



Propuesta para el Funcionamiento del Observatorio de Emprendimiento Social y Solidario del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Regional Norte de Santander -Fase 3 modelo de boletín para la difusión y publicación de productos de investigación

Jhon Carlos Orjuela Bonilla

ID 514535

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Administración de Empresas

Marzo de 2022

Propuesta para el Funcionamiento del Observatorio de Emprendimiento Social y Solidario del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Regional Norte de Santander -Fase 3 modelo de boletín para la difusión y publicación de productos de investigación

Jhon Carlos Orjuela Bonilla

ID: 514535

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Director

Angélica María Carvajal Guerrero

Magister en finanzas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Administración de Empresas

Marzo de 2022

Contenido

Lista de tablas	5
Lista de tablas	6
Introducción	7
CAPÍTULO I. GENERALIDADES	9
1. Descripción del problema.....	9
1.1. Planteamiento del problema.....	9
1.2. Objetivos	10
1.2.1. Objetivo general.	10
1.2.2. Objetivos específicos.....	10
1.3. Justificación e impacto.....	11
1.4. Marco Referencial.....	12
1.4.1. Marco histórico	12
1.4.2. Marco teórico.	16
1.4.3. Marco legal.....	19
1.5. Diseño metodológico	20
1.5.1. Tipo de investigación.	20
1.5.2. Técnicas e instrumentos de medición y análisis.....	23
1.6. Cronograma.....	24
1.7. Presupuesto	24
CAPITULO II.....	26
2. Creación del formato del boletín informativo para el observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta.....	26
2.1. Importancia del Boletín informativo para el Observatorio de Emprendimiento Social y Solidario del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta.....	26

2.2. Estructura del formato del boletín informativo del Observatorio de Emprendimiento Social y Solidario del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta	27
2.2.1. Pasos para crear un boletín informativo.	29
CAPITULO III.....	32
3. Estrategias de difusión y publicación del boletín informativo para el observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta.	32
3.1. Estrategias de comunicación dentro de la organización.	32
3.1.1. Estrategias de contenidos en redes sociales	35
3.1.2. Tecnologías de la información y comunicación (tic).	36
3.1.3. Importancia de las TIC	36
3.1.4. TIC en la Educación Superior	38
3.1.5. Redes sociales como estrategia educativa y comercial. S.....	39
3.1.6. Los youtubers en la red.	40
3.2. Percepción de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Cúcuta	40
3.3. Estrategias de difusión y publicación del boletín informativo para el observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas	50
CAPITULO IV.....	52
Conclusiones	52
CAPITULO V.....	54
Recomendaciones	54
Referencias Bibliográficas	56
Anexos	59
Anexo A. Encuesta.....	59

Lista de tablas

Tabla 1. Cronograma de actividades.....	24
Tabla 2. Presupuesto inicial desarrollo trabajo de grado.....	24
Tabla 3. Presupuesto final desarrollo trabajo de grado	25

Lista de tablas

Figura 1. Estructura Orgánica del Observatorio de Emprendimiento.....	28
---	----

Introducción

La decisión de implementar un Observatorio de Emprendimiento social y solidario para el Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Regional Norte de Santander, es una proposición orientada a acrecentar las potencialidades de los estudiantes del área de Administración de empresas, para que logren irrumpir en nuevas competencias de contextos productivos en el mercado y desafiar los avances tecnológicos, de cara a las exigencias del conocimiento científico, innovación y tecnología del sector productivo del país.

La conceptualización de los observatorios de emprendimiento, es un tópico de forma multidisciplinar, de manera que es necesario hacer un sondeo amplio de diferentes tipos de documentos que describan decisiones respecto del emprendimiento, así como la articulación de observatorios para dar avance de los procesos y resultados de dichas iniciativas.

Los referentes bibliográficos, permitirán hacer una proyección apropiada de la visión del observatorio, teniendo en cuenta el contexto educativo en el que se realice y las demandas del mercado, respecto a las carreras propuestas por la Universidad que demanden de un desarrollo investigativo de cara a la innovación de los métodos productivos en el argumento local, regional y nacional.

La problemática latente que se observa en el municipio de San José de Cúcuta, al igual que en gran parte de la región, es el de generación de empleo, es decir el fomento a través del desarrollo económico empresarial y que las empresas solicitan fortalecimiento de las capacidades competitivas y es aquí donde los Observatorios de Emprendimiento, piensan dar solución para menguar en parte dicha problemática.

Es de gran importancia para la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Cúcuta) tomar las riendas para fortalecer el emprendimiento social, para esto se necesita conocer el estado situacional de los diversos observatorios presentes y sus diferentes acciones para suscitar nuevas

alternativas de solución, donde permitan proyectarse efectivamente con mayor solidez para así entrar a dar fortalecimiento a las ideas de negocios consecuentes, avalando un liderazgo a mediano y largo plazo, con habilidades de calidad, favoreciendo de esta forma a evolucionar la estructura productiva de la universidad, ofreciendo asesoría y apoyo a través de incitación potencial y así percibir la representación de cambiar en metas competitivas y seguir ejecutando en merced de la región.

CAPÍTULO I. GENERALIDADES

1. Descripción del problema

1.1. Planteamiento del problema

Hoy por hoy, la primordial predilección de la educación global, ha consolidado el desarrollo de tecnología continua y espíritu de negocios, como una herramienta de desarrollo formada para las personas, pero en San José de Cúcuta el alcance socioeconómico general, percibe un entorno empresarial que es la falta de una incertidumbre importante dentro de una organización gubernamental sorprendente de una sociedad responsable, capaz de proporcionar más que apoyo, un compromiso social a esta problemática notable presente en nuestra sociedad hoy día.

El presente proyecto, se realiza con el objetivo de conocer los aspectos que sobresalientes en la falta de un programa que impulsen a tener un espíritu emprendedor en los estudiantes de la Facultad de ciencias empresariales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Cúcuta y de cómo la implementación de este observatorio, influya en la vida personal y laboral de los estudiantes o aquellos que deseen formar parte de un equipo de innovadores sociales. Los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto De Dios, son personas absorbidas por el día a día, es decir trabajando y realizando actividades familiares en pro del beneficio mutuo o familiar, ajustados únicamente en el desempeño de sus responsabilidades.

Sin embargo, como próximo egresado de esta alma mater, es correcto dejar varias bases para que los siguientes practicantes, puedan robustecer la iniciativa planteada y de esta forma puedan implantar esas fronteras de elección, que permita emprender una mejora del mismo.

Teniendo en cuenta que el tipo de estudio es descriptivo, permite identificar los aspectos más relevantes de este modelo de emprendimiento, para posteriormente entablar encuestas que permitan establecer datos importantes que sirvan de estudio para todos los elementos del modelo. La muestra a utilizar es de tipo probabilístico, brindándole a todos los que intervengan en este proceso, la misma posibilidad de elegir una respuesta. De igual forma, se maneja una muestra

del tipo no probabilístico, donde se puede permitir, detallar visualizaciones particulares y propias de todas las partes de la encuesta.

A partir este modelo, se pretende esbozar un modelo de emprendimiento social que apruebe estimular la incubación de microempresas por parte de los alumnos de la Corporación Universitaria Minuto De Dios, por medio del desarrollo de un diagnóstico encaminado de los temas y aspectos adecuados para los estudiantes. Posteriormente, se analizará las cambiantes más representativas, que nos permitan cimentar todos los límites a desarrollar dentro del modelo para que finalmente del proceso, se diseñe el modelo por medio del cual se logre organizar herramientas y modelos de los temas centralizados en emprendimiento al principio descritos en la Corporación Universitaria Minuto De Dios.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general.

Diseñar la estructura Organizacional del observatorio de Emprendimiento social y solidario para el programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta -fase 3 modelos de boletín para la difusión y publicación de productos de investigación

1.2.2. Objetivos específicos

Crear el formato del boletín informativo para el observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta, de acuerdo con la estructura organizacional de las áreas de estudio del observatorio.

Proponer estrategias de difusión y publicación del boletín informativo para el observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta.

1.3. Justificación e impacto

Se ha podido observar en la ciudad de San José de Cúcuta, según el proceso de investigación, como día a día se forman innumerables empresas con variedad en el mercado, sin embargo no cada una de logran obtener la victoria y sostenerse lo suficiente para llegar a la madurez. Solo un mínimo porcentaje adquieren la suficiente fuerza para sortear los incontables obstáculos de un mercado cada vez más exigente. Solo un mínimo porcentaje logra conocer cuáles son las primordiales razones de dichas eventualidades, para poder hacer sentar un antecedente y así descubrir una pronta solución.

Por lo anterior, este plan esta direccionado a idear una iniciativa para la obra de un Observatorio, el cual busca fomentar una iniciativa que dará a conocer sus programas sociales, alineados a ofrecer una formación completa, a las personas que busquen fraguar negocios en el municipio de San José de Cúcuta, para que de esta forma, logre orientar los instrumentos, conocimientos y formación, con la cual marchen manifestando las múltiples capacidades, habilidades y destrezas que se requieren desarrollar para el beneficio de ellos mismos y su ámbito. El rol de los gobiernos locales, departamentales y nacionales, a través de sus políticas públicas y normatividad, es el de facilitar la promoción del emprendimiento social en un ambiente de menor incertidumbre, seguridad jurídica, grandes oportunidades, dinamismo empresarial y superiores condiciones para el mayor número poblacional de la región.

Con la ejecución de este proyecto, se pretende brindar un aporte a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Cúcuta, pues este contiene elementos y conceptos que representan un valor teórico sustancial importante por medio de los cuales se examina un municipio como Cúcuta, relacionadas con las personas que buscan emprender.

El Observatorio de Emprendimiento debe ser considerado y valorado por su capacidad para dar y afianzar la administración de observación sobre los fenómenos del ámbito, perfeccionando la lectura clara y específica sobre los diversos fenómenos y argumentos que transgreden (situación actual) e incidirán (situación futura) en los procesos de nuestras propias empresas, actores y territorios.

1.4. Marco Referencial

1.4.1. Marco histórico

Vega y Calvo, (2020) habla en su artículo “EL OBSERVATORIO DEL NOROESTE IBÉRICO: EMPRENDIMIENTO SOCIAL PARA UN TERRITORIO SOSTENIBLE”, publicado en la revista Euroamericana de Antropología, 10,20, pp 81-107, en donde recomienda para la generación de conocimiento la aplicación del modelo bottom-up direccionado a los procesos de innovación e implementación de las nuevas tecnologías de acuerdo con las tendencias que ofrece el mercado.

Esta investigación aporta al proyecto en donde pude buscar diferentes temas de investigación que sirvan como apoyo a los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, generar nueva innovación y nuevas tecnologías al servicio del observatorio en Cúcuta.

Hernández, (2016) en su documento “CREACIÓN DEL LABORATORIO DE EMPRENDIMIENTOS SOCIALES UNIVERSITARIOS DENTRO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA CIUDAD DE MÉXICO”, publicado en Universidad Iberoamericana Puebla, pp 189, en donde a través de este proyecto de maestría en gestión de empresas de economía social se da una propuesta para creación del laboratorio de emprendimientos sociales universitarios en México.

El aporte de esta investigación al proyecto, es divagar sobre algunos tips para lograr obtener las bases idóneas para conformar un buen observatorio regional que ayuden al ecosistema empresarial de norte de Santander.

Altschuler y Pastore, (2015) en su documento “ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN CLAVE DE DESARROLLO SOCIO-TERRITORIAL EN ARGENTINA. CONCEPTOS, POLÍTICAS PÚBLICAS Y EXPERIENCIAS DESDE LA UNIVERSIDAD”, publicado en Revista de Desarrollo Económico Territorial, pp 109-128, en donde a través de este proyecto, los autores proponen aportar elementos al análisis sobre la vinculación entre economía social y solidaria y el desarrollo socio territorial, a partir de experiencias desarrolladas desde la universidad pública en Argentina.

El aporte dado para la realización de este proyecto, es el de cumplir con los roles estratégicos en cuanto a la expansión y fortalecimiento del campo de la economía social y solidaria, articulados con los actores del propio campo.

Sanabria y Cubillos, (2014) en su documento “OBSERVATORIO EN EMPRENDIMIENTO: UNA POSTURA DESDE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE”, publicado en Revista de la Universidad de la Salle, (64), 111-130, manifiestan la opción de poder crear observatorios que conlleven a la comprensión y realidad de las organizaciones en general.

El aporte de este documento al proyecto actual es dar los lineamientos necesarios y orientados para el trabajo hacia la creación de un Observatorio de Emprendimiento desde diferentes posturas y perspectivas.

Ramírez y Salas, (2018) en su documento “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN OBSERVATORIO DE EMPRENDIMIENTO, DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, SECCIONAL GIRARDOT”, publicado en Facultad de

ciencias administrativas, económicas y contables de la Universidad de Cundinamarca, pp 74, determinan como objetivo primordial, el determinar qué tan próspero puede ser la ejecución de un Observatorio de Emprendimiento para el programa de Administración de Empresas seccional Girardot.

Es importante para este proyecto este documento, ya que el aporte es pretender acrecentar las contingencias de las personas innovadoras, para adherirse a herramientas que les admitan aumentar las posibilidades de desarrollo de los proyectos de empresa.

Ortiz, (2016) en su documento “EL OBSERVATORIO: UNA HERRAMIENTA PARA EL SECTOR SOCIAL, COOPERATIVO Y SOLIDARIO EN LA REGIÓN DEL TOLIMA, COLOMBIA”, publicado en Cooperativismo & Desarrollo, pp 161-189, propone dar cuenta sobre un observatorio como herramienta al sector social, cooperativo y solidario en el departamento del Tolima.

Este documento de apoyo es importante como aporte a datos ya que si bien es cierto que un observatorio tiene muchas exclusivas, es necesario manejarlo en red, en la que el trabajo colaborativo sea el eje primordial en la construcción de aspectos como la multiculturalidad y la multidisciplinaria.

Albernia y Contreras, (2018) a través del documento “ANÁLISIS DE LA DINÁMICA EMPRESARIAL DEL SECTOR SOLIDARIO EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER”, publicado en Repositorio Institucional UFPS Seccional Ocaña, pp 112, proponen la creación de mesas de trabajo colectivo, donde se realicen acciones, encaminadas en buscar beneficios sociales.

El aporte de este documento es precisar ciertos aspectos esenciales, que acceden a realizar una determinación que contenga información de cada una de las organizaciones que estén vinculadas al sector administrativo, contable y económico en el sector.

Cardona, y Soto, (2020) a través del documento “EMPREDIMIENTOS DE ECONOMÍA SOLIDARIA EN COLOMBIA”, publicado en Revista Venezolana de Gerencia, 2(1), pp 127-169, proponen el análisis respecto a las características del emprendimiento social, que avanza las organizaciones solidarias del municipio de Abrego, departamento Norte de Santander.

El aporte para este documento es el de hacer parte integral respecto a las dinámicas de la economía y desarrollo local del municipio, buscando las mejoras oportunas aplicadas al observatorio.

Arias (2019) a través del documento pasantía “ASISTENCIA EMPRESARIAL EN LA RUTA DE EMPREDIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN EL CENTRO DE EMPLEO Y EMPREDIMIENTO OCAÑA. “CEMPRENDO”, publicado en Repositorio Institucional UFPS Seccional Ocaña, pp 90, propone conocer el trabajo que soporta regularizar cada una de las diligencias de la ruta de emprendimiento en el centro de empleo y emprendimiento Ocaña “CEMPRENDO”.

El aporte recibido por este documento, es el de aprender a ofrecer acompañamiento administrativo en cuanto a la elaboración de planes de negocio, a través de asesorías a empresas orientados en la generación de sus procesos administrativos internos.

1.4.2. Marco teórico. Para darle un marco institucional al interés por el proceso de creación de nuevos emprendimientos, se genera un espacio académico multidisciplinario, donde podrán interactuar el conocimiento del campo conceptual del desarrollo emprendedor, el proceso emprendedor, aspectos técnicos de la formación de emprendedores y el análisis de distintas variables que conforman el ecosistema emprendedor.

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.

Algunos modelos de emprendimiento, asociados al tema a tratar en el presente trabajo son los siguientes:

Modelo VARELA. La formación de un empresario

“Es un proceso en el cual intervienen un sinnúmero de variables sociales, culturales, psicológicas y económicas que contribuyen, con un conjunto de conocimientos específicos, a desarrollar una serie de competencias que buscan lograr que este empresario en formación tenga altas probabilidades de convertirse en un empresario exitoso, capaz de generar riqueza y desarrollo social a lo largo de su vida” (Varela y Bedoya, 2006 p. 22).

Elementos conceptuales. Revisando las principales teorías el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi, encuentra procedente que el desarrollo del modelo tenga en cuenta los siguientes conceptos teóricos:

- El proceso de transformación
- El concepto de espíritu empresarial
- El concepto de cultura empresarial
- El concepto del líder empresarial.
- El proceso empresarial
- Los componentes de todo negocio
- Las etapas del proceso empresarial (Varela y Bedoya, 2006 p. 22).

Modelo de emprendimiento EIA. La EIA en el año 1999, crea el Centro de Innovación y Emprendimiento - CIE con el objetivo de ofrecer a los estudiantes un acompañamiento en el desarrollo de ideas empresariales y creación de nuevas empresas. Bajo este acompañamiento se materializaron dos empresas de gran trascendencia en el ámbito nacional: Afuera Link (Ing. Administrativa) y V-Factory (Industrial y Administrativa).

“Al cabo de un año, el CIE fue transformado en una unidad adscrita a Extensión de la EIA, desde donde se continuó el propósito de “fomentar en la comunidad EIA la creación, desarrollo y mantenimiento de una cultura emprendedora, alineada a las necesidades del país en la generación de empleo y la mejora de los niveles de competitividad y productividad”. En el 2009, la unidad se ubica en la Dirección de Investigación y Proyectos, con el fin articularlo más directamente a las actividades de I+D y desarrollo de proyectos hacia la innovación. La EIA promueve en sus estudiantes y egresados el desarrollo de competencias como trabajo en equipo, creatividad, toma oportuna de decisiones, y comunicación, indispensables en el espíritu emprendedor”. (Londoño, 2018).

Modelo educativo por medio de la tecnología. El nuevo modelo educativo de Arduino Verkstad Cofundador de Arduino, David Cuartielles hace tiempo que decidió centrar su interés en la pedagogía antes que en la evolución de la empresa. Su deseo es motivar a una generación de adolescentes a ver la tecnología como aliada para resolver sus propios problemas haciendo.

Modelo educativo para evitar la deserción estudiantil. El derecho a la excelencia educativa de cada niño desde Trilema Carmen Pellicer creó la Fundación Trilema bajo los principios de aglutinar sabiduría, compromiso y pasión que es como se traducen, respectivamente, las palabras logos, ethos y pathos que constituyen el nombre de Trilema.

Emprendedores sociales y empresariales. A lo largo del tiempo emprendedor social y empresarial han realizado una gran labor en el mundo, a continuación, se ilustran 5 de ellos:

De vendedor de frutas, a empresario en ropa para hombre. Inicio en el barrio Manrique de Medellín, allí nació Arturo Calle el 13 de agosto de 1938. Con tan solo diez años de edad este paisa ya se había convertido en un experto vendedor de frutas, hortalizas y flores en la plaza de mercado en el barrio Robledo en Medellín.

La moda en un entorno ecológico. La otra manera de trabajar en moda de Latitude Desde lalitude está revolucionando el sector de la moda con un sistema abierto y escalable respetuoso con los derechos humanos y el medio ambiente.

Crecimiento de la Fundación Hogares. “Ha logrado vincular a las empresas y programas sociales que ha diseñado dentro de la fundación y que tiene como finalidad construir comunidades participativas, responsables y autogestoras” que sean capaces de resolver sus

problemas y mejorar el lugar en el que viven a través de la participación y organización social (Solarte y Solarte, 2018).

1.4.3. Marco legal

Ley 590 2000. Promover el impulso completo de las Pymes, en atención a las capacidades para la generación de empleo. Establecer la categorización de la pequeña, mediana y grande empresa según sus activos.

Ley 789 2002. Apoyo al empleo y ampliación respecto a la protección social en Colombia, creación del Fondo Emprender. A través del fondo emprender, la región se ve respaldada para que las pequeñas empresas puedan dar inicio a su sueños.

Ley 1014 2006. Fomento y desarrollo de la cultura del emprendimiento y a su vez da paso para la normatividad de la creación de empresas. A través de esta ley, se mejora la articulación de los actores que trabajan en temas de emprendimiento a nivel regional.

Ley 1286 del 2009. Fortalecimiento del Sistema Nacional Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia. A través de esta normativa, se fortalece el desarrollo regional por medio de las políticas públicas descentralizadas de actividades científicas, tecnológicas y de innovación social.

Ley 1450 2011. Creación de INNpulsA. A través de esta unidad de desarrollo, se impulsa a los pequeños y medianos empresarios para que inicien el emprendimiento a nivel local, regional y nacional.

Ley 1838 del 2017. Creación de empresas con base tecnológica (ciencia, tecnología e innovación). Transmitir información adecuada para fomentar el desarrollo cultural, económico, humano y científico para generación de emprendimiento a nivel local, regional y nacional.

Ley 2069 2020. Se da inicio al emprendimiento en Colombia. Generación de emprendimiento, a través de la consolidación, crecimiento y sostenibilidad empresarial, para generar bienestar social y equidad.

1.5. Diseño metodológico

1.5.1. Tipo de investigación. Según Sampieri (2010), el proyecto asume una investigación descriptiva, porque se utiliza encuestas para describir de mejor manera el análisis en base a los datos estadísticos recolectados.

Se trabaja en este proyecto, un tipo de estudio descriptivo, por cuanto se busca establecer las características selectas que disponen el modelo de emprendimiento, a partir de un diagnóstico y análisis obtenido por medio de encuesta, tomando como muestra a estudiantes y docentes de la Corporación Universitaria Minuto De Dios, así como personas externas, brindando la oportunidad de implementar y establecer mejoras a futuro del modelo. Lo anterior es una medición en un momento puntual en el tiempo que va de lo cuantitativo a lo cualitativo, es decir es de carácter mixto.

1.5.1.1. Población. La población que se tomará como referencia para esta investigación será la misma del proyecto de investigación “Propuesta para el funcionamiento del Observatorio de Emprendimiento social y solidario para el programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta – Fase 2”, esto se debe que el presente proyecto de investigación que lleva como nombre Propuesta para el Funcionamiento del Observatorio de Emprendimiento Social y Solidario del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Regional Norte de Santander -Fase 3 modelo de boletín para la difusión y publicación de productos de investigación, hace parte de la 3 fase del proyecto Propuesta para la creación de un observatorio de emprendimiento social y solidario.

Por lo tanto, se tomará como población los 393 estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de Norte de Santander sede Cúcuta matriculados hasta el mes de agosto de 2021.

1.5.1.2. *Muestra.* Al igual que la población la muestra se tomará como referencia para esta investigación será la misma del proyecto de investigación “Propuesta para el funcionamiento del Observatorio de Emprendimiento social y solidario para el programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta – Fase 2”, esto se debe que el presente proyecto de investigación que lleva como nombre Propuesta para el Funcionamiento del Observatorio de Emprendimiento Social y Solidario del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Regional Norte de Santander -Fase 3 modelo de boletín para la difusión y publicación de productos de investigación, hace parte de la 3 fase del proyecto Propuesta para la creación de un observatorio de emprendimiento social y solidario.

Para realizar el cálculo de la muestra se tendrá en cuenta la formula estadística de población finita, debido a las limitaciones por la población seleccionada.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z = nivel de confianza (95%)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (0.5)

N = Población de estudio (393 estudiantes)

e = Error de estimación (0.05)

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{(1.96)^2 * 393 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (393-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 195$$

La muestra que se tomará es de 195 estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de Norte de Santander sede Cúcuta matriculados hasta el mes de agosto de 2021, con ella se pretende medir los alcances de las necesidades que tiene el programa para la creación de un observatorio de emprendimiento social y solidario para poder afianzar y fortalecer los procesos de investigación de sus estudiantes y profesores.

1.5.2. Técnicas e instrumentos de medición y análisis. Para el proceso de la presente investigación, se hace necesario acudir a técnicas de encuestas por medio del cual se pueden comparar los datos existentes con el contexto real que se evidencia en el área de estudio.

Dicho estudio de percepción se hará con preguntas cerradas, selección múltiple y única respuesta, las cuales permitirán generar el interés por parte de los actores involucrados que abran espacios de vinculación e inclusión para toda la sociedad cucuteña.

Fase 1. relacionado con el contexto social y económico

Fase 2. relacionado con la competitividad, la ciencia, la tecnología y la innovación.

El diagnóstico de la fase 1 se basa en dos análisis, el primero tipo descriptivo cuantitativo a través de las técnicas: Promedios, Correlación y Frecuencias (Estadística descriptiva); el segundo tipo: cualitativo, usando la técnica de Análisis documental.

Así mismo, el diagnóstico sobre Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación se basa en los mismos tipos de análisis.

1.6. Cronograma

Tabla 1. Cronograma de actividades

Actividad	Responsables	Tiempo (meses)					
		1	2	3	4	5	6
Selección y definición del proyecto	Angélica Carvajal – Directora Jhon Carlos Orjuela						
Definición objetivos proyecto	Angélica Carvajal – Directora Jhon Carlos Orjuela						
Marco teórico	Jhon Carlos Orjuela						
Diseño metodológico	Jhon Carlos Orjuela						
Correcciones	Angélica Carvajal – Directora Jhon Carlos Orjuela						
Entrega anteproyecto	Jhon Carlos Orjuela						

Fuente: Elaboración propia

1.7. Presupuesto

A continuación, se presenta el presupuesto establecido para el desarrollo del trabajo de opción de grado:

Tabla 2. Presupuesto inicial desarrollo trabajo de grado

Ítem	Rublo	Estudiante	Universidad	Empresa	Cantidad
	Dirección		x		
Recurso humano	Digitación	x			\$ 350.000
	Asesoría	x			\$ 400.000
	Internet				\$ 320.000
Insumos	Luz eléctrica				\$ 200.000
		Total			\$ 1'270.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Presupuesto final desarrollo trabajo de grado

Ítem	Rublo	Estudiante	Universidad	Empresa	Cantidad
Recurso humano	Dirección		x		
	Digitación	x			\$ 350.000
Insumos	Asesoría	x			\$ 400.000
	Internet	x			\$ 320.000
	Luz eléctrica	x			\$ 200.000
Gastos Adicionales	Transporte	x			\$ 160.000
		Total			\$1'430.000

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO II

2. Creación del formato del boletín informativo para el observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta

2.1. Importancia del Boletín informativo para el Observatorio de Emprendimiento Social y Solidario del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta

El emprendimiento social posibilita la unión de actores y agentes socio-económicos, tanto de las esferas públicas como privadas. Este modo de emprendimiento hace probables novedosas maneras y expresiones de innovación social dando sitio a nuevos modelos de negocios. En el presente informe investigativo, se hace una revisión teórica de los puntos involucrados con el emprendimiento social y cómo se puede desarrollar a través de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede Cúcuta, en la capital Nortesantandereana.

Para el desarrollo del presente trabajo que tiene como fin detectar el valor del emprendimiento social en Colombia, a través del observatorio de emprendimiento social el cual recurrió a la investigación de la información secundaria. La recolección de información mayormente ha sido consultada en artículos y trabajos investigativos. Como consecuencia y partiendo de los hallazgos encontrados, el emprendimiento social es de suma trascendencia en un Territorio como Colombia, pues por medio de este se puede posibilitar el desarrollo humano y económico.

El Observatorio que ahora se muestra nace con un triple objetivo: detectar, cuantificar y evaluar.

- **Detectar** la Economía Social, estableciendo una precisa delimitación teórica de su entorno que posibilite saber quiénes la conforman desde un núcleo identitario común.
- **Cuantificar** la Economía Social desde sus primordiales elementos, o sea, cuántos son, dónde permanecen, cómo han evolucionado y qué trascendencia poseen, actualizando periódicamente sus primordiales datos.
- **Evaluar** la Economía Social: qué inconvenientes de relevancia económica y social resuelven, cómo contribuyen a la construcción y repartición de riqueza y a la paz social. (ENSUMER, 2016).

2.2. Estructura del formato del boletín informativo del Observatorio de Emprendimiento Social y Solidario del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta

El Observatorio de Emprendimiento, tiene una composición orgánica en 4 niveles, en una primera instancia se hallan los vigías, que son los individuos que una y otra vez permanecen investigando que componentes de cambio impactan positiva o de manera negativa las líneas de análisis de la organización, al principio van a ser vinculados 4 alumnos que proceden de los semilleros de indagación y adscritos a diferentes programas académicos, lo cual posibilita tener una perspectiva holística y complementaria, estas 4 personas van a ser guiadas y coordinadas en una primera instancia por una persona con vivencia en el campo investigativo y se denominara como el jefe del observatorio, quien está en un segundo grado.

Anteriormente, a lo largo de y subsiguiente a la identificación de componentes de cambio, se necesita que exista un conjunto de profesionales y ayudantes, que apoyen a desarrollar, validar y mejorar el proceso investigativo, es aquí en donde los dirigentes de semillero, los conjuntos de indagación adscritos a la organización y los profesores desempeñan un papel importante, dichos van a ser los primeros receptores de la información investigada y apoyados en su vivencia, realizarán sus respectivos aportes (tercer nivel) (ENSUMER, 2016).

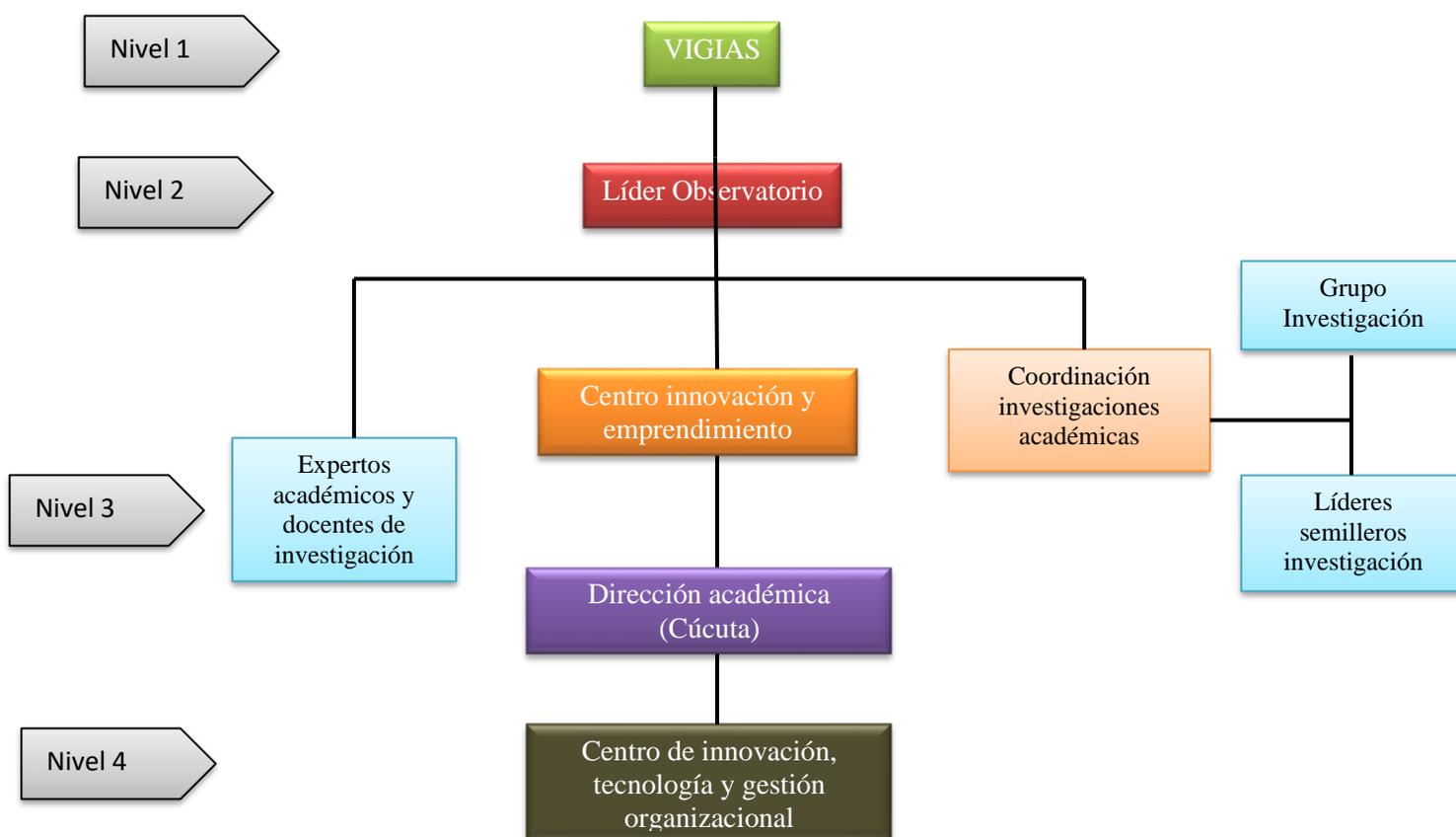


Figura 1. Estructura Orgánica del Observatorio de Emprendimiento.

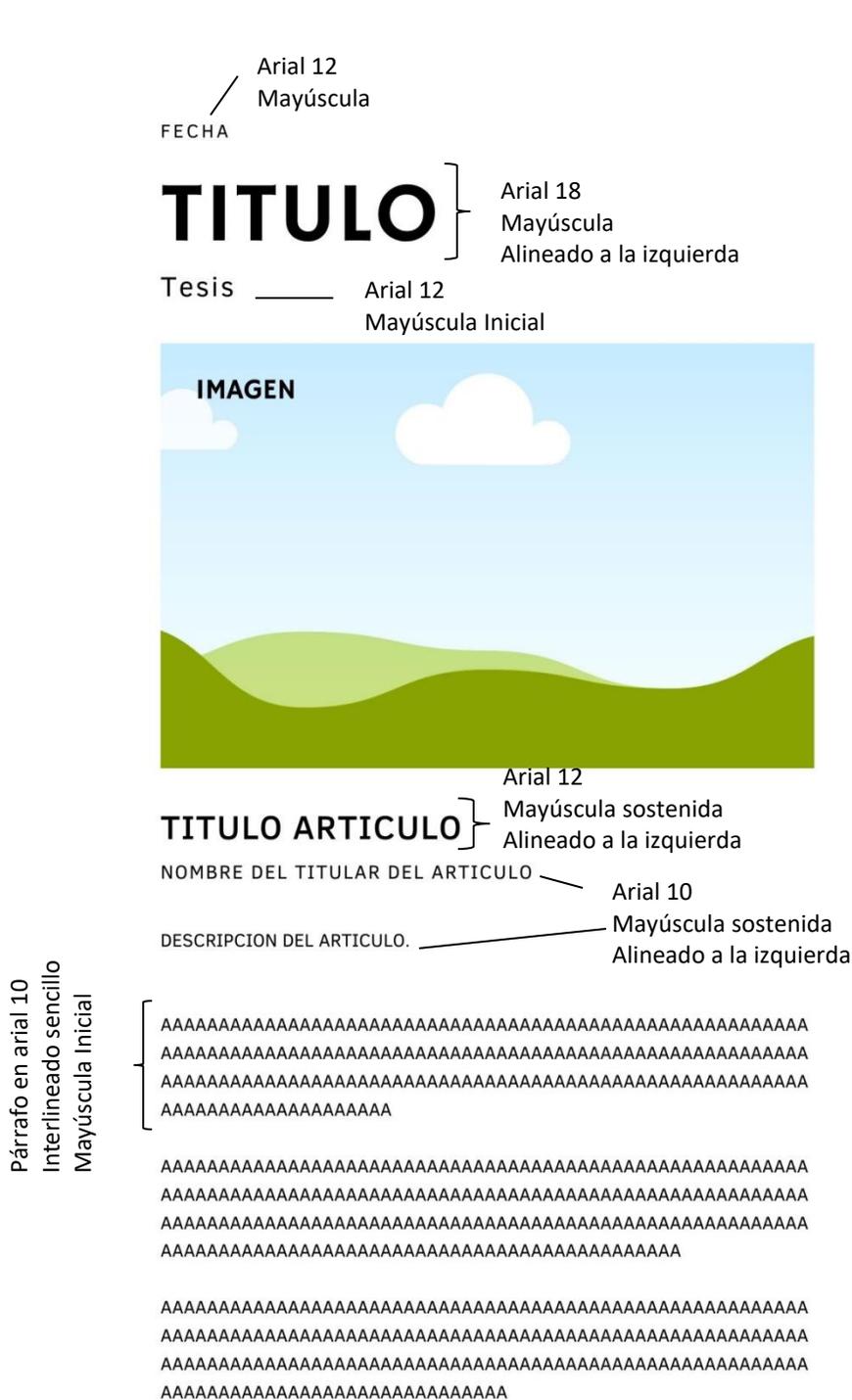
Fuente: Documento Maestro Observatorio de Tendencias Futuro 360 (Giraldo, 2012)

2.2.1. Pasos para crear un boletín informativo. Para realizar un boletín informativo es vital, responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el propósito del boletín?
- ¿Quién es la audiencia o público?
- ¿Con cuánta frecuencia se quiere que aparezca el boletín?
- ¿Cuántas copias se quieren producir para cada tema?
- ¿Se distribuirá de forma digital?
- ¿Cuánto costará? O ¿Cómo las personas pueden suscribirse para recibirlo?
- ¿Quién diseñará y editará el boletín?
- ¿Quién escribirá los artículos?
- ¿Cómo se le distribuirá el boletín a la audiencia?
- ¿Cómo se medirá el éxito del boletín?

Una vez que se respondan estas interrogantes, es fundamental seguir el siguiente paso a paso:

- Definir los contenidos del boletín, es decir, cuánto, artículos, notas de noticias y artículos de opinión se publicarán.
- Diseñar el formato del boletín.
- Redactar los artículos, para el boletín o mandarlos a escribir.
- Invitar a un periodista o experto en un tema a que escriba una columna de forma ocasional en el boletín.
- Editar los artículos, el contenido, el estilo y los espacios.
- Revisar la copia final para verificar errores de impresión o textos.
- Distribuir el boletín.
- Escuchar lo que dice la gente sobre el boletín.



Párrafo en arial 10
Interlineado sencillo
Mayúscula Inicial

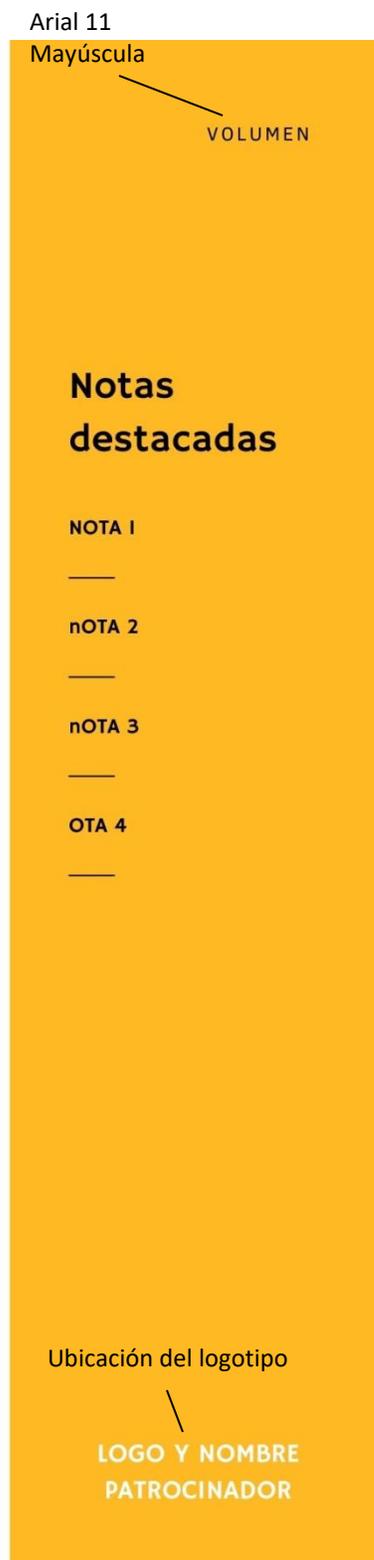


Figura 2. Modelo estructura Boletín Observatorio
Fuente: Elaboración propia



Figura 3. Modelo estructura Boletín Observatorio

Fuente: Elaboración propia

NOTA: Las márgenes a utilizar serán de 2.54 cm por los cuatro lados de la hoja. Color naranja y blanco o los institucionales de la Universidad.

CAPITULO III

3. Estrategias de difusión y publicación del boletín informativo para el observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta.

3.1. Estrategias de comunicación dentro de la organización.

Para el correcto desarrollo del proceso de comunicación en una organización como una universidad, es importante elaborar un adecuado plan de comunicación, estableciendo así desde un inicio los elementos relevantes e importantes durante el proceso o plan que se implemente. y la comunicación externa juegan un papel importante, ya que deben tener una relación directa en el procesamiento de la información, para enfocarse en un mismo objetivo y evitar perder tiempo o factores económicos importantes en el desarrollo de nuevos planes, por lo que es necesario diseñar estrategias que contribuyan positivamente al progreso del proyecto de comunicación de la facultad.

Para todos estos objetivos, observamos que siempre existe la necesidad de una buena herramienta de gestión estratégica, como la comunicación interna y externa. Esto asegurará que todos sean rentables y eficientes al operar en el mercado en el que las acciones, productos o servicios de dicha empresa u organización (Fernández, (1991: 16-19). Martín (2011))

Por lo tanto, las universidades y las organizaciones en general deben analizar las percepciones de los grupos de interés sobre las estrategias de comunicación interna y externa que han implementado en los últimos años, midiendo su impacto y repensar si es necesario, para determinar avances y logros en comparación con lo planeado.

Además, cabe señalar que al diseñar estrategias de comunicación se debe analizar el grupo de interés a atraer, teniendo en cuenta que no todas las personas perciben los mensajes de la misma manera y que eso requiere incursionar en nuevas formas de transmitir la información. Asimismo, la planificación y organización del proceso de comunicación debe adecuarse a lo que la comunidad universitaria desea transmitir a sus grupos de interés, en el que se debe considerar la evaluación y seguimiento de los resultados verificar si efectivamente se ha logrado el cumplimiento de los objetivos fijados, para tomar las medidas necesarias.

“El desempeño global de la comunicación dentro de la organización se revisa a través de valoraciones que extienden el balance de valoración a todas las acciones de comunicación externa e interna (publicidad, relaciones públicas, etc., información, protocolos) y flujos, acciones, consecución de objetivos, impacto, y las relaciones con todos los públicos de la organización”. Fuente. (2012)

Para determinar qué tan efectiva o exitosa es la información que se está transmitiendo, es necesario analizar y evaluar de qué forma se están llevando a cabo los procesos, verificando que la información sea realmente recibida por el público al que se desea llegar; sin embargo en algunas oportunidades estas fallas no se detectan a tiempo y desafortunadamente los clientes empiezan a buscar repuestas e información en la competencia o personal inadecuado; de ahí que

evaluar la comunicación sea uno de los ejes primordiales para encontrar posibles fallas en el sistema y de esta forma aplicar los correctivos necesarios para minimizar los riesgos y potencializar la comunicación no solo a nivel interno y externo.

Por lo anterior es primordial desde la planeación ser específico y claro en cómo se va a transmitir la información, de esta manera se logrará disminuir el riesgo de incurrir en un tiempo mayor en el desarrollo o implementación de nuevos procesos; aplicando estrategias no solo tanto para el cliente interno como externo, con el fin de llegar de una manera rápida y oportuna.

Reuniendo los temas que han antecedido se puede determinar que la comunicación en la actualidad maneja un papel muy representativo dentro de cualquier organización, sin importar su tamaño u objeto social, ya que una falla en este proceso no solo puede acarrear pérdidas económicas, sino afectar significativamente su clima organizacional; es por esta razón que todas las organizaciones deben estar atentas a los cambios y estar dispuestas a escuchar atentamente las sugerencias o comentarios que hacen los grupos de interés, para poder emprender planes de acción que permitan fortalecer la transmisión de información.

Por consiguiente, la Facultad de Ciencias Administrativas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Cúcuta, debe mantenerse a la vanguardia en cuanto a estrategias y canales de comunicación, buscando herramientas que permitan dar a conocer la información de una forma ágil y oportuna, de ahí que sus comunicados deben manejar un lenguaje claro, llamativo e información actualizada.

Gracias a los medios tecnológicos y diversos canales de comunicación como son: internet, redes sociales, aplicaciones interactivas, periódicos, radio, televisión, carteleros, vallas,

boletines, entre otros; se facilita el acceso a los diferentes tipos de información: financiera, cultural, económica, actualidad, educativa, salud; las personas pueden mantenerse actualizadas desde su celular o diferentes equipos tecnológicos, lo que permite un mayor manejo de información, de igual manera se debe tener en cuenta que la información es susceptible al cambio, ocasionando así que esta se tergiverse, por lo cual hay que tener precaución con relación a las fuentes y medios utilizados para consulta de la misma.

3.1.1. Estrategias de contenidos en redes sociales. Según Hernández (2013), Una estrategia de contenido de redes sociales se ha convertido en una necesidad para las empresas, ya que es de fácil acceso y permite una especie de control sobre el cliente a través del contenido digital, lo que también ayuda a fidelizar a los clientes. Lo primero que debemos hacer es investigar quiénes somos, quién es nuestro público objetivo y qué imagen queremos transmitir al usuario. Para ello, es importante tener en cuenta los siguientes factores:

“El análisis se centra en nuestra identidad digital, el tipo de producto o servicio que ofrecemos, a qué precio, quiénes son nuestros objetivos y qué contactos postventa proporcionamos. Tengo que retener y fortalecer a mis clientes. Además, debemos considerar dónde está ubicado nuestro negocio, ya sea en línea, fuera de línea o híbrido... ya que esto determinará cómo interactuaremos con nuestros clientes potenciales”. Hernández (2013).

Es de suma importancia tener en cuenta que la estrategia de contenidos debe tener una finalidad y contestar la siguiente pregunta ¿Qué se quiere conseguir haciendo x acción? De la respuesta dependerán las acciones que hagamos como es la selección de redes sociales, la

periodicidad de contenidos por nombrar algunos. Para escoger el tipo de red social saber cuál es el target objetivo y cuál es el perfil de tu cliente. Hay seis fuentes de información para estrategias de contenidos según Hernández (2016) lo primero es generar contenido que generen valor, el contenido debe estar enfocado a el posicionamiento a través de palabras claves.

En cuanto a las publicaciones que se ven en las páginas de algunas empresas tienen mucha documentación la cual no es aprovechada de la mejor manera y esta puede ser utilizada a favor de la misma. Las entrevistas con el mismo empleado o miembro de la comunidad tienen ciertas ventajas, una de ellas es que crea una identidad para el usuario, y también es importante tener un testimonio porque mejora la imagen y las personas se sienten definidas.

3.1.2. Tecnologías de la información y comunicación (tic). Para tener mayor claridad y manejo respecto a las TIC se debe tener en cuenta su concepto.

En general, se puede decir que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son tecnologías que giran en torno a tres soportes básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero circulan, no solo de forma aislada, sino sobre todo de forma interactiva e interconectada, posibilitando que alcancemos nuevas realidades comunicativas. (Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Aprendizaje, 2013)

3.1.3. Importancia de las TIC. Evidentemente, el surgimiento de nuevas tecnologías ha ayudado a vincular nuevos mecanismos de comunicación entre las organizaciones y las personas, ayudando a optimizar el tiempo de transmisión de la información, sin embargo, para que este proceso se lleve a cabo correctamente, la inversión institucional es muy importante. Estos datos

deben tener recursos mínimos como una computadora para poder acceder a la información. Por tanto, para hacer un buen uso de las TIC, es necesario contar con excelentes recursos humanos y tecnológicos.

La integración de las nuevas tecnologías en los planes de estudios es un proceso ineludiblemente difícil, cuya viabilidad está ligada a la aplicación de políticas educativas coherentes y una inversión financiera sustancial de los responsables de la educación. La contribución más relevante de las TIC puede evaluarse en su capacidad para promover nuevas formas de enseñanza. Pablos. (2009)

Asimismo, con el paso de los años se ha vuelto cada vez más importante el manejo y acceso a la información a través de la tecnología, lo que ha dado origen a la necesidad de las personas de actualizar constantemente sus conocimientos para mantenerse competitivos, es por eso que se debe buscar la innovación para mantenerse a la vanguardia del mercado. , contribuyendo al crecimiento y desarrollo no solo a nivel personal o profesional, sino también en empresas, universidades y organizaciones.

Por lo tanto, dependiendo del uso y manejo adecuado de las tecnologías de la información, será posible alcanzar las metas deseadas en tiempo y forma, se pueden identificar las oportunidades y amenazas que pueden ocurrir en cada situación.

3.1.4. TIC en la Educación Superior. La aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las aulas e instituciones educativas ha traído consigo un cambio en los roles de los estudiantes y docentes, pues a través de la aplicación de nuevas herramientas se ha cambiado el conocimiento que se logra de una manera más activa, los estudiantes no solo absorben los conocimientos proporcionados por el profesor, pero son capaces de ir más allá, obteniendo diferentes perspectivas sobre el tema que se está explorando.

“El uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en los diferentes niveles educativos y sistemas educativos tiene un impacto significativo en el desarrollo académico de los estudiantes y fortalece sus habilidades para la vida y el trabajo, favoreciendo así su integración a la sociedad del conocimiento”. Conocimiento (2013)

Por otro lado, las TIC facilitan el camino de la generación de conocimiento, como lo podemos ver hoy en día en diferentes universidades utilizando plataformas virtuales en sus programas de formación técnica y tecnológica, pregrado, posgrado, carrera, maestría, etc. esto permite que los diferentes estudiantes tengan un mejor acceso a la educación, que en ocasiones es poco tiempo y difícil de gestionar, lo que dificulta el acceso de los estudiantes a la institución. Asimismo, los programas virtuales tienen costos más bajos, permitiendo que quienes tienen menos recursos tengan la oportunidad de acceder a la educación superior.

Así, las TIC han supuesto un cambio positivo en la educación, permitiendo generar más conocimiento y el desarrollo de habilidades que permitan una rápida

adaptación a los cambios, ya que esta herramienta requiere de personas capacitadas en su manejo, para maximizar los beneficios.

3.1.5. Redes sociales como estrategia educativa y comercial. Según el Ministerio de Educación (2010), las redes sociales son “comunidades virtuales” que son diferentes grupos de personas que se relacionan entre sí, comparten temas e información de interés, la finalidad es conocer y comunicarse entre sí. , muchos de los cuales son conocidos o amigos de sus amigos y en otros casos personas que han conocido a través de Internet. “Hay más de 200 redes sociales, con más de 800 millones de usuarios en todo el mundo. Una tendencia que se desarrolla mensualmente. Ministerio de Educación (2010).

¿Cuáles son las redes sociales más conocidas? Según Norfipc (2016) las redes sociales más conocidas a nivel mundial son:

Facebook es una herramienta social que te permite interactuar con personas de todo el mundo, permitiéndote tener familiares, amigos, conocidos o conocer gente nueva. Esta red social es muy útil para particulares y empresas ya que permite compartir contenido rápidamente, a través de fotos, videos y enlaces, es una plataforma fácil de usar y económica. Permite la comunicación directa entre otros usuarios. Norfipc (2016)

Youtube Es un medio a través del cual puedes publicar y ver videos de otros usuarios, comentar y compartir en otras redes sociales y es una plataforma muy fácil de usar y accesible. Norfipc (2016)

Instagram es una aplicación móvil gratuita que funciona para Android e iPhone, permite compartir fotos y videos cortos con otros usuarios, se considera una red social porque permite la comunicación y navegación de perfiles de otros usuarios. Norfipc (2016).

Twitter es una de las redes sociales más populares, permite compartir, intercambiar, publicar información a través de comentarios cortos en forma de texto de hasta 10 caracteres, llamados Tweets. Norfipc (2016).

3.1.6. *Los youtubers en la red.* Es un fenómeno global y por ello es complicado definirlo ya que en cada segmento y territorio se pueden encontrar diferentes perspectivas. Incluimos las definiciones más típicas:

“En el mundo de los videojuegos, un Youtuber es un jugador que publica en Youtube todo tipo de vídeos relacionados con videojuegos. Por lo general, se trata de conjuntos completos de videojuegos que el propio autor suele comentar mientras juega, aunque también pueden ser reseñas de videojuegos, comentarios de eventos o presentaciones, y más. (Gamer Dec, 201).

"Un YouTuber es alguien que tiene cientos de miles de suscriptores en su canal de YouTube y tiene la intención o puede ganarse la vida creando y subiendo estos videos a su canal". (Rull, 201)

Cabe señalar que estas definiciones enmarcan todas las variables que rodean a las redes sociales, como las personas y los videos, creando con ellos una audiencia que contribuye a su crecimiento, creando una comunidad en la red y un widget para la publicidad el contenido.

3.2. Percepción de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Cúcuta

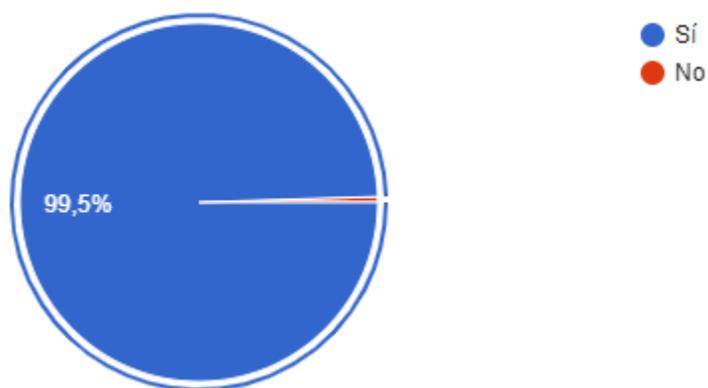
El presente análisis, se fundamenta en la especificación y estudio de la percepción que poseen los alumnos del Programa de Administración de Empresas, referente a los conocimientos adquiridos y su articulación con el mundo laboral. Los principios de esta investigación va

centrado a los procesos de la creación de un Observatorio autoevaluación, actualización y mejoramiento del programa, revisión de asignaturas y núcleos electivos del Programa; debido a que no se ha evidenciado estudios orientados hacia los alumnos, que suministren información directa a considerar en los planos de optimización y su articulación con el entorno gremial donde se desempeñan.

El análisis se hizo basado en el procedimiento cuantitativo con enfoque detallado, cuyo instrumento de recolección de datos ha sido una encuesta en físico, la cual tiene 13 preguntas a nivel general.

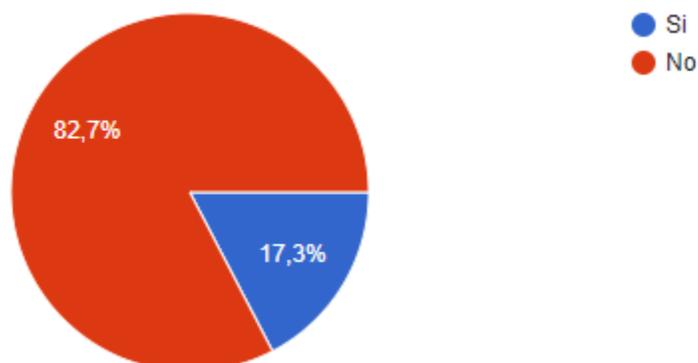
Lo anterior ayudó para la formulación de propuestas las cuales pretenden ayudar al Programa a obtener una perspectiva más general de la percepción que poseen los alumnos ante los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación y la aplicabilidad a la vida laboral.

1. ¿Sabe usted que es emprendimiento?



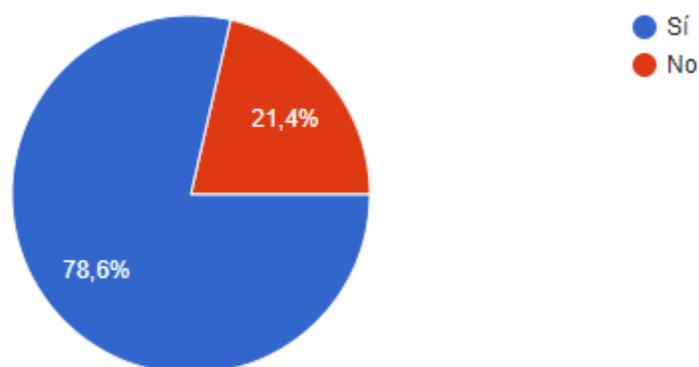
A la pregunta sabe usted que es emprendimiento, la respuesta fue positiva porque un 99.5% de los encuestados tienen claro que es el emprendimiento y algunos están en ese proceso de emprender lo cual conlleva a una mejorar económica para los hogares y para la región.

2. ¿Conoce de la existencia de algún observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación en la ciudad de Cúcuta o el Departamento?



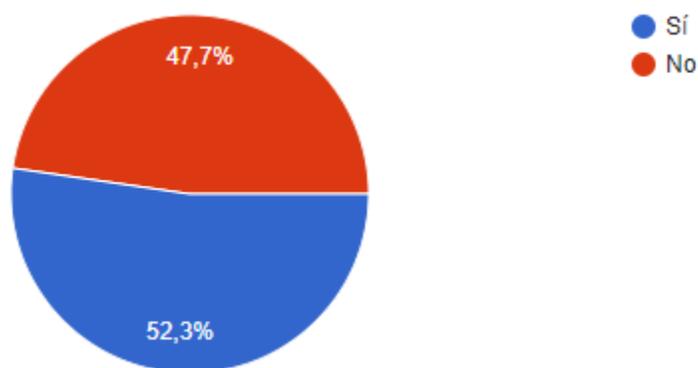
El 82.7% de los encuestados conocen al menos uno (1) observatorio de emprendimiento en la ciudad, el cual ven con buenos ojos para mejorar la calidad de vida de las familias y a su vez mejorar la productividad al emprender, dentro de los programas que existen, innovando apoyados en los procesos tecnológicos.

3. En caso de que su respuesta sea negativa, considera que es importante que en la ciudad se cuente con un Observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación



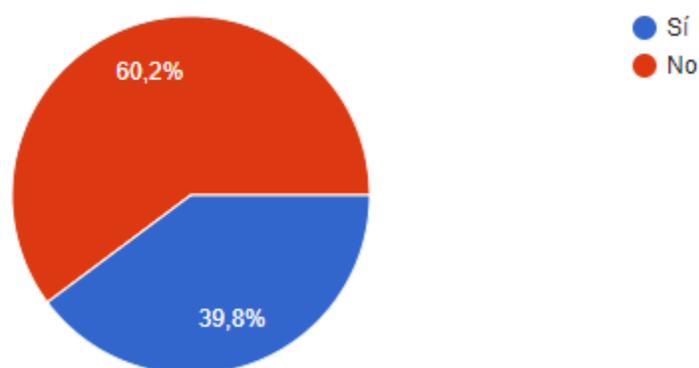
78.6% contra el 21.4% de los encuestados están de acuerdo que en caso de no existir un fondo de emprendimiento en la ciudad, formarse o que el gobierno se encargue de traer un modelo de esos a la ciudad con el fin de fortalecer a través de capacitaciones el empoderamiento que cada emprendedor desee para hacer realidad los sueños

4. ¿Sabe usted que es un observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación?



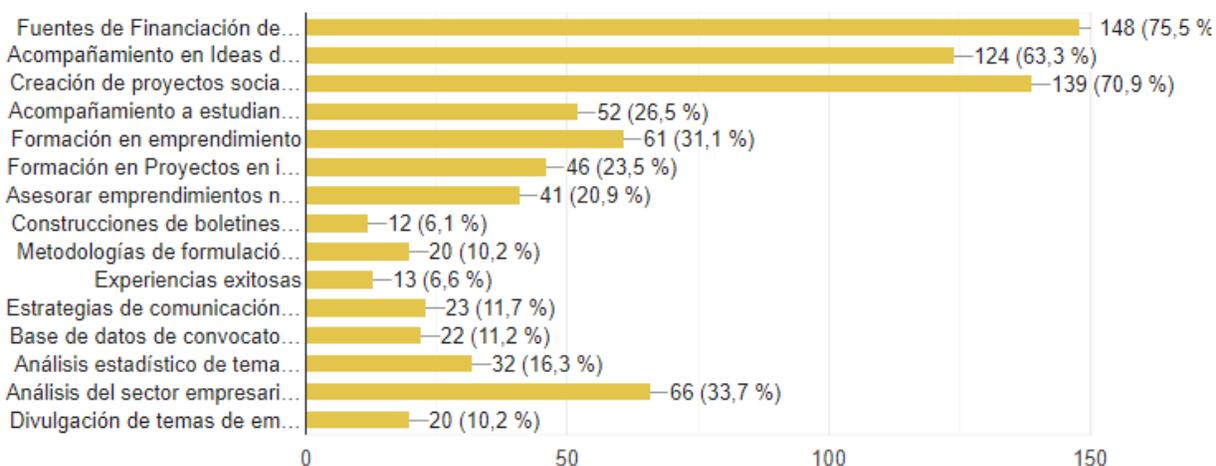
En esta pregunta, los resultados son por poco similares ya que el 52.3% conoce que es un observatorio de emprendimiento contra el 47.7% que no tiene la información clara al respecto pero con la oportunidad que algún día logre entender los conceptos y así inicie con algún programa de capacitación y logre consolidar los sueños de ese negocio que desea tener.

5. ¿conoce qué actividades se realizan en observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación



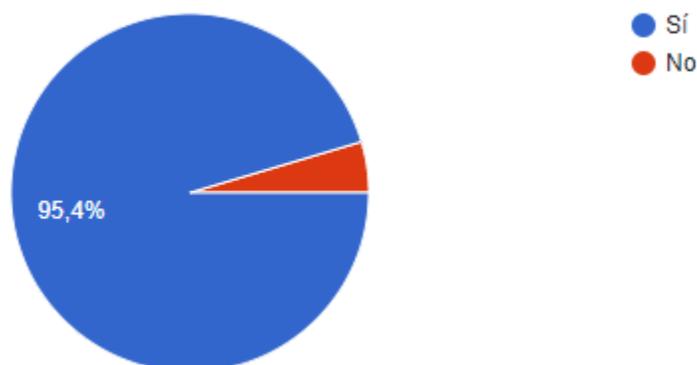
Se debe buscar la manera a través de medios de comunicación, hacer divulgación inmediata respecto a los conocimientos no claros de lo que es un observatorio y las actividades que realizan en bien de un municipio innovador. El 60.2% desconoce las actividades contra el 39.8% que conoce toda la información respecto al tema de estudio.

6. ¿Qué considera usted que debería investigar un observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación? Marque tres que considere la más relevantes.



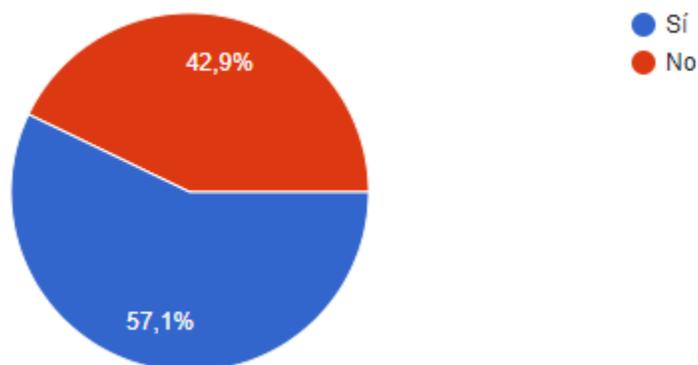
En su orden aquellas actividades que se deben tener en cuenta en un observatorio son: Fuentes de financiación (75.5%), Creación de proyectos sociales (70.9% y Acompañamiento en ideas de negocio (63.3%). Lo anterior deja claro que para los encuestados estos tres pilares serían los fundamentales para fortalecer los modelos de emprendimiento e innovación en la ciudad de Cúcuta.

7. Una vez en funcionamiento el Observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación, estaría usted interesado en acceder a los servicios que preste este Ente?



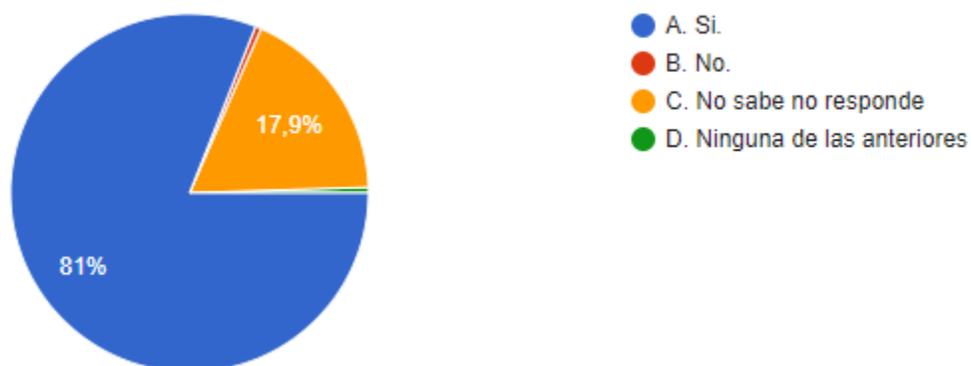
Los encuestados dieron un voto de aliento al comprender la importancia de un observatorio en la ciudad, con un 95.4% consideran de manera voluntaria asistir a estas charlas informativas para el mejoramiento integral de las familias y la ciudad.

8. Conoce usted alguna entidad o programa Gubernamental que apoye el tema del emprendimiento?



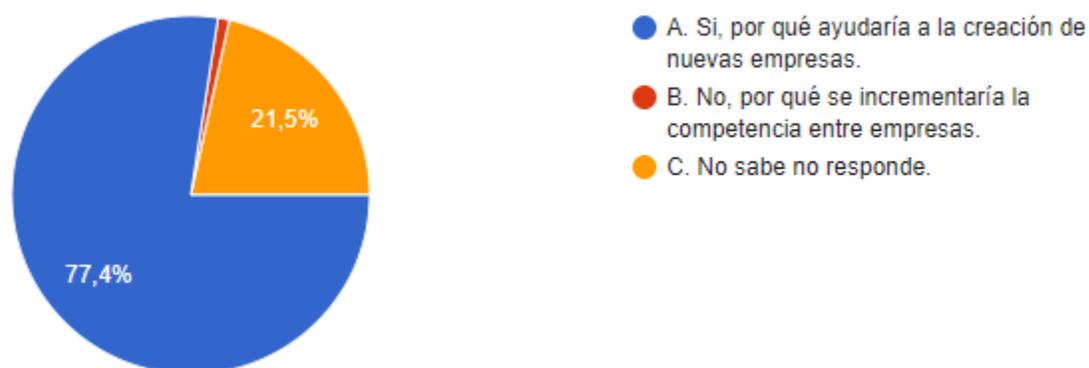
Al desarrollar esta pregunta, queda la satisfacción que los encuestados (57.1%) conocen algún programa del gobierno que ayude o apoye a las personas que quieren emprender e innovar las ideas de negocios que tienen y que ven en las ayudas gubernamentales el canal para salir adelante.

9. ¿Cree que la creación de un observatorio de emprendimiento social y solidario en la universidad podría ayudar a su formación en la carrera profesional?



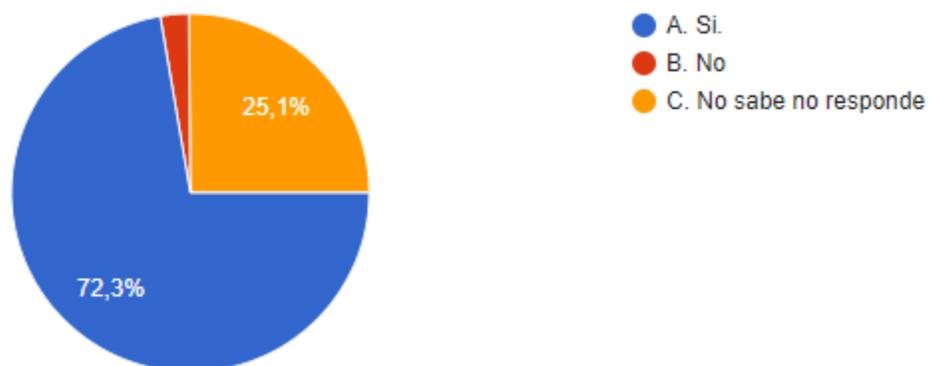
Con un 81% los encuestados dan por sentado que es necesario este observatorio de emprendimiento, como base fundamental para dar inicio a su proyecto laboral.

10. ¿La puesta en marcha del Observatorio de emprendimiento social y solidario de la universidad aportaría para la economía de la ciudad?



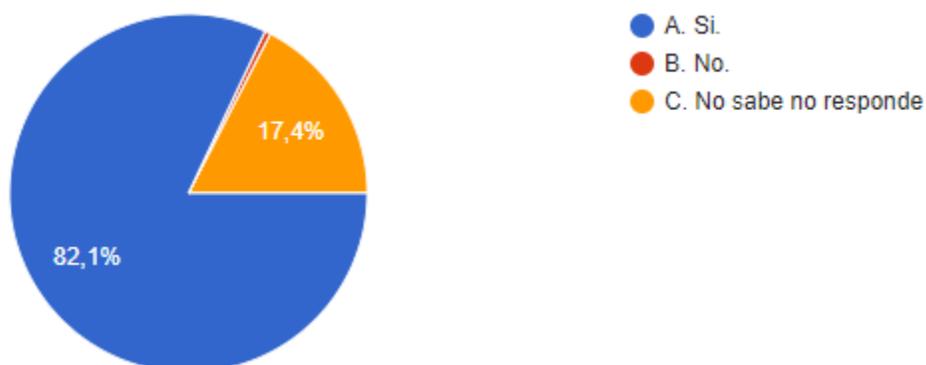
Los encuestados están muy seguros que la puesta en marcha de este observatorio, contribuirá al mejoramiento del impulso laboral y por ende el mejoramiento económico de la ciudad que tanta falta hace en estos momentos.

11. ¿Usted cree que el observatorio de emprendimiento social y solidario de la universidad ayudaría para que usted ejecutará un proyecto de emprendimiento?



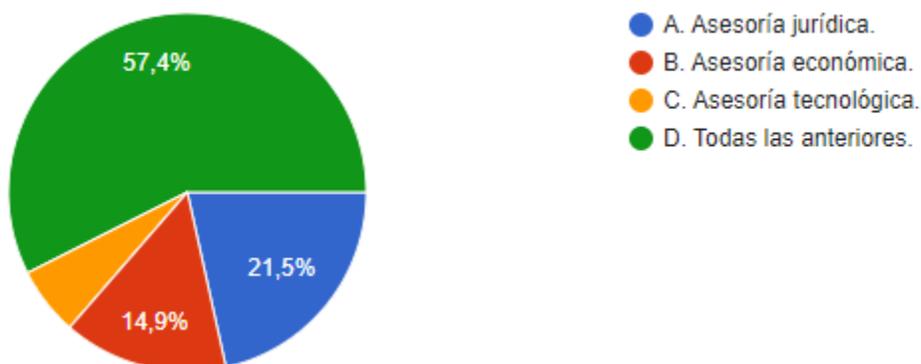
Totalmente de acuerdo con un 72.3% de los encuestados, el cual ven como una iniciativa la formalización de un emprendimiento apoyado por la Universidad, el cual se cambiaría una tesis por un modelo laboral y económico que ayude al próximo egresado salir con emprendimiento que ayude a la familia, la universidad y la ciudad.

12. ¿Con la creación del observatorio de emprendimiento social y solidario usted solicitaría ayuda o asesoría para la ejecución de su proyecto?



Sí. Un 82.1% están satisfechos con la creación del observatorio de emprendimiento y asistirían a este sitio para adquirir información respecto a los proyectos de emprendimiento e innovación el cual aportaría un gran avance en el desarrollo social de la ciudad y departamento.

13. ¿Si tuviera que solicitar una ayuda en el observatorio de emprendimiento social y solidario de la universidad, que ayuda solicitaría?



Los encuestados solicitarían una ayuda integral (57.4%). Lo anterior debido a que este observatorio de emprendimiento, liderado por la administración de empresas, puede hacerse extensivos a otras carreras como alternativa de innovación y cambio social.

En términos generales, podemos hacer un pequeño análisis a través de tres pilares fundamentales: Social, Económico y Cultural.

En lo social, entendemos por experiencia propia que la Corporación Universitaria Minuto De Dios Cúcuta, no está en las mejores condiciones, debido a que todavía no se cuenta con las suficientes herramientas para el desarrollo de planes de desarrollo social, que consideren a los individuos que deseen diseñar sus propias ideas de negocio.

En cuanto a lo económico, se tiene la posibilidad de destacar la tarea de los otros Observatorios de Emprendimiento ya establecidos en las distintas universidades a nivel nacional. No obstante, en lo cual a desarrollo económico hace referencia, se tiene carencia de entidades solidas que impulsen en su gran mayoría a través de recursos económicos, las tareas

emprendedoras, propias de los individuos con idea, el cual se ha puesto al descubierto una coyuntura económica, a causa del debilitamiento de las primordiales organizaciones que son causantes de fomentar el desarrollo del territorio.

En resumen, la construcción del Observatorio de Emprendimiento Social y Solidario del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios regional Norte de Santander sede Cúcuta, va a estar destinado a solucionar cada una de y todas las incógnitas que muestra el ecosistema emprendedor y produciría un efecto positivo en la parte social y económico, pues complementaria el proceso de construcción de organizaciones.

3.3. Estrategias de difusión y publicación del boletín informativo para el observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas

Como una más de las ocupaciones del observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios y por solicitud de los alumnos que participaron activamente en la preparación de la encuesta, donde su estudio muestra un elevado grado de porcentaje de aprobación, se crea el primer formato del Boletín Informativo como mecanismo de comunicación e información en donde se abarcan temas que enmarcan la esencia y el desempeño.

Al final, la información que se muestra en el Boletín Informativo además se encontrará en la Página Web, la diferencia radica en que el Boletín Informativo es un medio tangible que posibilita una gran velocidad e ingreso a la información del observatorio de Emprendimiento social y solidario del programa de Administración de Empresas, además su publicación se realizará trimestralmente, para conservar una comunicación más directa con los Jóvenes

Universitarios interesados en seguir estando actualizados sobre las ocupaciones que se encuentren llevando a cabo dentro de este proceso académico, esto ya que no toda la comunidad universitaria de la Corporación Universitaria Minuto De Dios, cuenta con los medios facilitadores para ingresar a la Página Web del mismo.

CAPITULO IV

Conclusiones

Se dio completo cumplimiento a la conceptualización del Observatorio de Emprendimiento, es fundamental comprender que las fronteras importantes de dicho plan permanecen fundamentadas en información adquirida de las más relevantes y prestigiosas universidades de la nación y quienes cuentan con un instrumento como los observatorios, lo que nos posibilita afirmar la viabilidad de esa iniciativa.

El diseño y composición del Observatorio de Emprendimiento, está con base en las necesidades del territorio en donde se va a hacer, además debería disponer de la capacidad institucional suficiente como para contrarrestar las debilidades con las que cuenta el sistema innovador de Cúcuta y área metropolitana.

En todo el presente plan y gracias al estudio de los datos, hemos podido mirar el valor que tiene la construcción del Observatorio de Emprendimiento del programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, seccional Cúcuta, para la cultura universitaria, pues así tenemos la posibilidad de brindarles a los alumnos herramientas elementales para el desarrollo académico, fortaleciendo los conocimientos y dando colaboración activa en las diversas núcleos temáticos presentados por la Universidad.

Se ha podido observar, que ciertos de los componentes relevantes para el fortalecimiento de la cultura emprendedora, uno de ellos esta soportado en los semilleros de investigación, quienes debido a su tarea investigativa, lograran ofrecer herramientas funcionales para la

resolución de inconvenientes venideros, otro componente fundamental son las alianzas de recíproco beneficio con la organizaciones que participan en el desarrollo socioeconómico del territorio, esto se puede ver en el desarrollo aprendido en los salones y que debido a dichas organizaciones poder encaminar a los alumnos y egresados a robustecer dichos programas el cual van a ser beneficio a la zona.

CAPITULO V

Recomendaciones

Se sugiere impulsar la gran colaboración en ocupación de emprendimiento, para reforzar la retroalimentación de las personas competidores directa o de forma indirecta del Observatorio.

Además es aconsejable fortificar la parte de los semilleros de investigación, que son uno de los actores primordiales en el desarrollo de la construcción y siguiente desempeño del Observatorio.

Para hacer un óptimo ejercicio académico se propone a la universidad Corporación Universitaria Minuto De Dios, fortalecer las alianzas con las diferentes organizaciones y de esta forma, poder producir pactos para prácticas empresariales para el fortalecimiento los diferentes programas manejados por la Universidad. No se trata solo de afianzar los conocimientos sobre los Observatorios, sino que además se le logre brindar la probabilidad a los alumnos de últimos semestres hacer sus pasantías.

Además este plan puede contribuir de forma más eficaz, en la identificación de puntos que se tienen que considerar para realizar un conveniente direccionamiento y orientación de las organizaciones existentes, haciendo más fácil las ocupaciones propias del Observatorio.

Se propone que el Observatorio de Emprendimiento tenga el intenso objetivo de conceder una ayuda a los individuos que estén proyectadas a generar novedosas organizaciones, para llevar a cabo a cabalidad con el objeto social del Observatorio, llevando a cabo programas

dirigidos al aumento y fortalecimiento de las capacidades, habilidades y destrezas del capital humano tanto de los ayudantes como beneficiarios.

Referencias Bibliográficas

- Altschuler, B., & Pastore, R. (2015). Economía social y solidaria en clave de desarrollo socio-territorial en Argentina. Conceptos, políticas públicas y experiencias desde la universidad. *Eutopía: Revista de Desarrollo económico territorial*, (7), 109-128.
- Albernia Gómez, e. A., & contreras carrascal, e. P. (2018). Análisis de la dinámica empresarial del sector solidario en el municipio de Ocaña norte de Santander.
- Arias navarro, a. K. (2019). *Asistencia empresarial en la ruta de emprendimiento y desarrollo empresarial en el centro de empleo y emprendimiento Ocaña. "cemprendo"*.
- Cardona, Á. M., & Soto, L. M. (2020). Emprendimiento social y felicidad urbana. SUMMA. *Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 2(1), 127-169.
- ENSUMER. Documento Maestro Observatorio de Tendencias Futuro 360. Octubre de 2016. Disponible en internet: www.esumer.edu.co/investigacionesumer/1141-observatorio-de-tendencias-futuro. (P. 10).
- Fuente., M. d. C. G. d. I. (2012). Auditoría de comunicaciones en las organizaciones.
- GamerDic: Diccionario de términos sobre videojuegos y cultura gamer (2014). Recuperado de: <http://www.gamerdic.es/>
- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4, pp. 310-386). México^ eD. F DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández Gutiérrez, G. (2016). Creación del laboratorio de emprendimientos sociales universitarios dentro de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México.
- Londoño Cardozo, J. (2018). Educación para emprender ¿práctica o teoría? *Departamento de Ciencias Sociales*.

- Marcos., C. M. (1997). Poder, medios de comunicación social y trabajo social.
- Martín, M. (2011). El plan estratégico de comunicación como nuevo modelo de investigación científica universitaria. Universidad CEU San Pablo.
- Ministerio de Educación de la nación. (10 de Septiembre de 2010). me.gov. Recuperado el 15 de Abril de 2016, de me.gov: <http://www.me.gov.ar/escuelaymedios/material/redes.pdf>
- Norfipc. (14 de Abril de 2016). norfipc.com. Recuperado el 2016 de Abril de 2016, de norfipc.com: <https://norfipc.com/internet/redes-sociales-mas-populares-exitosasinternet.html>
- ODEL. (1 de Septiembre de 2015). Observatorio Digital Lasallista. Recuperado el 18 de Abril de 2016, de Observatorio Digital Lasallista: <https://www.facebook.com/ObservatorioDigitalEmpresarialLasallistaODEL/>
- Ortiz, p. A. C. (2016). El observatorio, una herramienta para el sector social, cooperativo y solidario en la región Tolima (Doctoral dissertation, Universidad Cooperativa de Colombia).
- Ramírez Naranjo, Y. E., & Salas Romero, L. A. (2018). *Propuesta para la creación de un observatorio de emprendimiento, del programa de administración de empresas, seccional Girardot*
- Rull, A. (2014) “Ser YouTuber es un infierno creativo”. Diario Turing. Recuperado de <http://tinyurl.com/mwck7d8>
- Sanabria Téllez, J. A., & Cubillos Rodríguez, M. C. (2014). Observatorio en Emprendimiento: una postura desde la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. *Revista de la Universidad de la Salle*, 2014(64), 111-130
- Solarte, CMS y Solarte, MLS (2018). ECOSISTEMA EMPRENDEDOR COLOMBIANO: “CASO CIUDAD DE PASTO”. *Educación, Desarrollo e Innovación Social*, 399.

Varela, R., & BEDOYA ARTURO, O. L. G. A. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios gerenciales*, 22(100), 21-47.

Vega Núñez, J., & Calvo González, J. L. (2021). El observatorio del noroeste ibérico: emprendimiento social para un territorio sostenible.

Anexos

Anexo A. Encuesta



ENCUESTA PARA LA ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE ESTRUCTURACIÓN DEL OBSERVATORIO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL – SOLIDARIO DE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS- CÚCUTA.

COMO ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EL SIGUIENTE DOCUMENTO TIENE COMO OBJETIVO OBTENER INFORMACIÓN QUE SIRVA PARA DETERMINAR LA ESTRUCTURA DE UNA PROPUESTA PARA LA CREACIÓN EN EL MEDIANO PLAZO DE UN OBSERVATORIO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y SOLIDARIO DEL DEPARTAMENTO LIDERADO POR UNIMINUTO - CÚCUTA. LA PRIMERA PARTE ES INFORMACIÓN PARA REALIZAR UN DIAGNÓSTICO DE EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD.

1. ¿Sabe usted que es emprendimiento? *

Sí

No

2. ¿Conoce de la existencia de algún observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación en la ciudad de Cúcuta o el Departamento? *

Si

No

3. En caso de que su respuesta sea negativa, considera que es importante que en la ciudad se cuente con un Observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación *

- Sí
- No

4. ¿Sabe usted que es un observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación?

- Sí
- No

5. ¿conoce qué actividades se realizan en observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación *

- Sí
- No

6. ¿Qué considera usted que debería investigar un observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación? Marque tres que considere la más relevantes. *

- Fuentes de Financiación de proyectos
- Acompañamiento en Ideas de negocio sostenibles
- Creación de proyectos sociales de acuerdo a las necesidades de la región.
- Acompañamiento a estudiantes universitarios metodologías de emprendimiento
- Formación en emprendimiento
- Formación en Proyectos en innovación

- Asesorar emprendimientos nuevos y puestos en marcha
- Construcciones de boletines informativos
- Metodologías de formulación de proyectos
- Experiencias exitosas
- Estrategias de comunicación para transferencias de Conocimiento
- Base de datos de convocatorias, Innovación
- Análisis estadístico de temas de emprendimiento social e innovación
- Análisis del sector empresarial de la ciudad y del departamento
- Divulgación de temas de emprendimiento a la comunidad en general

7. Una vez en funcionamiento el Observatorio de emprendimiento social, solidario e innovación, * estaría usted interesado en acceder a los servicios que preste este Ente?

- Sí
- No

8. Conoce usted alguna entidad o programa Gubernamental que apoye el tema del emprendimiento? *

- Sí
- No

9. ¿Cree que la creación de un observatorio de emprendimiento social y solidario en la universidad podría ayudar a su formación en la carrera profesional? *

- A. Si.
- B. No.
- C. No sabe no responde
- D. Ninguna de las anteriores

10. ¿La puesta en marcha del Observatorio de emprendimiento social y solidario de la universidad aportaría para la economía de la ciudad? *

- A. Si, por qué ayudaría a la creación de nuevas empresas.
- B. No, por qué se incrementaría la competencia entre empresas.
- C. No sabe no responde.

11. ¿Usted cree que el observatorio de emprendimiento social y solidario de la universidad ayudaría para que usted ejecutará un proyecto de emprendimiento? *

- A. Si.
- B. No
- C. No sabe no responde

12. ¿Con la creación del observatorio de emprendimiento social y solidario usted solicitaría ayuda o asesoría para la ejecución de su proyecto? *

- A. Si.
- B. No.
- C. No sabe no responde

13. ¿Si tuviera que solicitar una ayuda en el observatorio de emprendimiento social y solidario de la universidad, que ayuda solicitaría? *

- A. Asesoría jurídica.
- B. Asesoría económica.
- C. Asesoría tecnológica.
- D. Todas las anteriores.