diferentes actividades que se realizan en la universidad, mediante la creación de piezas publicitarias digitales para promover la participación de la comunidad con la universidad

Figura. Evidencia Fotográfica



UDEC
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

ISU

TE INVITAMOS
SI PERTENECES A UN GRUPO DE TEATRO,
DANZA O MUSICA DE GIRARDOT Y
QUIERES MOSTRARLO EN EL FESTIVAL
ESCRIBENOS AL:
320 2555277 **11 al 19 mayo**
¡SE PARTE DE NUESTRO X FESTIVAL DEL MAIZ!

UDEC
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

ISU

COMERCIANTE DEL
ALTO MAGDALENA
CAPACITATE
EL 17 DE MAYO 2023
**MARKETING
DIGITAL**
LUGAR: SALON 301
HORA: 5:30 - 3:00 PM
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

Reunión sobre informe de gestión ruam

En primera instancia, se asistió al evento del 4 de mayo del 2023, donde se informó a la comunidad de la misión del RUAM y de los estudios que este elabora en las regiones y urbanizaciones para la sostenibilidad, también se compartió la visión y objetivos del RUAM. Bajo toda esta información se realizó un acta donde se plasma lo dicho y la evidencia pertinente del evento.

Figura. Evidencia Fotográfica



ADOr010_V8

Página 1 de 9



18.

ACTA No. 0006 DEL 2023-05-04

CLASE DE REUNIÓN: Reunión sobre informe de gestión
red regional de universidades del alto magdalena – ruam
2022-2023

CIUDAD Y FECHA: 04 de mayo de 2023 – Girardot, Cundinamarca

HORA: 8:00 AM- 12:00 PM

LUGAR: Presencial, auditorio principal de la universidad – Universidad de Cundinamarca

ASISTENTES: Giovanni Quijano

Docente responsable proceso (Interacción social universitaria)

German Santiago García Torres

Estudiante de Administración de Empresas – Pasante ISU.

Wilson Steven Herrera pineda

Estudiante de Administración de Empresas – Pasante ISU.

William Julián Calderón Cortes. |

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (801) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.880.082-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional



Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU.

Juan Camilo Chicaiza Chaucanes

Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU.

Brayan Santiago Mendoza Aldana

Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU

ORDEN DEL DÍA:

1. Incentivar el uso adecuado de repositorios de investigación para aumentar las habilidades de divulgación del conocimiento, a través de integración interinstitucional con actores de la Red RUAM

DESARROLLO DE LA SESIÓN:

En la primera parte de la reunión que se realizó en el auditorio, se presentó el señor Juan Carlos Cuadros Gómez director de la universidad nacional abierta y a distancia UNAD explicando el nodo de bienestar universitario que fue creado en el mes de mayo de 2019 con el propósito de servir como articulador de los ejercicios de bienestar de las universidades aliadas y buscar la participación y promoción de los diferentes eventos mediante canales de comunicación asertivos y efectivos que den cuenta de la unión de las instituciones en eventos culturales, deportivos y artísticos.



Se presentaron las diferentes plataformas y medios de comunicación y se mostraron los productos que ofrece esto.

La misión del RUAM es el Centro de Estudios Regionales y Urbanos para la Sostenibilidad (CERUS) busca llevar a cabo investigaciones (básicas y aplicadas) teniendo como objeto de estudio el territorio en sus dimensiones física, socioeconómica y ambiental en las escalas urbana, rural y regional con rigurosidad científica, de tal manera que se genere conocimiento que permita dar soluciones a situaciones problema que sean acordes con la realidad creando y/o consolidando relaciones sinérgicas entre los diferentes actores públicos y privados. Esto, teniendo en cuenta las líneas y sublíneas de investigación establecidas por la corporación en las que el principio de sostenibilidad es transversal y nortea nuestra labor.

La visión del RUAM es el Centro de Estudios Regionales y Urbanos para la Sostenibilidad (CERUS) se proyecta como una institución de referencia en el contexto regional y nacional, por instituciones públicas y privadas, debido a la calidad e impacto de su labor investigativa y actividades complementarias.

Ellos tienen como objeto social principal el estudio del territorio en sus dimensiones físico-espacial, socio-económica, cultural, jurídica, administrativa, ambiental y de gestión en las escalas urbana, rural y regional con el fin de generar bienes públicos de conocimiento para el país a través de actividades investigativas y de oferta de servicios.

CERUS tiene convenio con la UDEC, Este convenio permite fomentar la educación de profesionales con el fin de realizar una mejor gestión del

conocimiento, a su vez, se fortalecerán proyectos que se generen a partir de actividades académicas con el fin de reforzar las relaciones con el sector externo de ambas instituciones además de la dinámica social de CERUS.

Convenio con EDARTES, Este convenio tiene como fin adquirir compromisos establecidos en común acuerdo entre EDARTES y CERUS los cuales permiten conformar proyectos destinados a impulsar procesos investigativos recreados en la puesta en escena y fortalecimiento de la didáctica para la enseñanza de las artes.

Convenio con ASOJUNTAS, Este convenio tiene como objetivo principal diseñar e implementar programas y proyectos dirigidos al desarrollo sostenible de las comunidades estableciendo vínculos directos con organizaciones afines abordando conjuntamente temas de naturaleza de las dos instituciones.

Convenio con CAMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT, La visión de CERUS es proyectarse como institución de referencia en el contexto regional y nacional por instituciones públicas y privadas debido a la calidad e impacto en el medio de su labor investigativa.

Se despejaron las dudas que tenían los estudiantes del paso a paso del desarrollo del evento en donde se explicó cada parte de su elaboración

Compromisos y responsables:

1. Asistieron diferentes docentes y estudiantes de la universidad de Cundinamarca
2. Pasantes: German Santiago García Torres

Estudiante de Administración de Empresas – Pasante ISU.



Wilson Steven Herrera pineda
Estudiante de Administración de Empresas – Pasante ISU.

William Julián Calderón Cortes.
Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU.

Juan Camilo Chicaiza Chaucanes
Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU.

Brayan Santiago Mendoza Aldana
Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU

3. Giovanni Quijano

Docente responsable proceso (Interacción social universitaria)

Giovanni Quijano



ADO010_V8

Página 6 de 9

Docente responsable del proceso de interacción social
universitaria



Brayan Santiago Mendoza Aldana
Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU.

Diagonal 18 No. 20-20 Fusagasmá – Cundinamarca
Teléfono: (801) 6281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.undinamarca.edu.co E-mail: info@undinamarca.edu.co
NIT: 890.880.082-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional

Anexo evidencia:



Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (001) 5201483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 800.880.002-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional



Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá - Cundinamarca
Teléfono: (801) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.cundinamarca.edu.co E-mail: info@cundinamarca.edu.co
NIT: 800.880.082.2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional



Copia: NA

Anexos: NA

Elaboró: Santiago Mendoza – Pasante

21.1-47.4

Encuentro con diferentes entidades institucionales para la creación del observatorio

Encuentro con las diferentes entidades e instituciones que harán participe en la creación y apoyo en el observatorio de emprendimiento en donde se realiza la respectiva toma de información para poder formar el acta y resaltar los puntos más relevantes de la sesión, el encuentro se realizó en las instalaciones del Sena a las 3:30pm el día 10 de mayo del 2023, en esta sesión se presentó la propuesta que los docentes de la universidad de Cundinamarca llevaban planteada, en donde esta resalta la información recolectada y la caracterización y la generación de espacios, a continuación evidenciara el acta realizada de esta sesión.

Figura. Evidencia Fotográfica



16.

ACTA No. 0013 DEL 2023-03-08

CLASE DE REUNIÓN: Encuentro con las diferentes entidades e instituciones que harán participe en la creación y apoyo en el observatorio de emprendimiento.

CIUDAD Y FECHA: 10 de mayo de 2023 – Girardot, Cundinamarca.

HORA: 03:30 p.m.

LUGAR: Sede principal del Sena.

ASISTENTES: Leidy Laura Daza Poveda

Docente administración de empresas - apoyo ISU

Laurentino Carranza

Coordinador de programa administración de empresas

Juan Andrés Godoy

Docente Administración de empresas – Apoyo ISU

Leidy Malagon

Universidad Uniminuto

Ángel Lucero

Universidad Uniminuto

Adriana Leal Rodríguez

Cámara de Comercio

Melina Bernal

Instituto de Cultura

Lina Matta

Instituto de Cultura

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (601) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.uccundinamarca.edu.co E-mail: info@uccundinamarca.edu.co
NIT: 890.890.962-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional



ADOI010_V8

Página 2 de 7

Jenny Carolina Pérez Tobar
Sena CTDPC

Valentina Gonzales
Emprendimiento

Omar Guiovanly Quijano
Docente administración de empresas - Líder ISU

Brayan Santiago Mendoza Aldana
Estudiante administración de empresas – Pasante ISU

ORDEN DEL DÍA:

1. Presentación de la propuesta de la elaboración de un observatorio de emprendimiento.
2. Intervención de las entidades e instituciones dando su aporte.
3. Tareas designadas.
4. Conclusiones y cierre.

DESARROLLO DE LA SESIÓN:

Se inició la reunión a las 3:30 p.m. en las instalaciones del Sena, donde se encontraron las diferentes entidades e instituciones, se presentaron y de inmediato se comenzó a socializar la propuesta que los docentes de la universidad de Cundinamarca llevaban planteada donde se habla de resumir toda la información recolectada donde se defina el camino del observatorio, la caracterización y la generación de espacios.

Además, se habló de buscar el enlace con la gobernación para invitar a los programas de turismo con los diferentes entes educativos; se propuso a que dos o tres personas externas lean el documento para que den su opinión, se realizó una respectiva delegación de actividades a instituciones o entidades para el observatorio, en el observatorio en la página web se acordó dejar información que

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (801) 6281483 Línea Gratuita: 019000180414
www.universidadcundinamarca.edu.co E-mail: info@universidadcundinamarca.edu.co
NIT: 890 890 062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional



ayuden a los empresarios como capacitaciones sobre indicadores financieros, programación financiera, plantillas que ayuden a los emprendedores a identificar algunos indicadores financieros de su emprendimiento, fortalecimiento en la segmentación de clientes y en el fortalecimiento en el flujo de caja.

Se presenta el post del webinar tendencias en turismo en el entorno emprendedor: miércoles 12 de abril

Se presentó en el webinar:

Matías de escala (u nacional de salta argentina)
 Mauricio Arciniegas (coordinador tandem xielo sky dive)
 Oscar forero (líder turístico)
 Saady Giovanna niño

Se presento el informe del webinar tendencias del turismo en el entorno emprendedor Propósito conectar a la comunidad interna y externa con la universidad de Cundinamarca y en las universidades invitadas de tal forma que a través de diferentes espacios de interacción se pueda;

- Dimensionar las nuevas formas de hacer empresa
- Visibilizar lo que la universidad hace en pro del desarrollo regional
- Proporcionar espacios de dialogo y co- creación con la comunidad
- Motivar y brindar herramientas para el desarrollo de ideas y negocios

Aportar conocimientos para mejorar las relaciones cliente/empresas

Compromisos y responsables:

1. Traer una propuesta o una herramienta que crean las instituciones que pueda aplicar para el alcance de cada uno
2. Asistir a una próxima reunión el día 7 de junio miércoles a las 3:30 de la tarde en la sede principal del Sena







Crear y difundir piezas publicitarias por las redes sociales de la universidad para incentivar y promover diferentes actividades de isu

La interacción social universitaria realiza la creación y difunde las piezas digitales publicitarias que ayudan a los eventos de la universidad de Cundinamarca, se realizaron diferentes post para el evento 10 festival del maíz en donde se promueve esta actividad para que la comunidad Girardoteña y la universidad de Cundinamarca interactúe en esta actividad cultural, además se realizó un video a la empresa donde Toty quien necesitaba un post para vender en el día de las madres, brindándole una herramienta que le ayudara a incrementar sus ventas, a continuación usted podrá observar el producto terminado

Figura. Evidencia Fotográfica

X FESTIVAL DEL MAIZ
TRAE TU PANELA
ES NUESTRO TURNO!

DIA: 15 al 19 Mayo
 LUGAR: Portería de la Universidad

Se invita a la comunidad universitaria a apoyar el x festival del maiz donando PANELA

DIA: 9 al 12 mayo
 LUGAR: Portería de la Universidad

Se invita a la comunidad universitaria a apoyar el x festival del maiz donando PANELA

Logos: UDEC, 30 años, ISU, Festival del Maiz

10 FESTIVAL DEL MAIZ

FERIA EMPRESARIAL

VENTA DE HUEVO CRIOLLO ORGANICO AZUL-VERDE ROSADO

FECHA: 23-24-25
 UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

"HERRAMIENTAS DIGITALES PARA HACER NETWORKING EFECTIVO"

Aprende cómo tener un perfil LINKEDIN optimizado para ser más efectivo en el mercado

FECHA: 24 MAYO
 HORA: 7 PM
 LUGAR: AUDITORIO UCUNDINAMARCA GIRARDOT

Logos: UDEC, 30 años, ISU, INIC, Dirección General de Marketing



X FESTIVAL DEL MAIZ

JORNADA FORMAZARTE
REINICIA TU CUERPO!!
 JORNADA DE SALUD, CULTURA Y DEPORTE
PORQUE EL MAIZ ES ENERGIA Y LA ENERGIA ES SALUD!!
23 MAYO
4 PM-6PM
 AUDITORIO UCUNDINAMARCA

10 FESTIVAL DEL MAIZ

CONFERENCIA DE CIANOTOXINAS EN CUNDINAMARCA

DESCUBRE LAS TOXINAS PRODUCIDAS POR UN GRUPO DE BACTERIAS DENOMINADAS CIANOBACTERIAS, SU FUNCION Y EL DAÑO QUE LE PUEDE HACER AL SER HUMANO

DR. FREDY DUQUE
 DOCENTE DE INGENIERIA AMBIENTAL DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA, FULBERTO MANRIQUE DE CUNDINAMARCA, DIRECTOR DE CIBERIA BIOTECNOLOGIA

FECHA: 25 | 11
MAYO | AM
LUGAR: AUDITORIO UCUNDINAMARCA GIRARDOT

Logos: UDEC, 30 años, ISU



10 FESTIVAL DEL MAIZ

EVENTO DE INAUGURACION

PRESENTACIONES

- MAGAZINE
- AGRICULTURA AL DIA
- TODITICO BIEN EMPACAO
- DANZA TRADICIONAL SERES

FECHA: 23 | 9
MAYO | AM
 UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

Logos: UDEC, 30 años, ISU



**PAELLA MIXTA
ACOMPAÑADA
DE PAN DE AJO.
POR SOLO
\$39.999**





**CHURRASCO
MADURADO DE 350
GR
PAPA, YUCA, ARROZ,
ENSALADA,
CHIMICHURRI Y
GUACAMOLE.
POR SOLO \$29.999**

**PARRILLADA DE 3
CARNES
(MINI CHURRASCO,
COSTILLA DE CERDO
AL HORNO, PECHUGA,
CHORIZO, RELLENA,
PAPA, YUCA,
GUACAMOLE,
CHIMICHURRI.)
POR SOLO \$29.999**



PLATO DE 2 CARNES

-  **BEEF STROGANOF
(JULIANAS DE CARNE
EN SALSA DE VINO
TINTO)**
-  **CORDON BLUE
(PECHUGA APANADA
RELLENA DE JAMON Y
 QUESO)**

**ACOMPANADO DE
ARROZ, PURÉ DE
PAPA Y ENSALADA
.
POR SOLO \$24.999**

Reunión sobre la explicación y divulgación del centro de estudios regionales y urbanos para la sostenibilidad (cerus)

Se realiza la asistencia a la reunión (CERUS) en donde hace la respectiva explicación del centro de estudios regionales y urbanos para la sostenibilidad, en esa reunión (CERUS) le explica a la comunidad universitaria sus objetivos teniendo en cuenta el estudio del territorio en sus dimensiones socioeconómicas, ambientales y físico-espaciales, se realizó la respectiva acta sobre este evento.

Figura. Evidencia Fotográfica



16.

ACTA No. 00010 DEL 2023-05-11**CLASE DE REUNIÓN: explicación y divulgación del centro de estudios regionales y urbanos para la sostenibilidad (CERUS)****CIUDAD Y FECHA:** 11 de mayo de 2023 – Girardot, Cundinamarca**HORA:** 8:00 AM- 12:00 PM**LUGAR:** Presencial, auditorio principal de la universidad – Universidad de Cundinamarca**ASISTENTES:** Giovanni Quijano

Docente responsable proceso (Interacción social universitaria)

Brayan Santiago Mendoza Aidana

Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU

ORDEN DEL DÍA:

1. Explicar y divulgar el programa del centro de estudios regionales y urbanos para la sostenibilidad(CERUS)

DESARROLLO DE LA SESIÓN:

Se desarrolla la actividad en el auditorio de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot en donde el centro de estudios regionales y urbanos para la sostenibilidad (CERUS) le explica a la comunidad y a la sociedad universitaria sus objetivos, la corporación centro de estudios regionales y urbanos para la sostenibilidad CERUS teniendo como objeto social principal el estudio del territorio en sus dimensiones físico-espacial, socio-económica y ambiental en las escalas urbana, rural y regional realiza el siguiente informe, en conjunto con la cámara de comercio de Girardot, alto magdalena y Tequendama, tomando en consideración la necesidad de conocer el comportamiento del sector empresarial del municipio de Girardot en el periodo 2018-2021 a partir del tipo de matriculas (inactiva, activa, cancelada y renovada).

se promueve el conocimiento llevando a cabo actividades como: divulgación científica, formación, desarrollo tecnológico, asesorías y consultorías científicas y apropiación del conocimiento. la corporación procura fomentar y generar progreso en la región a partir de la investigación.

el centro de estudios regionales y urbanos para la sostenibilidad (CERUS) tiene como ámbitos de investigación el análisis del territorio en las escalas urbana, rural y regional, entendiendo el territorio como el espacio apropiado por el hombre, un espacio socialmente construido a lo largo de la historia en el cual los grupos humanos ejercen dominio (territorialidad). en esta lógica, y debido a que las relaciones sociales cambian en el tiempo, el territorio también cambia reflejando esta realidad en continua evolución.

Se despejaron las dudas que tenían los estudiantes del paso a paso del desarrollo del evento en donde se explicó cada parte de su elaboración

Compromisos y responsables:

1. Asistieron diferentes docentes y estudiantes de la universidad de Cundinamarca
2. Pasantes:
Brayan Santiago Mendoza Aldana
Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU
Giovanni Cujano
Docente responsable proceso (Interacción social universitaria)



ADORN18_V8

Página 4 de 8

Omar Giovanni Quijano
Docente responsable proceso
(interacción social universitaria)
programa administración de empresas

Brayan Santiago Mendoza Aldana
Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU

Anexo evidencia:

Diagonal 18 No. 39-29 Florencia - Cuenca
Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 012000188418
www.udc.edu.ec E-mail: info@udc.edu.ec
1811 865 081 882-3

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
(Asegúrese que corresponde a la última versión consultando al Portal Institucional)



Calle 18 No. 29-01 Funasgash – Ciudad Nueva
Teléfono: (51) 8201484 Línea Gratuita: 018000188414
www.udec.edu.pe E-mail: info@udec.edu.pe
Fax: 009-090-3624

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad.
(Según se corresponde a la última versión controlado el Portal Institucional)



Copia: NA
Anexos: NA
Elaboró: Santiago Mendoza – Pasante
21.1-47.4

Reunión sobre la política nacional de mercados verdes, el programa nacional de biodiversidad, la misión crecimiento verde y el plan de negocio verdes 2022-2030

La reunión sobre la política nacional de mercados verdes, el programa nacional de biodiversidad, la misión crecimiento verde y el plan de negocios verdes 2022- 2030 se llevó a cabo en las instalaciones de la universidad de Cundinamarca seccional Girardot el día 16 de mayo del 2023 en donde se explican e identifican cuales son las políticas nacionales de los mercados verdes, esta actividad fue dirigida por el asesor de la alcaldía de Girardot RUBEN DARIO GARZON HERNANDEZ quien pertenece a la oficina de asesoría de planeación, re recolecto la información de la reunión y se realizó la respectiva acta que vera a continuación.

Figura. Evidencia Fotográfica



ADOr010_V8

Página 1 de 21



16.

ACTA No. 0019 DEL 2023-05-16

CLASE DE REUNIÓN: Reunión sobre la política nacional de mercados verdes, el programa nacional de biodiversidad, la misión crecimiento verde y el plan de negocios verdes 2022-2030

CIUDAD Y FECHA: 16 de mayo de 2023 – Girardot, Cundinamarca

HORA: 8:30 PM- 08:30 PM

LUGAR: Presencial, aulas universitarias – Universidad de Cundinamarca

ASISTENTES: Giovanni Quijano
Docente responsable proceso (Interacción social universitaria)

Brayan Santiago Mendoza Aldana
Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU

ORDEN DEL DÍA:

- Explicar e identificar cuáles son las políticas nacionales de mercados verdes, el programa nacional de biodiversidad, la misión de crecimiento verde y el plan de negocios verdes del 2022 hasta el 2030

DESARROLLO DE LA SESIÓN:

En la primera parte de la reunión que se realizó en las aulas de la institución universidad de Cundinamarca, seccional Girardot, se presentó el asesor de la alcaldía de Girardot RUBEN DARIO GARZON HERNANDEZ que pertenece a la oficina asesore de planeación en donde nos explicó los siguientes temas:

MERCADOS VERDES

Pertencen a diferentes sectores productivos, siempre y cuando cumplan con los criterios de los negocios verdes y las características que se mencionan en la definición oficial citada en el Plan Nacional de Negocios Verdes 2022-2030.

- Son muchos los retos a los que se enfrenta el mundo y Colombia relacionados con el medio ambiente, la economía, la salud, la alimentación y el bienestar, entre otros.
- Los negocios verdes (NV) contribuyen a minimizar muchos de esos retos y el PNNV traza el camino para potenciarlos y promover un desarrollo sostenible.

NEGOCIOS VERDES

A qué sectores pertenecen los negocios verdes:

Pertenecen a diferentes sectores productivos, siempre y cuando cumplan con los criterios de los negocios verdes y las características que se mencionan en la definición oficial citada en el Plan Nacional de Negocios Verdes 2022-2030.

NUEVAS TENDENCIAS

A nivel nacional e internacional, se vienen generando nuevas tendencias en el comportamiento de los consumidores, que cada vez exigen productos y negocios más sostenibles y de triple impacto. Esta tendencia de consumo genera oportunidades para el desarrollo de negocios verdes y, en el marco del plan PNNV, origina nuevas categorías.

DECALOGO DE TENDENCIAS EN NEGOCIOS VERDES

- SOLUCIONES BASADAS EN LA NATURALEZA
- SUSTITUCION DEL USO DE RECURSOS FOSILES POR EL USO DE BIOFERTILIZANTES
- CADENAS DE SUMINISTRO JUSTAS Y SOSTENIBLES
- CIRCULARIDAD DE LOS MATERIALES Y CICLOS EXTENDIDOS
- INNOVACION COLABORATIVA Y EXTENDIDA
- AGROSISTEMAS SOSTENIBLES Y REGENERATIVOS
- MOVILIDAD SOSTENIBLE
- CARBONO NEUTRALIDAD
- USO SOSTENIBLE DE LA BIODIVERSIDAD
- ENERGIAS LOCALES RENOVABLES

TIPOLOGIA DE NEGOCIOS VERDES

PNNV: IDENTIFICA TRES TIPOS DE NEGOCIOS VERDES

- EMPRENDIMIENTOS VERDES
- NEGOCIOS VERDES AVALADOS
- ANCLAS VERDES

EMPRENDIMIENTOS VERDES:

Negocios en gestación que desde su ideación se orientan al cumplimiento de los criterios de los negocios verdes

NEGOCIOS VERDES AVALADOS

Negocios conformados que cuentan con operaciones comerciales y cumplen con los criterios de los negocios verdes

ANCLAS VERDES

Negocios que cumplen con los criterios de NV o que homologan certificaciones de sostenibilidad. Ya están consolidados e incorporan otros NV en sus redes de suministro y cadenas de valor en general

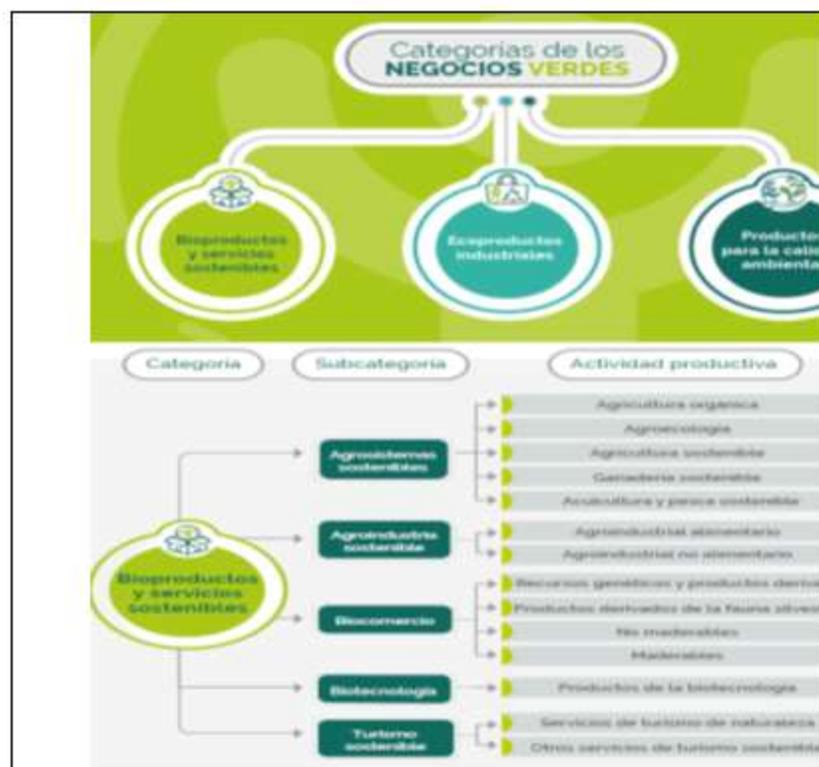
CRITERIOS NEGOCIOS VERDES**1. ECONOMICOS:****Viabilidad económica del negocio****Sociales**

Responsabilidad social en la empresa
 R.S. en la cadena de valor de la empresa
 R.S. al exterior de la empresa

- Impacto ambiental positivo
- Enfoque de ciclo de vida
- Vida útil

Ambientales

- Sustitución de sustancias o materiales peligrosos
- Reciclabilidad de los materiales o uso de materiales reciclados
- Uso eficiente y sostenible de recursos para la producción del bien o servicio
- Comunicación de atributos sociales o ambientales asociados al bien o servicio
- Esquemas, programas o reconocimientos ambientales o sociales implementados o recibidos









¿CÓMO APRENDE TU CEREBRO?

- 10% LEYENDO
- 20% OYENDO
- 30% OBSERVANDO
- 50% ASISTIENDO
- 70% DEBATIENDO
- 80% PRACTICANDO
- 95% ENSEÑANDO

ERRORES TÍPICOS DEL EMPRENDEDOR:

No empezar

HE DECIDIDO ENFRENTAR LA REALIDAD, ASÍ QUE APENAS SE PONGA LINDA ME AVISAN

Pensar que no hay competencia

Negocio que no conoce	Socios inadecuados
	
Descuidar aspectos legales	Emprender por moda/desempleo
	

No generar suficientes ingresos para subsistir



No estudiar o conocer su mercado



ACTITUDES EMPRENDEDORAS

- Visión de futuro
- Pensamiento flexible
- Creatividad
- Autoaprendizaje y gestión del conocimiento
- Identificación de oportunidades
- Innovación
- Materialización de ideas en proyectos
- Capacidad para asumir riesgos
- Comportamiento autorregulado

COMPORTAMIENTOS EMPRENDEDORES

Tienen que ver con los valores del hacer y con el componente conductual de las actitudes

- Planificar
- Soñar
- Definir metas
- Informarse
- Conocerse y conocer el entorno
- Prever resultados
- Ejecutar
- Tomar decisiones
- Actuar
- Evaluar

PROCESOS DE PENSAMIENTO QUE FAVORECEN EL EMPRENDIMIENTO

- Pensamiento lateral: Observar, atender, concentrarse, buscar, encontrar datos, elementos u objetos.

- Pensamiento Lógico: Ordenar, clasificar comprender, asociar, relacionar, sintetizar, analizar.
- Pensamiento estratégico: Organizar secuencias para alcanzar objetivos, trazar planes, anticipar, valorar, encontrar los medios para hallar algo, soluciones, ideas.
- Pensamiento creativo: Encontrar lo oculto, proponer nuevas o diferentes opciones o ideas para solucionar un problema o realizar una acción.

HABILIDADES PARA EL CRECIMIENTO PERSONAL Y EL DESARROLLO PERSONAL

1. AUTOFORMACIÓN (Apropiar nuevos saberes, mantenerse actualizado)
2. CRECIMIENTO PERSONAL (Gestionar su propio desarrollo personal e integral, dejar huella, legado en la sociedad).
3. CREDIBILIDAD (Valores, principios, integridad, ética, consecuente)
4. COMUNICACIÓN INTELIGENTE (Escuchar, expresar ideas de manera asertiva, equilibrar aspectos emocionales y racionales).
5. SENSIBILIDAD SOCIAL (Identificarse con distintas causas)

CREATIVIDAD E INNOVACION

¿Cuáles son los sectores claves para emprender?

La creatividad sirve para expresar una idea o concepto

La innovación busca resolver problemas

SECTORES CLAVES PARA EMPRENDER

1. El que tenga más problemas o necesidades por resolver
2. Cuenta con beneficios tributarios o incentivos gubernamentales
3. Te permite ser más innovador
4. Tiene un mercado amplio y potenciales consumidores con capacidad de compra
5. Plus: No cuenta con tantos competidores aún

DONDE ENCONTRAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

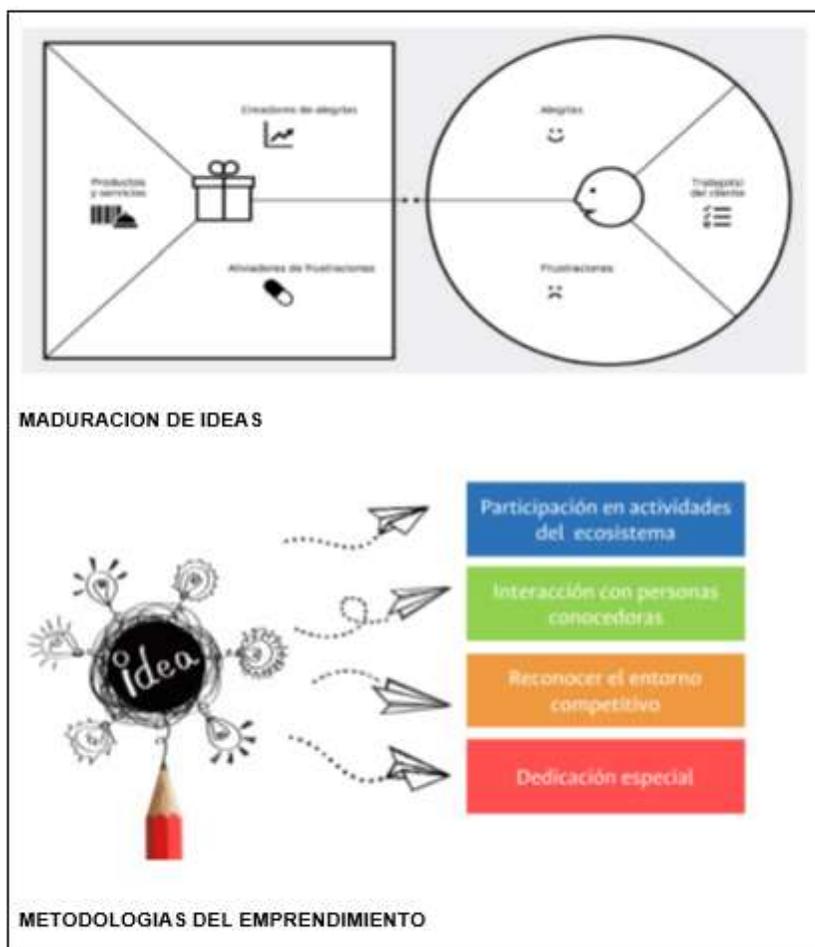
- ECONOMIA CIRCULAR
- TRANSFORMACIÓN DIGITAL
- BIOECONOMIA
- EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE
- TURISMO INTELIGENTE, RURAL, SALUD ETC.
- INNOVACION SOCIAL
- SECTOR BIENESTAR
- GOVTECH

- GASTRONOMIA SALUDABLE
- BEBIDAS SALUDABLES
- ALIMENTOS FRESCOS, ECOLOGICOS
- BIENES Y SERVICIOS CON VALOR AGREGADO

¿QUE ES UNA IDEA DE NEGOCIO?



PROPUESTA DE VALOR



Nos permiten **conceptualizar** y **definir** Modelos de Negocio de una forma **práctica** a partir de una idea de negocio.



“El modelo de negocio describe cómo las organizaciones crean, entregan y capturan valor.”

—Business Model Generation, Alex Osterwalder & Yves Pigneur.

DESIGN THINKING



CANVAS

El CANVAS debe ser entendido como el "Lienzo" en donde se plasman la idea y conceptos para el trabajo y desarrollo de áreas neurálgicas en la definición del modelo de negocio.

LEAN CANVAS

Consiste en 9 bloques de construcción que le permiten diseñar cada modelo de negocio que usted pueda imaginar.

Problema Top 3 problemas	Solución Top 3 características Métricas Claves Actividades clave que miden	Propuesta de Valor Única Un claim, conocimiento y percepción masiva que explique por qué uno difiere y por qué vale la pena prestarle atención	Ventaja Injusta Que no se pueden copiar o comprar fácilmente Canales Camino hacia los consumidores	Segmento de Clientes Clientes meta
Estructura de Costos Costos de Adquisición de Clientes Costos de Distribución Salarios Impuestos		Fuentes de Ingresos Modelo de Ingresos Valor de tiempo de vida Ingresos Margen Bruto		

CANVAS OSTERWALDER

Estructura organizacional	Actividades clave	Procesos de valor	Métricas con clientes	Segmentos de clientes
	Recursos clave		Canales	
Estructura de costos		Flujos de ingresos		

PLAN DE NEGOCIOS

Es una herramienta que permite visualizar y proyectar el futuro de una **idea de negocio**, para convertirlo en una empresa.

Su objetivo es **presentar** toda aquella información relevante a fin de identificar la viabilidad en todos los aspectos del negocio.

Es indispensable su elaboración para obtener **recursos** de capital.

COMPONENTES GENERALES



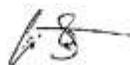
- i. Son ayudas creadas por gobierno (local, nacional o internacional), a fin de "controlar o incentivar" el mercado. (innpulsa, fondo emprender, Bavaria)
- j. Finalmente, existen otros *productos financieros (bancarios o no bancarios)* como el leasing, el renting, factoring, acreedores, financiación en divisas y sociedades de garantía recíproca.

Se despejaron las dudas que tenían los participantes del paso a paso del desarrollo del evento en donde se explicó cada parte de su elaboración

Compromisos y responsables:

- Asistieron diferentes docentes y estudiantes de la universidad de Cundinamarca
- Pasantes:
- Brayan Santiago Mendoza Aldana
Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU
- Giovanni Quijano

Docente responsable proceso (Interacción social universitaria)



 Giovanni Quijano
 Docente responsable del proceso de interacción social universitaria



 Brayan Santiago Mendoza Aldana
 Estudiante Administración de Empresas – Pasante ISU



1.3 la imagen es una fotografía de la asistencia del evento mencionado anteriormente



1.4 la imagen es una fotografía de la asistencia del evento mencionado anteriormente

Copia: NA
Anexos: NA
Elaboró: Santiago Mendoza – Pasante
21.1-47.4

Crear y difundir piezas publicitarias por las redes sociales de la universidad para incentivar y promover diferentes actividades de isu

La interacción social universitaria realiza la creación y difunde las piezas digitales publicitarias que ayudan a los eventos de la universidad de Cundinamarca, se realizó una pieza publicitaria para el evento marketing live, en donde se dieron estrategias para incrementar las ventas por medio de redes sociales, a continuación, usted podrá observar el resultado final que se recomendó para el evento

Figura. Evidencia Fotográfica



Realización de encuesta a empresarios del sector asignado por el docente líder

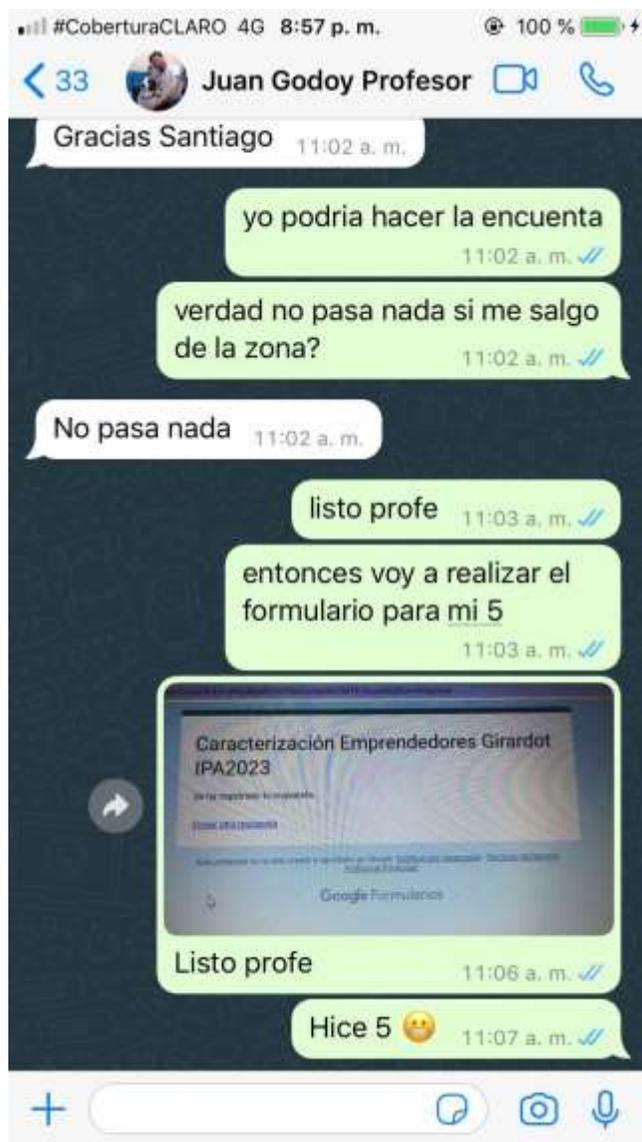
Por medio de una encuesta que nos brindó el profesor JUAN ANDRES GODOY se realizó una caracterización a los empresarios que no tuviesen más de 4 años en el mercado, además estos emprendedores son seleccionados por las diferentes zonas de

Girardot, en mi caso se realizó 5 encuestas a los empresarios de la zona granada de Girardot, a continuación, usted podrá observar las evidencias de esta actividad.

Figura. Evidencia Fotográfica

Apellidos y Nombres del Pasante	Asistió Reunión	Numero Empresas	ZONA ASIGNADA	EJECUCIÓN
Guzmán Garcia Eddler Santiago	SI	4	SUCRE	4
Mendoza Aldana Brayan Santiago	SI	4	GRANADA	3
Sanchez Polania Natalia	SI	4	UNICENTRO	4
Garcia Torres German Santiago	SI	5	ALTO DE LA CRUZ	8
Reyes Diaz Michel Alexandra	SI	4	KENNEDY	
Ayala Arciniegas Santiago	SI	4	SANTA ISABEL	
Calderon Cortés William Julián	SI	4	GRANADA	4
Rodríguez Torres Natalia	SI	4	MIRAFLORES	2
Herrera Urbano Paola Andrea	SI	4	CENTRO (PARQUE)	
Forero Sánchez Jorge Eliecer	SI	4	CENTRO (PARQUE)	
Montoya Ruiz Esteban	SI	4	CENTRO (PARQUE)	
Moscoso Abril Diana Carolina	SI	4	CENTRO (PARQUE)	
Ricaurte Moreno Diarixa Yuliana	SI	4	VIA NARIÑO	
Cerquera Horta Luis Alexis	SI	5	SANTANDER	7
Herrera Pineda Wilson Steven	SI	5	VIA NARIÑO	4
Cárdenas Díaz Juan Camilo	SI	4	CENTRO (10ma)	
Chicaiza Chaucaes Juan Camilo	SI	5	ALTO DE LA CRUZ	5
Montes Rodriguez Nathaly Margareth	SI	4	KENNEDY	3
Ávila Vargas Andrea del Pilar	SI	4	SUCRE	4
Castillo Delgadillo Daniela Carolina	SI	4	CENTRO (10ma)	4
Rodríguez Hernández Sarah Michelle	SI	4	UNICENTRO	4
Valencia Urrea Angie Vanessa	SI	4	SANTA ISABEL	
GIOVANNI QUIJANO				3
TOTAL REALIZADAS				59





Recursos

Recursos humanos

- Docente Omar Giovanni Quijano
- Docente Juan Andrés Godoy
- Pasante Brayan Santiago Mendoza Aldana

Recursos materiales

- Papelería
- Celular
- Computador
- Impresora

Recursos institucionales

- Canva
- Correo electrónico
- Teams
- Plataforma institucional

Recursos financieros

- Servicio de internet
- Servicio de transporte
- Servicio de energía

Presupuesto

RECURSOS	PRESUPUESTO
ENERGIA	UNIVERSIDAD
RECURSOS TECNOLOGICOS	UNIVERSIDAD
DISPOSITIVO MOVIL	RECURSO PROPIO
INTERNET	UNIVERSIDAD
PAPELERIA	\$ 30.000
TOTAL	\$ 30.000

Cronograma

CRONOGRAMA IIPA 2022

Estrategias Institucionales de Relacionamiento, Interacción o Vinculación con el Sector Externo	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PROGRAMA	SEDE O EXTENSION	DESCRIPCION LA ACTIVIDAD
ACCIÓN ESTRATÉGICA 3. La Interacción Social Universitaria resuelve problemas del contexto local articulada a la Ciencia, Tecnología e Innovación	Webinaria Construyendo Región: Eventos en conjunto con las demás áreas sustantivas del programa para generar interacción entre los diferentes sectores de la economía. (2 eventos por semestre)	Administración de Empresas	Girardot	Evento interdisciplinario que pretende generar espacios donde los estudiantes interactúen con los diferentes sectores de la economía en busca de soluciones en pro del desarrollo de la región.
ACCIÓN ESTRATÉGICA 2. Servicios de la Interacción Social Universitaria: Asesorías, pasantías, voluntariado, consultorías y educación continuada.	"Asesorías" Acompañamiento y asesorías a Empresarios y Estudiantes Emprendedores de Girardot y el Alto Magdalena. (Según necesidades evidenciadas en proyectos de investigación de la facultad)"	Administración de Empresas	Girardot	Crear un espacio de asesorías virtuales para estudiantes, emprendedores y microempresarios de la región según necesidades evidenciadas en proyectos de investigación de la facultad.
ACCIÓN ESTRATÉGICA 4. Agentes participantes en la Interacción Social Universitaria.	Talleres de Design Thinking para estudiantes UCUNDINAMARCA	Administración de Empresas	Girardot	Taller con estudiantes de 3 y 5 semestre de ADE de la Ucindinamarca, para abordar la metodología Design Thinking en la creación de soluciones a problemáticas del entorno.
ACCIÓN ESTRATÉGICA 1. Diálogo de saberes con la comunidad. ACCIÓN ESTRATÉGICA 4. Agentes participantes en la Interacción Social Universitaria.	Epo Ucindinamarca y semana global del emprendimiento: Evento institucional que se hace en conjunto con todas las facultades de la Universidad de Cundinamarca. (Del 10 al 14 de octubre)	Administración de Empresas	Girardot	Estructurar y ejecutar un evento de una semana en el cual se muestre a la comunidad universitaria todo lo que los procesos de educación y aprendizaje, interacción social e investigación realizan para la formación integral de cada miembro de nuestra comunidad. Se realizan eventos como conferencias, congresos, charlas, webinars, concursos, cursos, muestras empresariales y emprendimientos.
ACCIÓN ESTRATÉGICA 1. Diálogo de saberes con la comunidad.	Desayuno con Empresarios y Graduados: Retroalimentación hacia la universidad.	Administración de Empresas	Girardot	Evento que busca recibir retroalimentación por parte de empresarios y graduados sobre las necesidades que evidencian en el mercado y cómo la universidad puede jugar un papel importante en la satisfacción de las mismas.

CRONOGRAMA IP 2023

Estrategias Institucionales de Relacionamiento, Interacción o Vinculación con el Sector Externo	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PROGRAMA	SEDE O EXTENSION	DESCRIPCION LA ACTIVIDAD
ACCIÓN ESTRATÉGICA 3. La Interacción Social Universitaria resuelve problemas del contexto local articulada a la Ciencia, Tecnología e Innovación.	1. Definir los componentes de enfoque que el observatorio de emprendimiento ejecutará.	Administración de Empresas	Girardot	Para ello se definirá la línea mandatos de investigación que el proyecto va a seguir definido como la: "Gestión, emprendimiento, organizaciones sociales del conocimiento y aprendizaje" donde se puedan desarrollar varias experiencias y actividades de emprendimiento que agusten a generar productos acordes con las condiciones de calidad establecidas por Fin Caritas en cuanto a apropiación social de
ACCIÓN ESTRATÉGICA 3. La Interacción Social Universitaria resuelve problemas del contexto local articulada a la Ciencia, Tecnología e Innovación.	2. Caracterizar los actores que componen el entorno emprendedor en el municipio de Girardot.	Administración de Empresas	Girardot	Para ello se diseñará un instrumento que permita ejecutar esta actividad con la muestra que se determine y poder así perfilar los emprendedores, espíritu e intención de crear empresa en Girardot. Como producto entregable de apropiación del conocimiento se entregará un Boletín Diágnosis.
ACCIÓN ESTRATÉGICA 1. Diálogo de saberes con la comunidad.	3. Generar espacios de diálogo y participación con las comunidades del entorno, del cual se realizará:	Administración de Empresas	Girardot	Realizar diferentes espacios de diálogo se va a realizar dos eventos online o presenciales donde se van incluir expertos internacionales y nacionales, para debatir y generar

Bibliografía

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA, Interacción Social Universitaria- ISU, Girardot,
2023

<https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/universidad/resena-historica>

<https://www.ucundinamarca.edu.co/interaccionuniversitaria/index.php/nosotros>

<https://www.ucundinamarca.edu.co/interaccionuniversitaria/>

Anexos

Evaluación del pasante a la empresa:

FACTORES DE DESEMPEÑO							
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
		1	2	3	4	5	
CALIDAD DE LA PASANTÍA	La empresa le permitió desarrollar habilidades que le aporten a su avance profesional.					x	La empresa me facilito desarrollarme y orientarme en habilidades para mi perfil profesional
ACTITUD Y COLABORACIÓN	La empresa realizo inducción y entrenamiento pertinente para el desarrollo de la actividad realizada					x	Si se desarrolló un acompañamiento periódico de los procesos por parte del líder
PUESTO DE TRABAJO	El área de trabajo asignada para el desarrollo su actividad fue la más adecuado					x	El sitio de trabajo fue cómodo y me permitió desarrollar las diferentes responsabilidades
ACOMPANIAMIENTO	La empresa realizó un acompañamiento efectivo al trabajo desarrollado por usted					x	La empresa destaco mis responsabilidades
DESARROLLO DE ACTIVIDADES	La empresa le brindó los recursos necesarios para desarrollar adecuadamente su actividad				x		La empresa me brindo todos los recursos necesarios
PUNTAJE PROMEDIO							4.8

Evaluación de la empresa al pasante:

FACTORES ACADÉMICOS (Marque con una X la calificación a otorgar, siendo 1 la más baja y 5 la más alta)							
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
		1	2	3	4	5	
COMPETENCIA PROFESIONAL	El estudiante relaciona el conocimiento adquirido en su formación académica con las actividades a desempeñar				x		
PARTICIPACIÓN EN PROCESOS	El estudiante aporta a la mejora continua de los procesos en los cuales tiene incidencia.				x		
HABILIDADES COMUNICATIVAS	El estudiante es capaz de transmitir los conocimientos tanto verbal como por escrito			x			
PRODUCTOS ENTREGADOS	El estudiante presenta con oportunidad y calidad los resultados generados en el desarrollo de su pasantía o práctica				x		
PUNTAJE PROMEDIO		3,75					