



Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@

Rodrigo Fernando Ramírez Guzmán

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio

Sede Ibagué (Tolima)

Programa Contaduría Pública

abril de 2021

Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@

Rodrigo Fernando Ramírez Guzmán

Sistematización presentado como requisito para optar al título de Contador Público

Asesor(a)

Pablo Andrés Mendoza Sánchez

Administrador de Empresas – Contador Público

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Tolima y Magdalena Medio

Sede Ibagué (Tolima)

Programa Contaduría Pública

abril de 2021

Dedicatoria

El esfuerzo, la dedicación y la perseverancia por culminar esta carrera como Contador Público se la dedico principalmente a nuestro señor padre todo poderoso y a la Santísima Virgen del Carmen de Apicalá por su protección y todas sus bendiciones. Al alma de mi padre por haberme forjado con una personalidad moral, fuerte y decidida. A las almas benditas de mis hermanos Jesús y Oscar, quienes dejaron un legado de lucha y superación y, por supuesto, dedico este trabajo a mi esposa y a mi hija Kimberly por dejarme conocer el verdadero concepto del amor y la tolerancia.

Agradecimientos

Mis más profundos agradecimientos los dirijo a todo el componente humano de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, especialmente a los profesores del programa de Contaduría Pública de la sede Ibagué, quienes no solo me transmitieron conocimientos para ser un excelente profesional, sino que también me brindaron herramientas morales, éticas y espirituales útiles para construir una mejor sociedad. Al profesor Pablo Andrés Mendoza Sánchez, quien me formo como investigador y me guió a través de la experiencia que hoy plasmo en este documento.

Un agradecimiento adicional a los oficiales de la Policía Nacional de Colombia, quienes, con su perpetua falta de apoyo al subalterno, pudiéndolo hacer, hicieron que mi objetivo fuera mas claro y se fortaleciera día a día.

Contenido

Lista de tablas	8
Lista de figuras	9
Lista de anexos	10
Resumen	11
Abstract.....	12
Introducción	13
CAPÍTULO I	14
1 Marco Referencial	14
1.1 Comercio electrónico (E-commerce).....	14
1.2 Ventajas del comercio electrónico.....	15
1.3 Tipos de Comercio electrónico.....	16
1.3.1 E-commerce B2B.....	16
1.3.2 E-commerce B2C.....	16
1.3.3 E-commerce C2C.....	17
1.3.4 E-commerce B2E.....	18
1.3.5 E-commerce B2G.....	18
1.4 Marco Legal.....	19
1.4.1 Constitución nacional.....	19
1.4.2 Marco regulatorio.....	19
1.4.3 Protección de datos personales.....	19
1.4.4 Protección al consumidor.....	20
1.4.5 Ley de emprendimiento.....	20
CAPÍTULO II	21
2 Planteamiento del Problema	21
2.1 Identificación del problema	21
2.2 Propuesta de solución	21
2.3 Justificación	22
2.4 Objetivos	23

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

2.4.1	Objetivo General	23
2.4.2	Objetivos específicos.....	23
CAPITULO III.....		25
3	Diseño Metodológico.....	25
3.1	Recolección de información	25
3.1.1	Determinación de la Población General.....	26
3.1.2	Determinación de la Subpoblación y Muestra.	26
3.1.3	Técnica o instrumento de recolección de información.....	27
3.1.4	Procedimiento de recolección.	28
3.1.5	Tabulación y almacenamiento de la información	29
3.2	Diseño de la Vitrina Virtual.....	30
3.2.1	Portada principal de la vitrina	30
3.2.2	Sección de información de interés	31
3.2.3	Galería de productos y servicios	33
3.2.4	Tiendas individualizadas y personalizadas para cada emprendedor	33
3.2.5	Trabajo compartido y corresponsabilidad.....	34
3.2.6	Valor agregado	34
3.2.7	Mejora continua.....	35
3.3	Realce del proyecto.....	35
CAPITULO 4.....		40
4	Resultados obtenidos	40
4.1	Creación de la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@	40
4.2	Publicación y promoción proyecto	40
4.3	Inscripción de emprendedores	40
4.4	Programa académico.....	41
4.5	Semestre Cursado Estudiantes activos.....	42
4.6	Clasificación de los negocios.....	42
4.7	Conformación del Negocio.....	43
4.8	Instalaciones físicas donde funciona la empresa	44
4.9	Servicio a domicilio	44
4.10	Ciudad donde opera el negocio.....	45

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

4.11	Documentación legal	46
4.12	Apoyo estatal	47
4.13	Descuentos, promociones, ofertas.....	47
CAPITULO V.....		48
5	Conclusiones.....	48
5.1	Impactos Generados.....	49
5.1.1	A nivel económico	49
5.1.2	A nivel social.....	49
5.1.3	A nivel académico y profesional.....	50
5.1.4	A nivel Personal	50
Referencias.....		51
Anexos		54

Lista de tablas

Tabla N° 1. Personal que integra el programa de Contaduría Pública VRTMM.....	26
Tabla N° 2. Subpoblaciones objeto de estudio	27
Tabla N° 3. Tipo de preguntas utilizadas en el cuestionario y su función	28
Tabla N° 4. Escala colorimétrica de la cantidad de tipos de negocios	43

Lista de figuras

Figura 1. Mensajes de invitación para unirse a la vitrina Virtual	29
Figura 2. Portada principal de la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@	31
Figura 3. Sección para información de interés para los clientes de la vitrina.	32
Figura 4. Sección donde los emprendedores publican eventos próximos de sus tiendas.	32
Figura 5. Sección que dirige al cliente a cientos de productos con descuento, ofertas o promociones especiales	32
Figura 6. Página principal donde se ubican las galerías organizadas en grupos de productos y servicios	33
Figura 7. Tienda de regalos, fiestas y sorpresas	34
Figura 8. Tienda de regalos, fiestas y sorpresas	35
Figura 9. Calidad de los emprendedores inscritos ante UNIMINUTO.	41
Figura 10. Calidad de los emprendedores inscritos ante UNIMINUTO.	41
Figura 11. Cantidad de negocios por semestre cursado.	42
Figura 12. Forma como se crean los negocios de emprendimiento.	44
Figura 13. Tipo de instalación donde funciona el emprendimiento.	45
Figura 14. La empresa presta servicio a domicilio.	45
Figura 15. Localización del emprendimiento.	46
Figura 16. Documentación legal que posee el negocio.	46
Figura 17. Descuentos, promociones, regalos y otros beneficios	47

Lista de anexos

Anexo A. Política de Tratamiento de Datos Personales Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@	54
Anexo B. Certificado ponencia IV Encuentro Internacional, V Nacional y I de Semilleros de Investigación Contable.	60
Anexo C. Certificado ponencia Congreso Internacional virtual de Investigación - ITFIP 2020.	61
Anexo D. Certificado ponencia XIII congreso Internacional de Prospectiva y IV Congreso Internacional de Emprendimiento- UNAD.	62
Anexo E. Certificado reconocimiento Noche de la excelencia UNIMINUTO.	63
Anexo F. certificado ponencia I encuentro Nacional e Internacional de semilleros de investigación de la Red de Investigación del Municipio de Tuluá REDITUL:	64

Resumen

A pocos días de haberse originado la pandemia del COVID-19, en el mundo y, principalmente en el departamento del Tolima, vimos cómo gran cantidad de comercios tuvieron que detener sus operaciones de manera definitiva, debido principalmente a la falta de ingresos, pero también porque no supieron reinventarse, no aprovecharon las bondades de la internet, tal vez por desconocimiento o porque la mayoría de estas plataformas requiere de una erogación de dinero.

Por tal razón, se diseñó La Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ como proyecto de innovación social y productiva, buscando el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y territorios, permitiendo que los emprendedores, especialmente los estudiantes y graduados de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, que derivan el sustento diario de lo producido por sus negocios, sigan obteniendo ingresos pese a las medidas gubernamentales adoptadas a raíz de la pandemia. La Vitrina les permite que los productos o servicios que comercializan sean conocidos por un número mayor de potenciales clientes, proveedores y aliados estratégicos, valiéndonos de las TIC y de manera gratuita.

Por su parte, los clientes pueden suplir las necesidades de consumo sin salir de su hogar, preservando la salud y su vida, aprovechar descuentos, promociones y ofertas; además, esta herramienta virtual suministra información útil para entidades oficiales, organizaciones de tipo social, investigadores o la comunidad académica en general.

Palabras clave: E-commerce, Compra digital, Mercado libre, Vitrina virtual, Comercio electrónico

Abstract

A few days after the COVID-19 pandemic began, in the world and, mainly in the department of Tolima, we saw how a large number of businesses had to stop their operations permanently, mainly due to lack of income, but also because they did not know how to reinvent themselves, they did not take advantage of the benefits of the internet, perhaps due to ignorance or because most of these platforms require an outlay of money.

For this reason, the Virtual Showcase of Solidarity Entrepreneurship of Tolim @ was designed as a social and productive innovation project, seeking the sustainable integral development of people, communities and territories, allowing entrepreneurs, especially students and graduates of the Minuto University Corporation de Dios, who derive their daily sustenance from what is produced by their businesses, continue to obtain income despite the government measures adopted in the wake of the pandemic. The Showcase allows the products or services they sell to be known by a greater number of potential clients, suppliers and strategic allies, using ICTs for free.

For their part, customers can meet consumer needs without leaving their home, preserving health and life, take advantage of discounts, promotions and offers; Furthermore, this virtual tool provides useful information for official entities, social organizations, researchers or the academic community in general.

Keywords: E-commerce, Digital purchase, Free market, Virtual showcase, Electronic commerce

Introducción

Ante la urgente necesidad de permitirle a los emprendedores del departamento del Tolima, quienes partiendo de su creatividad e innovación hubiesen creado cualquier tipo de negocio previamente o, a aquellos que aprovechando los efectos sociales que trajo consigo el COVID 19 vieron la oportunidad para establecer o reinventar su empresa, pudieran mantener un flujo constante de ingresos; al mismo tiempo que la comunidad en general lograra suplir las necesidades de adquirir productos o servicios, de manera sencilla, pudiendo escoger el mejor producto entre varias opciones, comparando precios y, sin salir de la protección de su hogar, nace la idea de desarrollar el proyecto denominado Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@, la cual además, suministra información precisa y actualizada sobre los emprendedores de nuestra región.

La Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ exhibe los productos o servicios de los emprendedores a mayor cantidad de potenciales clientes, les permite establecer contacto directo con mejores proveedores y aliados estratégicos, de manera eficiente, efectiva y sin comprometer su presupuesto. además, este proyecto los beneficia en el entendido que estructura una base de datos con variables que le muestran a las diferentes entidades oficiales una panorámica más clara, cercana, real e individualizada sobre las empresas o negocios que se crean en el departamento del Tolima, determinando cuál es su papel dentro de la economía y la forma como estos contribuyen con el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y territorios, teniéndolos en cuenta para incluirlos dentro las políticas gubernamentales y programas de emprendimiento.

CAPÍTULO I

1 Marco Referencial

A lo largo de la historia de la evolución de la tecnología, muchos autores, escritores, técnicos e investigadores del e-commerce o social e-shopping han dejado plasmado en sus libros, artículos, tesis, etc. la idea coincidente de que el acto de “comprar” no es solo una cuestión de “obtener” un producto tangible o un servicio, sino que también se trata de una experiencia, diversión y entretenimiento. Así pues, podemos destacar la investigación titulada “Antecedentes de la intención de uso de los sitios web de compras colectivas” de Villa et al. (2015). A través de la cual clasifica a los compradores en dos tipos: los hedónicos, quienes el comprar es un medio de entretenimiento, un disfrute emocional; por otro lado, los utilitarios que utilizan su conocimiento para que a través de la compra puedan ahorrar tiempo y esfuerzo.

Por igual, se destacará a continuación conceptos importantes que ayudaran a profundizar en la temática objeto de estudio, pronunciamientos sustentados por diferentes autores y estudiosos sobre el tema del E-commerce:

1.1 Comercio electrónico (E-commerce).

El comercio electrónico es el modelo de negocios basado en la compra y venta, suministro y distribución de productos y servicios a través de plataformas digitales, redes sociales o en los sitios web. Lo cual significa que los potenciales compradores podrán escoger los servicios y productos en una gran variedad de catálogos, en todo momento y en cualquier lugar, haciéndose cada vez más sencillo gracias a nuevas tecnologías en dispositivos móviles. Básicamente, se trata

de un acuerdo comercial entre dos o más personas (comúnmente compra o venta) a través de vías digitales o electrónicas.

Lo anterior deja claro que para comercializar de manera electrónica no es necesario crear una gran tienda virtual y ser una marca reconocida en Internet, por el contrario, cualquier persona puede hacerlo a través de una simple publicación en sus redes sociales o aprovechando una plataforma externa (Higuerey, 2019). No obstante, si se quiere hacer de esta actividad un negocio sustentable, rentable y duradero, es muy importante aplicar técnicas de marketing y una serie de elementos que contribuirán al posicionamiento y la publicación del negocio. Higuerey también señala que el comercio electrónico puede brindar, incluso, un alcance global, y es que consumidores de varias latitudes del mundo podrán ingresar a tu comercio virtual o a través de redes sociales.

1.2 Ventajas del comercio electrónico.

Tanto para los comerciantes habituales, los emprendedores y por supuesto los clientes, reciben múltiples beneficios en la utilización de este método de comercialización, especialmente el aumento de las opciones de venta; lanzamiento de productos únicos, sin necesidad de grandes inversiones en publicidad ni estructura logística, siendo este el motivo por el que muchos medianos y pequeños emprendedores aprovechan el comercio electrónico para ofrecer servicios o artículos novedosos; a los usuarios le permite conocer sus especificaciones e interactuar con ellos antes de comprarlos. Otro beneficio es el reconocimiento de marca, para esto Internet y las redes sociales sirve para que pase de ser “invisible” a conocida por muchos usuarios y actores del mercado. (Grupo Conlusetec, s.f.).

1.3 Tipos de Comercio electrónico.

1.3.1 E-commerce B2B.

Segun ecommerce plataforms (s.f.) el B2B es una abreviatura común para el comercio “empresa a empresa”. Esto es cuando las empresas se venden entre sí, en lugar de una empresa que vende a consumidores individuales. Por su parte, Next ecommerce (26 de marzo de 2019). refiere que la utilización del Comercio B2B supone por lo tanto un gran ahorro de costos operativos para las empresas que lo implantan, a la par que ven crecer el importe medio y número de pedidos. Las empresas pueden vender a empresas en otros países a menor costo, generando nuevos clientes y distribuidores de sus productos.

No obstante, Desarrollar una maniobra de e-commerce B2B eficiente no es una tarea sencilla. Es indiscutible que no es lo mismo llegar a un público amplio con someros conocimientos que a una compañía experimentada. De ahí la importancia de determinar una buena estrategia digital en B2B con técnicas de marketing más pensadas. Tener una visión tan amplia de los clientes y su situación ayudará a crear estrategias, por ejemplo, calcular cuándo el cliente se queda sin productos, de tal forma que se sabe cuál es el momento adecuado para volver a ofrecerlos con algún tipo de incentivo (Antevenio, 2019).

1.3.2 E-commerce B2C.

De acuerdo a lo manifestado por Seoane (2016) lo define como: “comercio electrónico entre empresas y consumidores finales. Es lo que todo el mundo conoce como comercio electrónico”. BSC es la abreviatura que denota Business to consumer, un término que en comercio

electrónico, se emplea para referirse a las transacciones comerciales realizadas a través de internet, entre las empresas y los consumidores finales. En este tipo de comercio el consumidor adquiere un bien o servicio a través de internet, pudiendo hacer el pago y hasta la entrega del bien o servicio por el mismo medio – on line – o personalmente – off line.

1.3.3 E-commerce C2C.

Abarca lo relacionado con el comercio electrónico entre finales consumidores, en donde unos venden y otros compran, por ejemplo, las subastas a través de internet valiéndose de redes sociales o de páginas creadas para tal fin. Según lo manifestado por Kotler y Armstrong (s.f.) los sitios C2C ofrecen acceso a públicos de potenciales compradores muchos mas amplios que el mercado callejero o mediante clasificados en periódicos o en línea, esta modalidad electrónica es denominada como “puja” en el mundo comercial o también llamada e-auction, donde los productos que se venden se presentan en una galería virtual, de forma que el comprador potencial puede verlos y conocer sus detalles.

Por lo general, el sitio web donde se lleva a cabo la subasta, se encarga de proporcionar el mecanismo de pago y los servicios de logística necesarios para entregar los bienes comercializados. Carrion (2017) refiere que “en este tipo de comercio los usuarios tienen todo el protagonismo, se encargan de poner la mercancía en venta, fijar precios mínimos y realizar envíos. El papel de la página se reduce a fijar reglas de funcionamiento y cobrar comisiones” (p.333). El C2C presume la creación de una modalidad de venta entre personas que aprovechan las plataformas de intercambio surgidas bajo las nuevas tecnologías y el rápido crecimiento de Internet.

1.3.4 E-commerce B2E.

Las siglas de este tipo de comercio significan Business to Employee, en español, de Negocio a Empleado. Es la relación comercial que se establece en una empresa y sus propios empleados. (Martin, 2018). Su enfoque es el de propiciar ofertas a sus empleados desde su tienda en línea, a partir de propuestas llamativas que sirvan para crear un mejor desempeño laboral. También es común que en estos sitios en línea además de compras como incentivo, los trabajadores hagan trámites que llegarán de manera mucho más eficiente a los departamentos indicados.

1.3.5 E-commerce B2G.

Esta modalidad de comercio electrónico se centra en los procesos de negociación entre empresas y gobierno a través de la tecnología digital o Internet. Su funcionamiento se lleva a cabo a través de portales digitales de administración pública, desde allí las organizaciones gubernamentales se ponen en contacto con las empresas privadas para obtener los productos o servicios que se requieran (Anónimo, 2018).

Esto es indispensable incluso para que las entidades públicas encargadas de la administración ahorren recursos económicos y tiempo, simplificando los procesos de compra de productos o levantamiento de pedidos. Este tipo de negocio permite optimizar los procesos de negociación entre empresas y el gobierno a través del uso de internet. Se aplica a los sitios o portales especializados en la relación de la administración pública. En ellos las instituciones oficiales pueden ponerse en contacto con sus proveedores, y estos pueden agrupar ofertas o servicios de empresas de administración Marketing electrónico (2017).

1.4 Marco Legal

1.4.1 Constitución nacional

1.4.1.1 Artículo 15 de la Constitución Política: Mediante el cual se da la categoría de fundamental al derecho a la intimidad personal y familiar y a su buen nombre, también conocido como Habeas Data.

1.4.1.2 Artículo 20 de la Constitución Política: Protege la libertad de expresión, que constituye una de las principales garantías para el eCommerce.

1.4.1.3 Artículo 333 de la Constitución Política: La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

1.4.2 Marco regulatorio

1.4.2.1 Ley 527 de 1999: Denominada ley de comercio electrónico, establece el “principio de equivalencia funcional” entre: la firma electrónica y la autógrafa, y entre los mensajes de datos y los documentos escritos.

1.4.2.2 Artículo 91 de la Ley 633 de 2000: Señala que todas las páginas web y sitios de internet con origen en Colombia, que operan en internet y cuya actividad económica tenga carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberá inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la DIAN la información que está considere pertinente.

1.4.2.3 Superintendencia de Industria y Comercio: Cumple con funciones de control y vigilancia sobre las actividades adelantadas en materia de comercio electrónico, inclusive todo lo relacionado con la protección del consumidor, protección de datos personales, y operaciones realizadas online.

1.4.3 Protección de datos personales

1.4.3.1 Ley 1581 de 2012: Régimen general de protección de datos personales.

1.4.3.2 Ley 1266 de 2008: Régimen especial para servicios financieros – bases de datos destinadas a calcular el riesgo crediticio de las personas. Reglamentada a través de los siguientes decretos:

Decreto 1727 de 2009.

Decreto 2952 de 2010.

Decreto 1377 de 2013.

Decreto 886 de 2014.

Decreto 90 de 2018.

1.4.4 Protección al consumidor

1.4.4.1 Ley 1480 de 2011: Estatuto del Consumidor el cual se erige un capítulo especial para la protección de los consumidores de comercio electrónico.

1.4.5 Ley de emprendimiento

1.4.5.1 Ley 2069 de 2020: Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia.

CAPÍTULO II

2 Planteamiento del Problema

2.1 Identificación del problema

Ante la profunda crisis económico-social que trajo consigo el coronavirus COVID 19 en los primeros meses del año 2020 para cientos de comercios de todas las categorías en el contexto mundial, las cuales veíamos cesar definitivamente sus operaciones, incluso aquellos que parecían tener capacidad financiera para soportar contingencias. Entre esto en el departamento del Tolima a pocos meses de la pandemia ya se habían cerrado alrededor de 900 empresas dejando a miles de emprendedores sin su sustento (arenas, 2020).

Simultáneamente, los casos de contagios y muertes por COVID19 de la comunidad en general, se vieron incrementados en el departamento del Tolima a un ritmo acelerado (Otero, 2020). Muchos de ellos debido a que las personas salían desbocadas a supermercados o tiendas de barrio a efectuar lo que se denominó como compras nerviosas, debido a toda la incertidumbre que traía esta pandemia.

2.2 Propuesta de solución

Así las cosas, germina la necesidad de crear una plataforma digital orientada a mitigar estos nefastos efectos de la pandemia, especialmente en los pequeños negocios de proporcionan el sustento diario a los emprendedores del departamento del Tolima, inicialmente estudiantes y graduados de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio, permitiéndoles la expansión de sus iniciativas comerciales, logrando la exhibición de sus

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

productos y servicios a un mayor número de potenciales clientes y por ende seguir generando ingresos sin llegar siquiera a pensar en desistir de su emprendimiento; Esta plataforma virtual también generará una base de datos tangible, con la cual se pueden desarrollar diagnósticos sobre el tipo de emprendedores, medir su impacto en la esfera económica del departamento, y otras variables necesarias para que los entes gubernamentales los tuvieran en cuenta para incluirlos en las políticas de desarrollo económico y planes de emprendimiento social.

Además, la vitrina debe coadyuvar para evitar el aumento en el número de casos de contagios y muertes por COVID19, permitiéndole a la comunidad de clientes hacer sus compras sin salir de su hogar, acatando la normatividad adoptada por el gobierno nacional para hacer frente a esta pandemia, y por supuesto que la experiencia sea fácil, agradable y sin mayor erogación de dinero.

2.3 Justificación

El comercio electrónico es el modelo de negocios basado en la compra y venta, suministro y distribución de productos y servicios a través de plataformas digitales, redes sociales o sitios web, donde el cliente puede acceder en todo momento y en todo lugar a través de cualquier dispositivo digital. Esto es aprovechado para el cumplimiento de los objetivos de la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@, permitiéndole a los estudiantes y graduados de la Corporación Universitaria Minuto de Dios vicerrectoría Tolima y Magdalena medio, exhibir y por supuesto facilitar la venta de los productos o servicios que comercializan en sus negocios de emprendimiento, lo cual se traduce en generación de ingresos, pese a las afectaciones que trajo consigo la pandemia de COVID19; por otra parte, los consumidores

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

pueden satisfacer sus necesidades preservando la salud y respetando las diferentes medidas sanitarias adoptadas a nivel nacional, departamental y local.

De modo similar, esta herramienta podrá ayudar a fortalecer a la población de emprendedores del Tolima, en el entendido que, paralelamente se crea una base de datos con información actualizada, sólida y confiable utilizada como instrumento habilitador de la política ya sea nacional o regional, lo que significa que los emprendedores dejaran de estar en el anonimato, luchando solos en un mercado altamente competitivo, a ser conocidos e impulsados de parte de los entes gubernamentales a través de sus políticas de emprendimiento y desarrollo social, facilidades de acceso a la financiación y a otros recursos, a la consecución de tecnología, educación y capacitación, entre otros.

2.4 Objetivos

2.4.1 *Objetivo General*

- Permitir el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y municipios del Tolima a través de la potenciación de los negocios de emprendimiento pertenecientes al componente humano de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio superando las contingencias propias de la pandemia por COVID-19.

2.4.2 *Objetivos específicos*

- Crear una herramienta web adecuada para que los emprendedores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio puedan ofrecer productos y servicios.

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

- Socializar el proyecto ante la comunidad académica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio invitando a graduados, estudiantes, docentes y colaboradores quienes tengan algún tipo de negocio para que se inscriba en el proyecto de manera gratuita.
- Construir una herramienta digital capaz de recopilar la información de los emprendedores interesados en participar del proyecto, de sus negocios y otros aspectos económicos y sociales.
- Diseñar las tiendas de cada emprendedor utilizando herramientas web, de tal manera que para el cliente sea agradable, fácil de seleccionar los productos y efectuar la compra a través de dispositivos digitales.
- Concertar con los emprendedores inscritos en la plataforma para que ofrezcan promociones, ofertas y descuentos especiales a aquellos clientes que se identifiquen como miembros de la comunidad UNIMINUTO, así mismo para determinar cuáles de estos prestan servicio a domicilio.
- Promocionar la plataforma de comercio electrónico para que los integrantes de la institución universitaria y sus familias ingresen a la plataforma para hacer sus compras de manera fácil, divertida, aprovechando descuentos, ofertas y sobre todo protegiendo su salud.

CAPITULO III

3 Diseño Metodológico

Esta investigación se logra a través de estudios de tipo exploratorio en los cuales el punto de partida fue formular el problema de manera adecuada, de tal forma que fuera comprensible y que permitiera desarrollar hipótesis y determinar posibles soluciones; seguidamente se construyó el marco teórico basado en investigaciones y trabajos de expertos en materia de comercio electrónico y de emprendimiento; analizando la información obtenida se procede a definir los objetivos que marcaran el derrotero a seguir. Por último, se analizan todas y cada una de las variables socio económicas obtenidas para adentrarnos en la discusión si el proyecto ha traído los impactos esperados.

3.1 Recolección de información

Teniendo en cuenta que el proyecto se inspira en los principios de la innovación social y transformación digital, el cual busca el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y territorios, para el mes de marzo de 2020, coincidente con la llegada de la pandemia por COVID-19, se socializó el proyecto y se recolectó información al componente humano del programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio – Estudiantes, Graduados y Docentes vinculados hasta esa fecha, logrando la obtención de indicadores que reflejaron las tendencias sociales y económicas.

Para la obtención de esta información se utilizaron herramientas propias de las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC's), en el entendido que no se pudo hacer presencial por las medidas sanitarias decretadas para prevenir el contagio con Coronavirus; a

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

través de la plataforma comercial Google formsⁱ, se desarrolló un conjunto de preguntas organizadas y estructuradas de tal manera que se obtuviera información útil para los objetivos del proyecto. Este formulario fue enviado a través de correos electrónicos y grupos de WhatsApp.

3.1.1 *Determinación de la Población General.*

Se tomó como población de estudio solamente el componente del programa de Contaduría Pública de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio – Estudiantes, Graduados y Docentes vinculados hasta esa fecha.

Tabla N° 1
Personal que integra el programa de Contaduría Pública VRTMM

Cargo o nivel	Cantidad
Estudiantes activos	3.400
Graduados	7.000
Docentes	35
Total	

Fuente: Informe de Gestión UNIMINUTO VRTMM (2020-1).

3.1.2 *Determinación de la Subpoblación y Muestra.*

A efectos de facilitar la aplicación de las técnicas y por ende obtener resultados confiables y ajustados a la realidad, se distribuyó la población en subgrupos representativos, tomando una muestra de cada uno de ellos para tener solamente como guía la cantidad mínima de las personas a quienes se debía enviar el cuestionario, para esto se utilizó la calculadora online de la plataforma QuestionProⁱⁱ arrojando los siguientes resultados así:

ⁱ Generalidades de la plataforma Google Forms: <https://workspace.google.com/intl/es-419/products/forms/>

ⁱⁱ Calculadora de muestras QuestionPro: <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>

Tabla N° 2*Subpoblaciones objeto de estudio*

Subpoblación	Cantidad	Muestra
Estudiantes activos del programa de Contaduría Pública VRTMM	3.400	346
Graduados del programa de Contaduría Pública VRTMM	7.000	365
Docentes de la VRTMM	35	33

Fuente: Informe de Gestión UNIMINUTO VRTMM (2020-1).

3.1.3 Técnica o instrumento de recolección de información.

3.1.3.1 Cuestionario virtual.

Aprovechando los avances tecnológicos las encuestas ahora se pueden diseñar, enviar y recibir las respuestas en línea, además de ser muy fáciles para acceder. Esta información también está disponible para el investigador en tiempo real (Velásquez, 2020). En este caso utilizamos Google forms para diseñar un cuestionario con treinta y una (31) preguntas sobre aspectos personales, comerciales y sociales, previo a informar de manera expresa sobre el tratamiento de datos personales y recogiendo su consentimiento personal, libre e inequívoco para tal procedimiento (Ver anexo A). El cuestionario fue enviado a través de correo electrónico y grupos de WhatsApp para que fuera contestado a través de tabletas, ordenadores portátiles o incluso teléfonos móviles.

Dichas preguntas fueron secuenciadas en forma lógica y agrupadas de lo general a lo específico con el fin de lograr las mejores respuestas y poder desarrollar análisis individualizados

y coherentes a la realidad de los emprendedores, tal como se muestra en la tabla siguiente, las demás preguntas corresponden a información para el diseño de la tienda virtual.

Tabla N° 3

Tipo de preguntas utilizadas en el cuestionario y su función

Variable a identificar	Conjunto de preguntas	Preguntas
Vínculo ante UNIMINUTO	Información Académica	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante, Graduado o Docente • Nivel de educación superior al que pertenece • Programa al que pertenece • Semestre que cursa (para estudiantes activos) • Año de graduación (graduados)
Individualización del emprendedor	Información personal	<ul style="list-style-type: none"> • Apellidos y nombres • N° documento de identidad • Correo electrónico personal e institucional • Número de teléfono celular
Sector económico donde interactúa	Información de la empresa o negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Razón social • Objeto social • Descripción de la actividad económica • Ciudad donde se ubica
Estabilidad y bienestar empresarial	Información de la empresa o negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de sociedad (Propia, familiar, asociado) • Instalaciones propias, arrendadas o no requiere • Cuenta con documentación legal • Es beneficiario de algún programa estatal
Participación en el ámbito social (responsabilidad social)	Información de la empresa o negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Presta servicio a domicilio • Aplica medidas sanitarias contra el COVID19 • Disposición para ofrecer Descuentos, promociones o algún tipo de incentivo a clientes UNIMINUTO

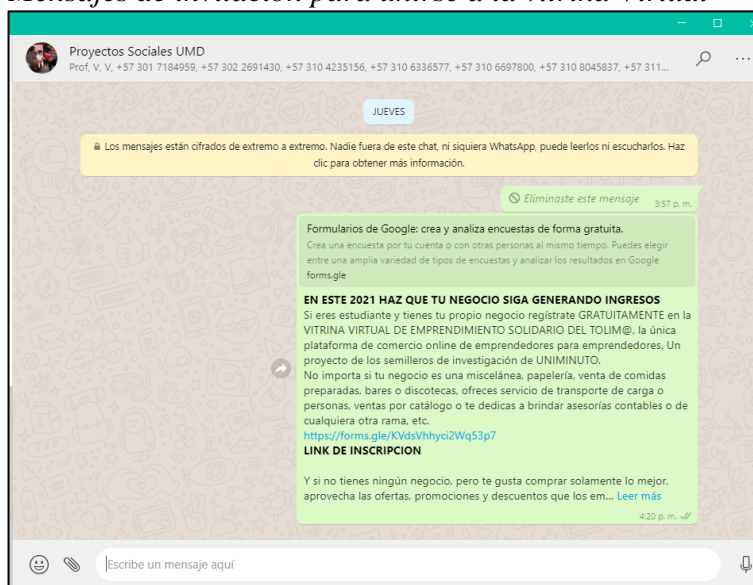
Nota:

3.1.4 Procedimiento de recolección.

El cuestionario diseñado mediante Google Forms fue enviado a los sujetos que conforman las muestras de cada subpoblación mediante el link

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

<https://forms.gle/aEdCVC6Zjgus8sEn8> a sus correos electrónicos, grupos de WhatsApp y redes sociales, contenido dentro de un párrafo que invita al emprendedor a inscribir sus negocios y seguir generando ingresos tal como lo muestra la figura 1.

Figura 1*Mensajes de invitación para unirse a la vitrina Virtual*

Nota: Para el envío del Texto de invitación se realiza a través del WhatsApp empresarial perteneciente a la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@

3.1.5 Tabulación y almacenamiento de la información

A medida que los emprendedores digitan la información en el formulario de Google los datos van apareciendo en tiempo real y autoguardándose sin procesar en una hoja de cálculo de Googleⁱⁱⁱ listos para entrar a analizarlos.

ⁱⁱⁱ Hojas de cálculo de Google: <https://workspace.google.com/intl/es-419/products/sheets/>

3.2 Diseño de la Vitrina Virtual

Como punto de partida para el diseño de una vitrina virtual que cumpla con características adecuadas para lograr los objetivos propuestos, que sea gratuita, que contenga herramientas digitales para personalizarla de manera agradable, interactiva y que los productos o servicios sean exhibidos de manera estética, fáciles de localizar, despertando el interés de los consumidores, generando deseo de comprar y continuar fidelizado ante los comercios, que los clientes no tenga que memorizar datos como números de teléfono o direcciones, y sobre todo que el cliente tenga comunicación directa con los vendedores, es decir, que haya interacción humana (Casas, M. C. 2015).

Por lo anterior se efectuó un análisis detallado de las múltiples opciones que nos brinda la Internet, considerando y comparando múltiples factores, llegando a la conclusión que la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ se desarrollará bajo la plataforma Wix.com^{iv} la cual se describe como líder en desarrollo web, basada en el sistema "en la nube", que tiene millones de usuarios alrededor del mundo, entre otras beneficiosas características.

3.2.1 Portada principal de la vitrina

Para el diseño de la portada principal se utilizaron imágenes free – Gratis para uso personal o comercial con atribución – obtenidas en páginas web. Seleccionando aquellas acordes al objetivo del proyecto, de tal manera que la portada transmite y refleja la personalidad de la

^{iv} Plataforma Wix.com bajo la cual se desarrolló la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@: <https://es.wix.com/>

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

vitrina, dejando ver su credibilidad, seriedad, responsabilidad social y medio ambiental, principios estos bajo los cuales se desarrolla. En ella misma va el slogan “Todos los productos y servicios que necesitas, en tu propia región.” El cual le indica al cliente que podrá satisfacer las necesidades de consumo y al mismo tiempo apoyar a sus conciudadanos. Tal como se observa en la imagen N° 2 para el fondo se utilizó un color amarillo verdoso el cual levanta el ánimo, ilumina, brinda diversión, felicidad, esperanza y jovialidad.

Figura 2

Portada principal de la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@



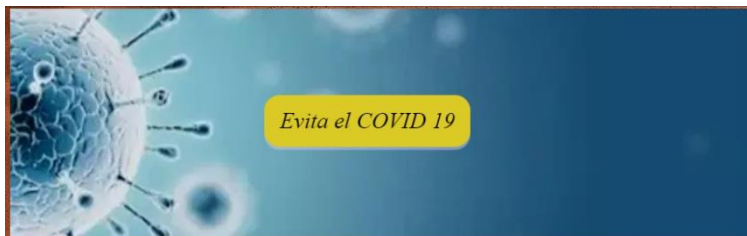
Nota: De Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@. (2021).

3.2.2 Sección de información de interés

Con el fin que la vitrina virtual de emprendimiento solidarios del Tolim@ sea más atractiva y útil, es decir, que preste servicios adicionales a los de su objetivo primordial, se incluyeron secciones donde el usuario puede encontrar información importante como por ejemplo recomendaciones para prevenir el contagio con COVID-19 como se observa en la figura 3 y una sección especial para publicar eventos de interés a comerciantes y sus usuarios (Fig. 4) y, por supuesto la sección donde se destacan productos novedosos, ofertas y promociones (Fig. 5).

Figura 3

Sección para información de interés para los clientes de la vitrina.



Nota: De Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@. (2021).

Figura 4

Sección donde los emprendedores publican eventos próximos de sus tiendas.

Próximos eventos



Nota: De Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@. (2021).

Figura 5

Sección que dirige al cliente a cientos de productos con descuento, ofertas o promociones especiales



Nota: De Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@. (2021).

3.2.3 *Galería de productos y servicios*

Una vez clasificada y tabulada de la información obtenida, se diseñan las secciones generales en la página principal. Estas secciones permiten al cliente ubicarse exactamente en el grupo de tiendas donde encontrara los productos y servicios que requiere, tales como alimentos preparados, misceláneas, oficinas de asesoría, servicios de viaje, etc. cada una de estas secciones posee imagen agradable y descriptiva visualmente, cuenta con botones dinámicos enlazados a la página de tiendas correspondiente (Fig. 6).

Figura 6

Página principal donde se ubican las galerías organizadas en grupos de productos y servicios



Nota: De Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@. (2021).

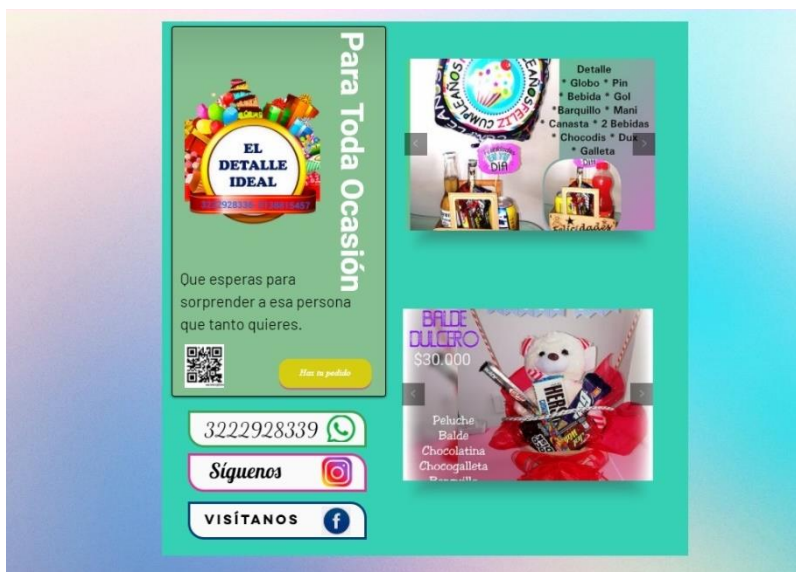
3.2.4 *Tiendas individualizadas y personalizadas para cada emprendedor*

Cada una de las tiendas fue construida utilizando estilos únicos con imágenes, videos, audios, enlaces a redes, y demás material multimedia. Como lo presenta la figura 7 el cliente puede fácilmente seleccionar la tienda que le llame la atención y seleccionar los productos de manera fácil y agradable, pudiendo escoger, comparar precios, y escoger la herramienta mas adecuada

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

para contactarse con el emprendedor para efectuar su compra.

Figura 7
Tienda de regalos, fiestas y sorpresas



Nota: De Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@. (2021).

3.2.5 Trabajo compartido y corresponsabilidad

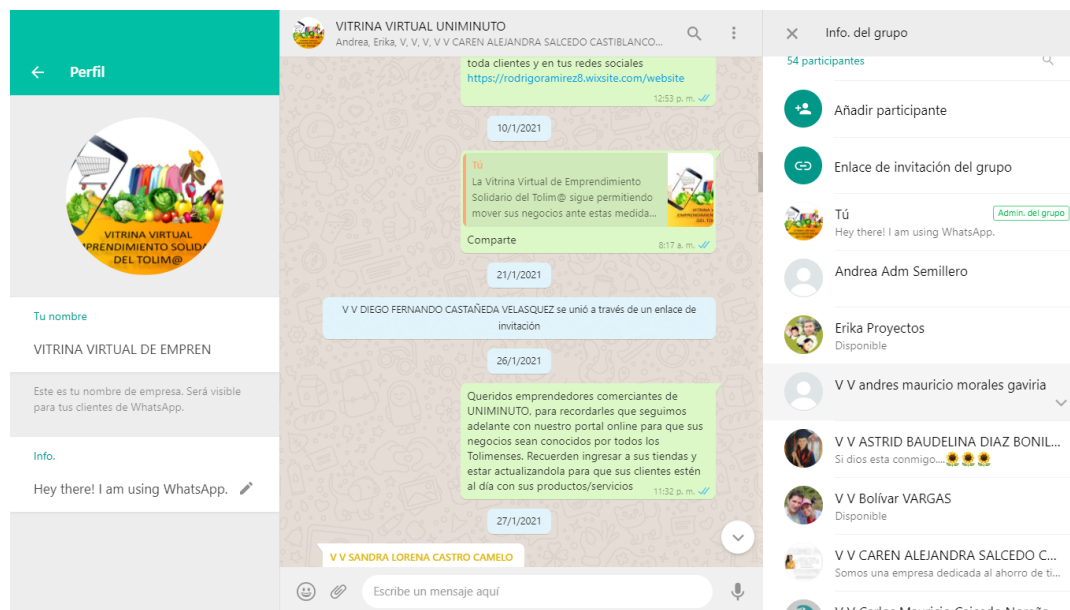
A fin de vincular a los emprendedores en el mantenimiento y continua actualización de sus tiendas en cuanto productos, precios, imágenes, link de contacto, etc. la plataforma sobre la cual fue creada permite compartir privilegios de administrador a múltiples personas, lo cual se efectúa mediante un link de acceso el cual es enviado al correo del emprendedor junto con un video de instrucciones alojado en la página de YOUTUBE <https://youtu.be/X6Lh1BjTRb8>

3.2.6 Valor agregado

Para imprimirle un plus al proyecto y permitir la comunicación fluida con los emprendedores para escuchar sus sugerencias, inquietudes, solicitudes de actualización de sus tiendas, promociones, entre otros. Se desarrolló una cuenta de WhatsApp empresarial versión gratuita con el numero 323 2296425 la cual se muestra en la figura 8.

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

Figura 8
Tienda de regalos, fiestas y sorpresas



Nota: De Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@. (2021).

3.2.7 Mejora continua

En este proyecto se destaca que desde la creación de la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ se han efectuado cambios significativos en su estructura y presentación, por una parte, obedeciendo al principio de mejora continua y por otra para hacerla más intuitiva y amigable cada día.

3.3 Realce del proyecto

Con el fin de lograr la apropiación de conocimiento necesario que contribuyan al mejoramiento, potenciación, y fortalecimiento del proyecto, este fue socializado en diferentes eventos de índole académico-investigativo tipo ponencia, congresos de investigación, encuentros de semilleros entre otros, a nivel local, regional, nacional e internacional. Así mismo la participación en diferentes talleres, webinar, seminarios, etc. En estos espacios de discusión de

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

las experiencias y de los resultados obtenidos se vio fortalecido el espíritu investigativo, además, el intercambio de conocimientos generó un sinnúmero de competencias para desempeñarse en diferentes áreas profesionales, académicas e investigativas. A continuación, se relacionan los actos donde fue expuesto el proyecto de la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@, así:

- *IV Encuentro Internacional, V Nacional y I de Semilleros de Investigación Contable:* participación en la modalidad de ponencia. Este fue un espacio de intercambio de experiencias asociadas al desarrollo sostenible y sustentable, y la aplicación de nuevas tecnologías que contribuyen al fortalecimiento del sector educativo y empresarial, desarrollado el 01 de octubre de 2020 donde se obtuvo la respectiva certificación (Ver Anexo B).
- *Taller análisis de datos cuantitativos:* Dirigido por Mg. Jorge Luis Bustos, orientado a identificar los métodos estadísticos, analizar tendencias, sus aplicaciones y la interpretación de los resultados, por medio del análisis multivariado de las variables de estudio haciendo uso del software estadístico SPSS. Desarrollado con ocasión al IV Encuentro Internacional, V Nacional y I de Semilleros de Investigación Contable el día 02 de octubre de 2020.
- *Taller herramientas Web 4.0 para contadores:* dirigido por Esp. Jhon Fredy Montes, orientado a adquirir habilidades para el uso de los datos con el fin de predecir acciones acudiendo a todo el ecosistema digital: buscadores, páginas web y redes sociales. Desarrollado con ocasión al IV Encuentro Internacional, V Nacional y I de Semilleros de Investigación Contable el día 02 de octubre de 2020.

- *Congreso Internacional virtual de Investigación - ITFIP 2020*: participación en la modalidad de ponencia. El propósito de este evento fue socializar los avances de las investigaciones desarrolladas en las instituciones de educación superior, con el ánimo de fortalecer el apoyo académico interinstitucional, así como la apropiación de la ciencia, la tecnología y la innovación. desarrollado el 11 de junio de 2020 donde se obtuvo la respectiva certificación (Ver Anexo C).
- *Lanzamiento de las Agendas Regionales*: evento organizado por parte del Parque Científico de Innovación Social de UNIMINUTO y dirigido por su Gerente Juan Fernando Pacheco Duarte. las cuales permiten el desarrollo integral sostenible en diferentes territorios a nivel nacional. Desarrollado el 16 de octubre de 2020.
- *XIII congreso Internacional de Prospectiva y IV Congreso Internacional de Emprendimiento- UNAD*: participación en la modalidad de ponencia. Este escenario de discusión, reflexión y transferencia del conocimiento en temas relacionados con el desarrollo sostenible de las organizaciones permitió identificar los desafíos y tendencias para la perdurabilidad de las organizaciones en escenarios de incertidumbre. Desarrollado el 30 de octubre de 2020 donde se obtuvo la respectiva certificación (Ver Anexo D).
- *Noche de la excelencia UNIMINUTO*: Evento mediante el cual se hace reconocimiento al compromiso con excelencia y se destaca el desempeño en investigación desde el semillero SEINCOP en cuanto al desarrollo de la Vitrina Virtual de Emprendimiento

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

Solidario del Tolim@. Desarrollado el 10 de noviembre de 2020 donde se obtuvo la respectiva certificación (Ver Anexo E).

- *I encuentro Nacional e Internacional de semilleros de investigación de la Red de Investigación del Municipio de Tuluá REDITUL*: Su principal objetivo fue fomentar, desde el ejercicio de la Investigación en las instituciones con formación profesional, el desarrollo de espacios de intercambio cultural, gestión del conocimiento, movilidad académica y trabajo colaborativo con investigadores del contexto nacional e Internacional. Desarrollado el 11 de marzo de 2021 donde se obtuvo la respectiva certificación (Ver Anexo F).
- *I Congreso Internacional de la Contaduría Pública “hacia el conocimiento integral de la profesión y la investigación en las áreas contables”*: se realizará los días 10, 11 y 12 de mayo de 2021, organizado por la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, AUNAR, extensión Villavicencio. El Congreso tiene un carácter específico en donde se comparten conocimientos de la carrera en el campo de acción profesional y académico y en el cual participarán pares ciegos con el fin de realizar la revisión de las ponencias presentados por los participantes. Se participa en la modalidad de ponencia.
- *XVIII Encuentro Departamental de Semilleros de Investigación RedCOLSI Nodo Tolima-EDESI 2021*: se realizará los días 14 y 15 de mayo bajo el Lema “La región en tiempos de pandemia. Retos de los Semilleros de Investigación para la innovación en ambientes E-Learning”, su objetivo principal es generar un espacio dinámico e integral de

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

socialización, aprendizaje y discusión de la investigación de los semilleros para cualificar su labor, fortalecer el trabajo en red y el intercambio de actividades de formación de estudiantes investigadores. Se participa en la modalidad de ponencia.

- *Seminario Internacional Permanente Educación, Género y Paz*: se realizará del 31 de mayo al 4 de junio de 2021. Este escenario para reflexión sobre la perspectiva de género, desde el análisis en el ámbito educativo, de las políticas públicas, y las buenas prácticas a través de la socialización de amplias investigaciones y experiencias, acompañados por expertos, autoridades académicas, representantes del sector público así como líderes de organizaciones, movimientos y colectivos internacionales que trabajan en favor de la igualdad y equidad de género en los diferentes territorios de actuación a nivel local, regional e internacional. . Se participa en la modalidad de ponencia.

CAPITULO 4

4 Resultados obtenidos

4.1 Creación de la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@

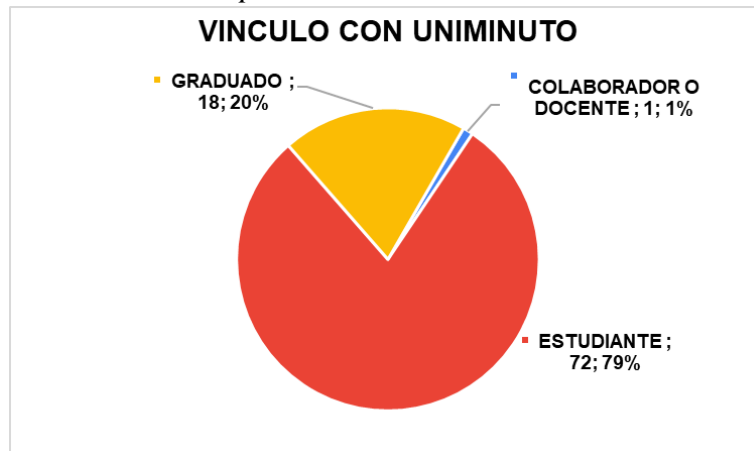
Aprovechando las bondades de versión gratuita de la plataforma WIX.COM, se logró hacer realidad la creación de la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ a la cual se puede acceder a través del link <https://rodrigoramirez8.wixsite.com/website>

4.2 Publicación y promoción proyecto

A través de diversas plataformas digitales en el año 2020 se pudo socializar el proyecto a la totalidad de los estudiantes activos y a 475 graduados del programa de Contaduría Pública, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio. De igual manera se ha estado socializando a través de las clases virtuales de otros programas.

4.3 Inscripción de emprendedores

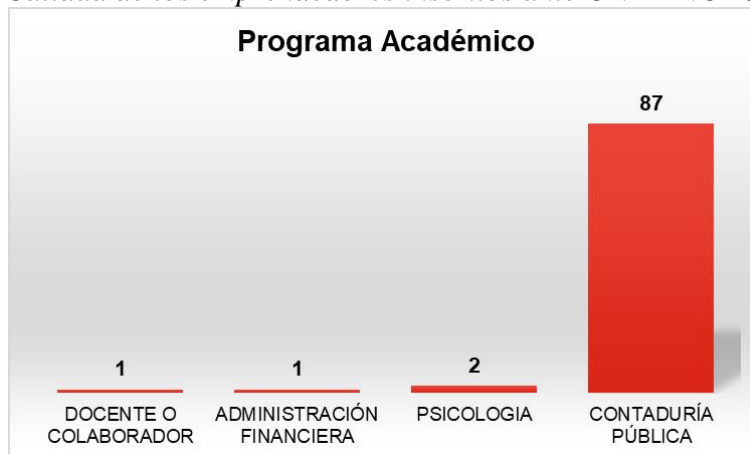
A fecha 30 de abril de 2021 se han inscrito un total de 91 emprendedores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio, quienes tienen diferentes tipos de negocio que van desde ventas por catálogo hasta oficinas de asesorías en diferentes disciplinas; De los emprendedores inscritos se puede establecer que el 79% son estudiantes activos equivalente a 72 empresarios; por su parte la comunidad de graduados conforma el 20%, es decir, 18 personas, mientras que Docentes o colaboradores solamente presenta uno tal como se muestra en la figura 9.

Figura 9*Calidad de los emprendedores inscritos ante UNIMINUTO.*

Nota: Análisis extraído de la base de datos propia de la Vitrina Virtual.

4.4 Programa académico

En la figura 10 se observa el programa académico cursado por los estudiantes activos y graduados, de los cuales 87 personas pertenecen a Contaduría Pública, 2 a psicología y 1 a administración financiera.

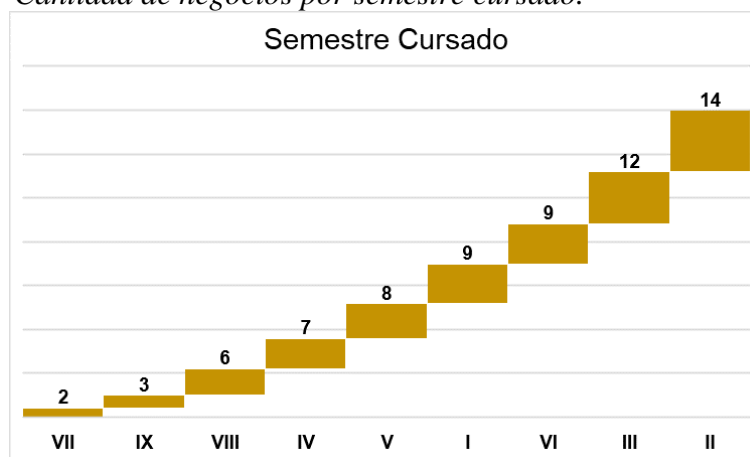
Figura 10*Calidad de los emprendedores inscritos ante UNIMINUTO.*

Nota: Análisis extraído de la base de datos propia de la Vitrina Virtual.

4.5 Semestre Cursado Estudiantes activos

Efectuado los análisis de los 72 emprendedores vinculados como estudiantes activos, podemos determinar que la mayoría de los emprendimientos (14) pertenecen a los que cursan II semestre seguido de 12 emprendimientos de III semestre. Como dato de interés podemos observar en la figura 11 que los estudiantes poseen algún tipo de negocio durante los primeros semestres, no obstante, vemos reducción a partir del V semestre, hecho que será necesario estudiar a fin de determinar a qué situación se debe este fenómeno.

Figura 11
Cantidad de negocios por semestre cursado.



Nota: Análisis extraído de la base de datos propia de la Vitrina Virtual.

4.6 Clasificación de los negocios

Agrupando los comercios por su objeto social, obtenemos una lista secuencial de cantidades, pudiendo determinar que el mayor número corresponde a oficinas donde se brindan asesorías contables, tributarias y financieras, seguido de las ventas de comida preparada tales como

restaurantes, venta de tamales, chorizos, entre otros. En la tabla 4 se observa la escala colorimétrica de mayor cantidad color verde a menor cantidad de negocios en color rojo.

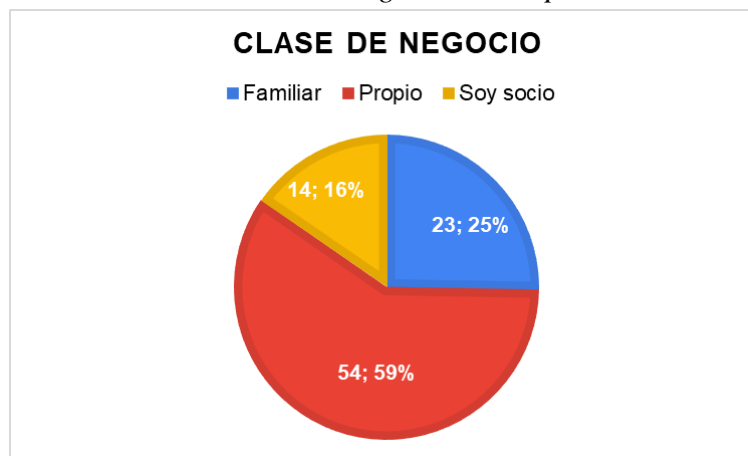
Tabla N° 4

Escala colorimétrica de la cantidad de tipos de negocios

ASESORÍAS CONTABLES, FINANCIEROS Y TRIBUTARIOS	10
COMIDAS PREPARADAS (Restaurantes)	9
MISCELANEA Y PAPELERIA	7
REVISTAS O CATALOGOS	6
BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL	5
OTRO TIPO DE NEGOCIO	5
TÉCNOLOGIA (Celulares y Computadores)	5
ALIMENTOS FRESCOS (Frutas, Verduras)	4
FIESTAS Y EVENTOS (Detalles, desayunos)	4
HOGAR LIMPIEZA, CUIDADO Y DECORACIÓN	4
CUIDADO DE LA SALUD FISICA Y MENTAL	3
FERRETERIA Y CONSTRUCCIÓN	3
PERFUMES Y FRAGANCIAS	3
ROPA, CORTE Y CONFECCIÓN	3
TRANSPORTE DE CARGA Y PERSONAS	3
ACCESORIOS PARA HOMBRES Y MUJERES	3
BICICLETAS (Venta, Mantenimiento y Reparación)	2
CALZADO PARA TODA OCASIÓN	2
TIENDAS DE BARRIO (Viveres y Abarrotes)	2
VEHÍCULOS PESADOS (Alquiler y Mantenimiento)	2
BARES/ DISCOTECAS/ EVENTOS	1
DEPORTES Y FITNESS (GYM)	1
PRODUCTOS DE PANADERIA, PASTELERIA	1
SEX SHOP	1
VEHÍCULOS NUEVOS Y USADOS	1
ZONA INFANTIL (Juegos y Juguetes)	1

4.7 Conformación del Negocio

Con este análisis se puede establecer que el 59% de los negocios son de propiedad absoluta de los emprendedores (54); en cuanto a negocios familiares tenemos el 16% (14), mientras el 16% es decir, 14 negocios, son creados mediante algún tipo de sociedad. Ver figura 12.

Figura 12*Forma como se crean los negocios de emprendimiento.*

Nota: Análisis extraído de la base de datos propia de la Vitrina Virtual.

4.8 Instalaciones físicas donde funciona la empresa

Del total de los negocios inscritos, en la figura N° 13 podemos destacar que 24 se encuentran establecidos en las residencias de los emprendedores, 28 funcionan en instalaciones propias y 15 en locales tomados en arriendo; por su parte, 21 emprendimientos no requieren instalaciones para su funcionamiento y 3 se refiere a tiendas 100% virtual a través de redes sociales.

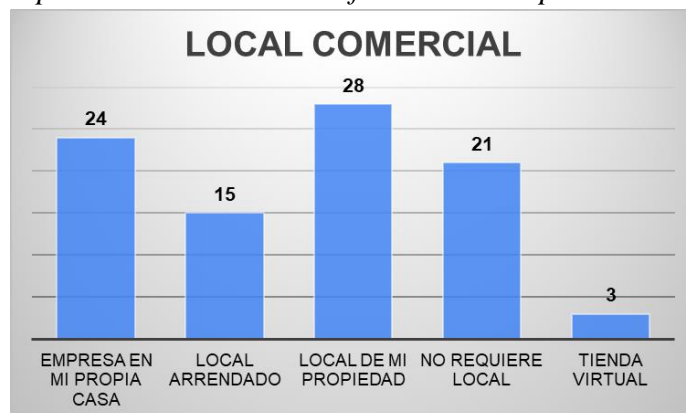
4.9 Servicio a domicilio

Con esta variable podemos dar por sentado el cumplimiento de uno los objetivos del proyecto. La figura N° 14 muestra que solamente el 36% (33 negocios) no ofrecen servicio a domicilio, sin embargo, el restante 64% si están en condiciones de enviar los productos hasta el hogar de los clientes, permitiéndoles prevenir el contagio por COVID19, cumplir la normatividad de cuarentena y demás; algunos de estos incluyen el servicio de a domicilio incluido en el valor de

la compra, generándole un beneficio adicional al cliente.

Figura 13

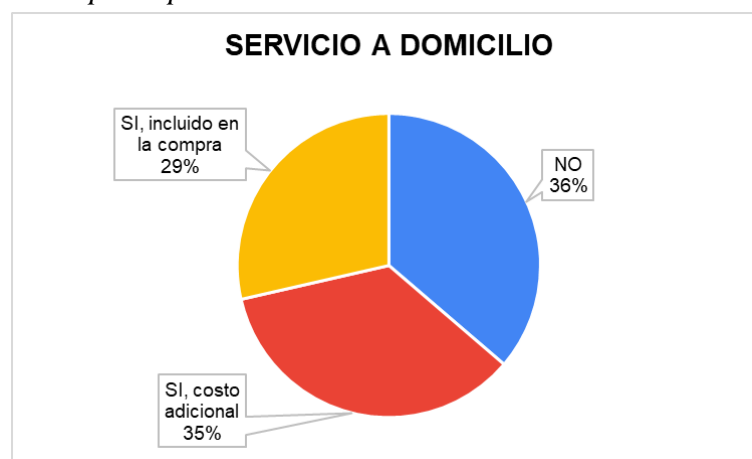
Tipo de instalación donde funciona el emprendimiento.



Nota: Análisis extraído de la base de datos propia de la Vitrina Virtual.

Figura 14

La empresa presta servicio a domicilio.



Nota: Análisis extraído de la base de datos propia de la Vitrina Virtual.

4.10 Ciudad donde opera el negocio

Teniendo en cuenta que se socializo el proyecto en toda la jurisdicción que cubre la Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio, se pueden identificar que la mayoría de los

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

emprendedores tienen sus negocios en la ciudad de Ibagué, seguidos por municipios como Cajamarca, Puerto Boyacá y Líbano, tal como lo muestra la figura N° 15.

Figura 15
Localización del emprendimiento.

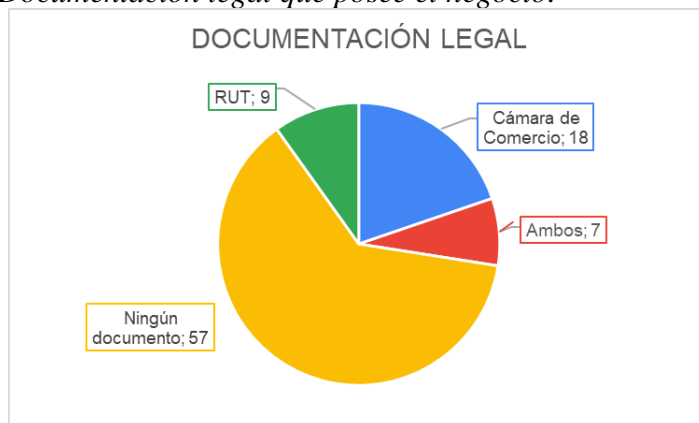


Nota: Análisis extraído de la base de datos propia de la Vitrina Virtual.

4.11 Documentación legal

A fin de establecer condiciones legales de los emprendimientos, la figura N° 16 exhibe que solamente 34 negocios poseen RUT y/o registro en cámara de comercio.

Figura 16
Documentación legal que posee el negocio.



Nota: Análisis extraído de la base de datos propia de la Vitrina Virtual.

4.12 Apoyo estatal

Se establece que muy a pesar que la ley de emprendimiento y de prosperidad económica datan del año 2020, y que más del 37% se encuentra registrado legalmente, ninguno de estos emprendedores está vinculados a programas de apoyo gubernamental o recibe algún tipo de apoyo gubernamental.

4.13 Descuentos, promociones, ofertas

Como factor de motivación para que los clientes, especialmente los estudiantes de UNIMINUTO, adquieran productos y servicios a través de la vitrina virtual, los emprendedores están en condiciones de ofrecer descuentos y/o otros beneficios especiales a sus clientes. Este hecho es socializado frecuentemente a través de grupos de WhatsApp y redes sociales; De la misma manera, previo acuerdo con los comerciantes, en fechas especiales se sortean regalos a quienes cumplan ciertas condiciones, tal como compartir el link de la vitrina en las redes sociales (ver figura 17).

Figura 17

Descuentos, promociones, regalos y otros beneficios



Nota: imágenes obtenidas del WhatsApp empresarial del proyecto.

CAPITULO V

5 Conclusiones

El tema principal de este proyecto era la creación de una herramienta que permitiera el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y municipios del Tolima a través de la potenciación de los negocios de emprendimiento pertenecientes al componente humano de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio superando las contingencias propias de la pandemia por COVID-19.

Así pues, con el desarrollo de la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ podemos aseverar satisfactoriamente el logro de los objetivos. Gracias a este proyecto se ha logrado impulsar a 91 negocios pertenecientes a comerciantes emprendedores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio; la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ ha sido publicada en diferentes redes sociales y páginas web permitiendo que mayor cantidad de potenciales clientes la conozcan y por supuesto motivarlos a efectuar sus compras a través de ella.

De la misma manera, la comunidad en general se ha visto beneficiada con la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@, ya que en ella pueden encontrar los productos y servicios que satisfacen sus necesidades, pueden compararlos en cuanto a calidad, precio o presentación en una misma sección (pagina) con tan solo desplazarse en forma vertical; con facilidad pueden establecer contacto con el comerciante mediante botones dinámicos inteligentes y también códigos QR que lo enlazan con plataformas de comunicación como WhatsApp, Instagram, etc.; no tienen que exponerse ante el COVID-19 para adquirir los

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

productos y servicios que necesitan, estos los pueden comprar y recibir en su propia casa, ya que la mayoría de emprendedores ofrecen servicio a domicilio.

Por su parte, se materializó una base de datos la cual suministra variables necesarias para desarrollar un instrumento de planeación que articule y focalice a largo plazo los esfuerzos de estas empresas de emprendedores en la contribución al desarrollo integral sostenible de las regiones donde actúan, así mismo para que el gobierno local, departamental o nacional a través de sus entidades de fomento y desarrollo empresarial, los tengan en cuenta y sean incluidos en los diferentes proyectos relacionados con la nueva ley de emprendimiento del país, programas de financiamiento, capacitación, tecnología e innovación.

5.1 Impactos Generados

5.1.1 *A nivel económico*

El proyecto Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ ha permitido a los emprendedores estudiantes, graduados y docentes o colaboradores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Tolima y Magdalena Medio continuar con sus negocios en funcionamiento, percibiendo ingresos para mantener los mínimos vitales y para afrontar los efectos de la pandemia por COVID19. Permite que la economía local se mantenga estable y que la confianza del consumidor no decaiga.

5.1.2 *A nivel social*

La comunidad en general se ha visto beneficiada porque han podido suplir sus necesidades de consumo ya que la Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

contiene 91 tiendas que abarcan alrededor de 30 clases de comercio u objetos sociales empresariales; reciben descuentos, promociones, y sobre todo les permito cuidar su salud y preservar su vida ya que sus compras las efectúan desde casa y allí mismo son enviadas mediante servicio de domicilio.

5.1.3 A nivel académico y profesional

Durante el arduo camino recorrido para el desarrollo de este proyecto se adquirieron competencias, habilidades y cualidades tanto académicas como del ámbito profesional, especialmente las del rango de “saber pensar” y “saber hacer”, de por demás necesarias para sortear las complejidades de cada situación, siendo competente para actuar, diseñar, planificar, desarrollar y evaluar.

5.1.4 A nivel Personal

En este escenario el proyecto Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ permitió valores éticos y morales frente a las necesidades de las demás personas; capacidad de determinar lo justo o lo injusto de los acontecimientos. Valores estos como la solidaridad, mediante el cual se aprende que cuando los seres humanos trabajamos de forma unida, el objetivo por alcanzar se hace más noble y fácil por obtener.

Referencias

- Anónimo. (25 de noviembre de 2018). *7 tipos de comercio electrónico que se resaltan en el mercado actual*. Rockcontent [blog]. <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-comercio-electronico/>
- Arenas, F. (2020, 17 junio). Unas 900 empresas cerradas y miles de empleos perdidos en Ibagué. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/crisis-economica-por-coronavirus-empresas-cerradas-y-empleos-perdidos-en-ibague-507758>
- Antevenio, (15 de Febrero de 2019). *E-commerce B2B: Estrategias que garantizan éxito*. <https://www.antevenio.com/blog/2019/02/e-commerce-b2b/>
- Casas, M.C. (2015). *Análisis del escaparatismo virtual como estrategia de publicidad implementado por la marca zara*. [Pasantía de Investigación para optar al título de Publicista]. Repositorio Universidad Autónoma de Occidente.
- Carrion, J.(2016). *Estrategia de la visión a la acción*. Esic Editorial. Madrid, España. https://books.google.com.pe/books?id=8_PwIoGOa6QC&lpg=PP1&hl=es&pg=PA4#v=onepage&q&f=false
- ecommerce plataformas. (s.f.). *¿Qué es B2B?*. <https://ecommerce-platforms.com/es/glossary/what-is-b2b>

Grupo Conlusetec S.A. (s.f.). *Comercios electrónicos*. <https://conlusetec.net/productos-servicios/disenio-web/comercios-electronicos/>

Higuerey, E. (01 de junio de 2019). *Comercio electrónico: conoce todo sobre este modelo de negocios y cuáles son sus ventajas*. Rockcontent [blog].
<https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>

Kotler, P. y Armstrong, G. (s.f.). *Fundamentos de marketing*. 6a edición. Editorial Pearson Prentice Hall.
https://books.google.com.co/books?id=sLJXV_z8XC4C&lpg=PR1&hl=es&pg=PR1#v=onepage&q=c2c&f=false

Next ecommerce (26 de marzo de 2019). *El eCommerce B2B ya no es un experimento*.
<https://next-ecommerce.com/blog/el-ecommerce-b2b-ya-no-es-un-experimento>

Marketing Electrónico. (29 de septiembre de 2017). *Modelos de negocio de la economía digital*.
Recuperado el 23 de marzo de 2020 de:
<https://marketingelectronicoblog.wordpress.com/2017/09/29/b2g/>

Martín, P. (2018). *Teletrabajo y comercio electrónico*. Ministerio de Educación, España.
<https://books.google.es/books?id=tvVKDwAAQBAJ&lpg=PA2&ots=DFajHWoVwc&q=comercio%20B2E&lr&hl=es&pg=PA2#v=onepage&q=comercio%20B2E&f=false>

Otero, D. (2020, 22 junio). Un análisis de la COVID-19 por departamentos. Razón Pública.

<https://razonpublica.com/analisis-la-covid-19-departamentos/>

Parraguez, S.M. (2017). *Estrategias metodológicas y herramientas TIC*. Chiclayo-Perú:

EMDECOSEGE. ISBN 6120026037.

<https://books.google.com.co/books?id=v35KDwAAQBAJ&lpg=PA1&dq=fuentes%20documentales%20para%20una%20investigacion&hl=es&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>

Seoane, E. (2016). *La Nueva Era Del Comercio: El Comercio Electrónico*. Editorial ideas propias, España.

<https://books.google.com.co/books?id=evLz521ZVmAC&lpg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>

Velázquez, A. (2020, 21 enero). ¿Qué es la Investigación Exploratoria? QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20exploratoria%20es%20un,pero%20sin%20proporcionar%20resultados%20concluyentes.&text=Suele%20llevarse%20a%20cabo%20cuando,encuentra%20en%20una%20fase%20preliminar.>

Villa, A. M., Ramirez, K.P. y Tavera, J. F. (2015). *Antecedentes de la intención de uso de los sitios web de compras colectivas*. Revista Escuela de Ingeniería de Antioquia [EIA]. (24), p.55. ISSN 1794-1237.

Anexos

Anexo A. Política de Tratamiento de Datos Personales Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@



POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

INTRODUCCIÓN.

La presente POLÍTICA DE TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES fue elaborada para dar cumplimiento con lo dispuesto en la Constitución Política en los artículos 15 y 20, la Ley 1581 de 2012, el Decreto 1377 de 2013 y el Decreto 886 de 2014 y demás disposiciones complementarias y será aplicada por la VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@ en la recolección, almacenamiento, uso, circulación y supresión de datos personales.

ÁMBITO DE APLICACIÓN.

La presente política se refiere a los datos personales que recolecte y administre los diseñadores tecnológicos de la VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@.

DEFINICIONES.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 3° de la Ley 1581 de 2012, se entiende por:

Autorización: Consentimiento previo, expreso e informado del Titular para llevar a cabo el Tratamiento de datos personales.

Base de Datos: Conjunto organizado de datos personales que sea objeto de Tratamiento.



Dato personal: Cualquier información vinculada o que pueda asociarse a una o varias personas naturales determinadas o determinables.

Encargado del Tratamiento: Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, realice el Tratamiento de datos personales por cuenta del Responsable del Tratamiento.

Responsable del Tratamiento: Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, decida sobre la base de datos y/o el Tratamiento de los datos.

Titular: Persona natural cuyos datos personales sean objeto de Tratamiento.

Tratamiento: Cualquier operación o conjunto de operaciones sobre datos personales, tales como la recolección, almacenamiento, uso, circulación o supresión.

SOBRE LOS DATOS RECOLECTADOS.

Los datos personales que la VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@ recopila en su base de datos son: Nombres y apellidos, CC o NIT, Teléfono Celular, Dirección de correo electrónico, Razón y objeto social. La información se recopila a través de un formulario web <https://forms.gle/ShTs2Qbi2yXqk3vM9>

USO DE LOS DATOS PERSONALES.

La VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@ podrá hacer uso de los datos personales para: Inscripción a la plataforma VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@ – en ningún momento se publicará información personal en la página.



Asignación de roles de administrador para el acceso a la plataforma Insumo para análisis de tipo académico

Informar sobre nuevos servicios.

Informar sobre alteraciones, cambios o inconvenientes en la plataforma.

Enviar información comercial sobre los servicios, eventos, promociones en el ejercicio del objeto social de la VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@, a través de correos electrónicos, mensajes al celular o a través de cualquier otro medio análogo y/o digital.

DERECHOS DE LOS TITULARES DE LA INFORMACIÓN

Conocer, actualizar y rectificar sus datos personales frente a los responsables del Tratamiento o Encargados del Tratamiento.

Solicitar prueba de la autorización otorgada al responsable del Tratamiento salvo cuando expresamente se exceptúe como requisito para el Tratamiento, de conformidad con lo previsto en el artículo 10 de la presente ley.

Ser informado por el responsable del Tratamiento o el Encargado del Tratamiento, previa solicitud, respecto del uso que le ha dado a sus datos personales.

Presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio quejas por infracciones a lo dispuesto en la presente ley y las demás normas que la modifiquen, adicionen o complementen.



Revocar la autorización y/o solicitar la supresión del dato cuando en el Tratamiento no se respeten los principios, derechos y garantías constitucionales y legales.

Acceder en forma gratuita a sus datos personales que hayan sido objeto de Tratamiento.

DEBERES DE LA VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

Garantizar al Titular, en todo tiempo, el pleno y efectivo ejercicio del derecho de hábeas data.

Solicitar y conservar, en las condiciones previstas en la presente ley, copia de la respectiva autorización otorgada por el Titular.

Informar debidamente al Titular sobre la finalidad de la recolección y los derechos que le asisten por virtud de la autorización otorgada.

Conservar la información bajo las condiciones de seguridad necesarias para impedir su adulteración, pérdida, consulta, uso o acceso no autorizado o fraudulento.

Garantizar que la información que se suministre al Encargado del Tratamiento sea veraz, completa, exacta, actualizada, comprobable y comprensible.

Actualizar la información, comunicando de forma oportuna al Encargado del Tratamiento, todas las novedades respecto de los datos que previamente le haya suministrado y adoptar las demás medidas necesarias para que la información suministrada a éste se mantenga actualizada.

Rectificar la información cuando sea incorrecta y comunicar lo pertinente al Encargado del Tratamiento.



Suministrar al Encargado del Tratamiento, según el caso, únicamente datos cuyo Tratamiento esté previamente autorizado de conformidad con lo previsto en la presente ley.

Exigir al Encargado del Tratamiento en todo momento, el respeto a las condiciones de seguridad y privacidad de la información del Titular.

Tramitar las consultas y reclamos formulados en los términos señalados en la presente ley.

Informar al Encargado del Tratamiento cuando determinada información se encuentra en discusión por parte del Titular, una vez se haya presentado la reclamación y no haya finalizado el trámite respectivo.

Informar a solicitud del Titular sobre el uso dado a sus datos.

Informar a la autoridad de protección de datos cuando se presenten violaciones a los códigos de seguridad y existan riesgos en la administración de la información de los Titulares.

Cumplir las instrucciones y requerimientos que imparta la Superintendencia de Industria y Comercio.

PROCEDIMIENTOS DE ACCESO, CONSULTA Y RECLAMACIÓN

ACCESO Y CONSULTA

Los titulares podrán consultar la información personal que se encuentre almacenada en las bases de datos de VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@. La consulta será atendida en los términos establecidos por la ley.

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@



Las consultas serán atendidas en el correo electrónico rodrigo.ramirez@uniminuto.edu.co, o en WhatsApp empresarial 323 2296425.

RECLAMO

Los titulares podrán presentar reclamo a través de solicitud dirigida a la VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@ con la descripción de la solicitud y los documentos necesarios para sustentarla. El término para atender el reclamo será el estipulado en la Ley.

Los reclamos serán atendidos en el correo electrónico rodrigo.ramirez@uniminuto.edu.co, o en WhatsApp empresarial 323 2296425

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN.

La VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@ ha establecido medidas técnicas y administrativas para proteger la información contenida en sus bases de datos para así garantizar la integridad, confidencialidad y disponibilidad de ésta. En la página donde se encuentra alojado el portal no figurara ningún tipo de información personal o dato sensible, mas allá a los que el mismo usuario disponga publicar.

MODIFICACIONES Y VIGENCIA

La Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolim@ podrá modificar las presentes políticas para adaptarlas a nuevas disposiciones que establezca la ley.

Las presentes políticas tienen vigencia a partir del momento de su publicación.

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

Anexo B. Certificado ponencia IV Encuentro Internacional, V Nacional y I de Semilleros de Investigación Contable.



Anexo C. Certificado ponencia Congreso Internacional virtual de Investigación - ITFIP 2020.



INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR ITFIP
FACULTAD DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA

CERTIFICA QUE:

RODRIGO FERNANDO RAMÍREZ GUZMÁN

Participó en calidad de **PONENTE** en el

CONGRESO INTERNACIONAL ITFIP 2020
VIRTUAL DE INVESTIGACIÓN Contaduría Pública

"La virtualidad, un apoyo a los procesos de investigación"

Ponencia:
"Portal De Comercio Virtual UNIMINUTO Contable"

Dado el 11 y 12 de junio de 2020 en el
ITFIP **El Espinal - Tolima - Colombia**


MARIO FERNANDO DÍAZ PAVA
RECTOR


CESAR JULIO BRAVO SAAVEDRA
DECANO FEAC

"Educación Superior con calidad para todos"

VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

Anexo D. Certificado ponencia XIII congreso Internacional de Prospectiva y IV Congreso Internacional de Emprendimiento- UNAD.

LA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA -UNAD
Y LA ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS - ECACEN

CERTIFICAN QUE:

RODRIGO FERNANDO RAMIREZ GUZMAN

PARTICIPÓ CON LA PONENCIA

Vitrina Virtual de Emprendimiento Solidario del Tolima



En el **XIII** Congreso Internacional de Prospectiva y **IV** Congreso Internacional de Emprendimiento
Realizado durante los días 27, 28, 29 y 30 de octubre de 2020

Constanza Abadía García
Vicerrectora Académica y
de investigación

Sandra Rocío Mondragón Arévalo
Decana ECACEN



VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

Anexo E. Certificado reconocimiento Noche de la excelencia UNIMINUTO.



VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIM@

Anexo F. certificado ponencia I encuentro Nacional e Internacional de semilleros de investigación de la Red de Investigación del Municipio de Tuluá REDITUL:



Tuluá 15 de Marzo de 2021

LA RED DE INVESTIGACIÓN DE TULUÁ REDITUL

Certifica:

Que el investigador(a) RODRIGO FERNANDO RAMIREZ GUZMAN identificado(a) con el número de documento 79956549 participó como ponente del proyecto VITRINA VIRTUAL DE EMPRENDIMIENTO SOLIDARIO DEL TOLIMA bajo la modalidad de Proyecto en Curso e identificado con el código interno ca10241-918 presentado en el marco del I encuentro Nacional e Internacional de semilleros de investigación de la Red de Investigación del Municipio de Tuluá REDITUL, realizado el 11/03/2021.

Royer David Estrada Esponda
Secretario Red de Investigación de Tuluá
Universidad del Valle Sede Tuluá

Francisco Javier Vélez
Coordinador Red de Investigación de Tuluá
Unidad Central del Valle del Cauca

