

Emprendimiento digital ‘...Una oportunidad infinita’

Henry Cely¹

Luz Marina Rueda²

RESUMEN

La presente ponencia ilustra ejercicios académicos que conllevan al fortalecimiento de los estudiantes del área de ciencias administrativas en temas relacionados a un Emprendimiento ‘fuera de lo convencional’, visionándolo desde un escenario prospectivo de una sociedad que gira en torno a la Información/Comunicación y al Conocimiento, donde la autogestión es trascendental para los trabajadores del conocimiento del siglo XXI. Peter F. Drucker (1999).

Para mayor ilustración es pertinente tocar conceptos como el de e-learning, de tal forma que a la vez ésta definición sea ‘inclusiva’ a grandes temas como el de emprendimiento, que si bien es transversal a todas las áreas de formación, es posible que la definición de e-learning conduzca a confusiones e incluso a contradicciones tal como lo asevera Falivene, Gurmendi & Silva (2003) dadas las diferentes perspectivas y aplicabilidad que le dé por ejemplo el abogado, el ingeniero ambiental, el psicólogo, el administrador de empresas, este último posiblemente el que más se acerca al fin del mensaje de la presente ponencia, en tal sentido se podría plantear una primera reflexión: *Nuestros potenciales emprendedores están en capacidad de generar ideas e igualmente desarrollarlas para la creación de un producto o servicio vía Internet.*

En tal sentido el presente estudio guarda coherencia y es fruto de faenas de enseñanza/aprendizaje (bajo e-learning) en un ecosistema del proyecto denominado Curso ‘Introducción a la Administración de Empresas’ y de sub-proyectos como el de: ‘La e-research en la Autoformación’, Semillero ‘e-researchers unadistas’..., así como de ejercicios académicos que se dan periodo tras periodo académico.

Finalmente, es de resaltar que la ponencia se ubica en el Tema de “educadores para la era digital” (Seminario: ‘Gestión cultural y experiencias formativas a través de las TIC’) VIRTUAL EDUCA, haciendo la salvedad de ser vista igualmente desde el seminario de ‘Aprender en la sociedad del conocimiento, escuelas y tecnologías’, por tocar sutilmente transiciones formativas que vienen desde la educación a distancia y su paso al e-learning, así como al m-learning y finalizando con la u-learning, metodologías apropiadas para un emprendedor ‘íntegro’.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, ecosistema, e-research, e-learning, economía naranja.

¹ Egresado UNAD. Tecnólogo en Empresas Asociativas y Organizaciones Comunitarias. Administrador de Empresas. Especialista en Gerencia de Recursos Humanos de la Fundación Universitaria de Bogotá JTL. M.sc. en Educación y TICs e-learning de la UOC. Líder Investigador. Docente ECACEN. henry.cely@unad.edu.co Colombia.

² Egresada UNAD Especialización en Pedagogía para el desarrollo del Aprendizaje Autónomo. Economista. Especialista en Docencia Universitaria y Magister en Evaluación en Educación de la Universidad Santo Tomás. Docente investigador y de ECACEN luz.rueda@unad.edu.co. Colombia

ABSTRACT

The following paper covers academic process that conveys the strengthening of Administrative science students in terms of “*out of the conventional*” Entrepreneurship. Such vision is carried out from a prospective view point of a ITC’s and knowledge-based society, in which Self-management is remarkably important to academics and Knowledge-involved workers of the XXI century. Peter F. Drucker (1999).

For a further example, it is necessary to take into account concepts such as E-LEARNING, so that the definition of that concept must be included to broader topics like Entrepreneurship. One may add that although that term can be used in every formation field, it is possible that definition of E-LEARNING generates confusion, or even contradiction as said by Falivene, Gurmendi & Silva (2003) given different approaches and applications in Law, Environmental field, Psychology or Management. Such Management approach is probably the one that best covers the idea of the paper. Consequently one question might be answered: Our potential entrepreneurs are capable of both generating ideas and developing such ideas for the creation of a product or service on-line.

Thus, the present paper is aligned and coherent, and is a product of teaching/learning process on a Product Ecosystem called “*Businessmanagement introductory course*” and of subprojects such as “*Self formation E-Research*”, *first research community* “UNAD E-Researchers” and academic experiences after a school year.

Finally, it is important to highlight that the paper can be located in the field TEACHERS FOR DIGITAL ERA (Seminar: Cultural Management and teaching experiences through ICT) VIRTUAL EDUCA, taking into account that can also be seen from the Seminar: LEARNING IN KNOWLEDGE SOCIETY. SCHOOL AND TECHNOLOGY. This is possible because the paper subtly covers formation transitions from Distance Education to E-learning, M-learning and U-learning, all adequate methodologies for an Integral “entrepreneurs”

KEYWORDS: Entrepreneurships, Ecosystem, E-Research, E-Learning, Orange Economy.

INTRODUCCIÓN

Partiendo del concepto 'convencional' de Emprendimiento³: *Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.* Vale la pena repensar ese concepto con una visión coherente a dinámicas propias del llamado Siglo de la Sociedad de la Información y del Conocimiento⁴ e igualmente al pensamiento que incorpora la llamada 'ECONOMIA NARANJA'⁵.

Del mismo modo vale la pena repensar una formación 'presencial' e incluso virtual de un Emprendimiento 'Convencional', que debe pasar por una cultura del m-learning⁶ con perspectiva a la u-learning⁷.

En tal sentido en el curso INTRODUCTORIO AL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS desde el año 2010 se han venido llevando a cabo una serie de ejercicios académicos encaminados a fortalecer una cultura coherente al siglo de la información y del conocimiento e igualmente en fortalecer la filosofía unadista, donde términos como el de e-research/e-investigación, e-learning, m-learning, u-learning, deberían desde ya pasar de la teoría a la práctica de tal forma que la creatividad, la innovación y pertinencia de cada uno de estos productos académicos se acerquen a una cultura de un emprendimiento emergente y empoderador propio de una sociedad de consumo interconectada por la red de redes.

Por ello nuestros potenciales emprendedores formados bajo una sistemática variada de herramientas formativas perfiladas para las diferentes áreas del conocimiento deben estar en la capacidad de generar ideas, desarrollarlas, comercializarlas no solamente para ecosistemas convencionales de emprendimiento, ...hay que encaminarlos/prepararlos para afrontar entornos de cambios vertiginosos donde el emprendimiento se vea desde otras perspectivas como la 'digital'. En tal sentido:

“La cultura del emprendimiento digital es un sector económico cada vez más fuerte y relevante y en sociedades más globalizadas y desarrolladas, la cultura del emprendimiento digital tiene un papel crecientemente importante en el porcentaje del Producto Interno Bruto de las economías.

En estas sociedades nuestras tan complejas y móviles, el llamado sector cultura, -es decir el campo cultura compuesto por las instituciones, los productores y las prácticas especializadas en la construcción, difusión y preservación de representaciones del mundo, de modelos para elaborar el mundo- es a todo título, un sector estratégico que genera ganancias, empleos y modos de interpretar las complejas experiencias de la vida y del mundo que vivimos.”⁸

³ Ley 1014 de 2006 Ley de Emprendimiento.

⁴ CASTELLS, Manuel. 2001. Internet y la Sociedad Red

⁵ Restrepo B. Felipe. (2013) La Economía Naranja. Una Oportunidad Infinita.

⁶ “Cualquier tipo de aprendizaje que se produce cuando el alumno no se encuentra en una ubicación fija y predeterminada; o de aprendizaje que se produce cuando el alumno se aprovecha de las oportunidades de aprendizaje que ofrecen las tecnologías móviles”. Definición tomada de O'Malley et al. (2003) scopeo. M-Learning en España, Portugal y América Latina.

⁷ El u-learning significará la madurez del aprendizaje virtual, el punto final de encuentro entre educación y TIC. u-learning = “aprendizaje ubicuo”

⁸ Texto tomado de: González Sánchez, Jorge (2001). “Cibercultura y diseño de políticas culturales”. En: Mariscal Orozco, José Luis (2007). “Políticas culturales. Una revisión desde la gestión cultural”. México: USGVirtual (Universidad de Guadalajara). La parte resaltada en negro es adaptada por el autor de la presente ponencia, quien igualmente subraya algunos conceptos de texto original.

Contenido – Fundamentos Teóricos

La e-research y el emprendimiento digital.

Partiendo de la cita famosa de Oracle Corporation “La Red lo Cambia todo”, en verdad que así lo es, al menos eso creemos (Luz y Henry) para quienes nos identificamos con las herramientas que brindan las TIC como esenciales en una Educación empoderadora y con una gran base como lo es el Aprendizaje Autónomo, en tal sentido la e-research podría ser una guía conceptual para crear una ‘filosofía operativa’ y que a la vez sirve de guía práctica para nosotros investigadores educativos o ‘e-researchers’ para estar a la par con el e-learning, m-learning y el u-learning, por ello el Emprendedor digital protagonista de su ‘Idea de negocio’ fruto de su Autoaprendizaje, así como el del ‘Tutor’/e-mediador coprotagonista del proceso de enseñanza/aprendizaje para con el discípulo, están llamados en llevar al ejercicio la Investigación Formativa con/y en la Red, en pensamientos diferentes para crear riqueza congruentes a un mundo interconectado y con infinitas oportunidades en materia de negocios.

Si bien el Emprendimiento Digital es un calificativo más que se da para aquellos momentos de hacer emprendimiento dada la coyuntura tecnológica y globalizada, lo cierto es que exige ejercicios constantes de e-research para sacar adelante una ‘Idea de negocio’ su comercialización, su mercadeo, etc.

El ecosistema del Emprendimiento en un contexto general.

Tomando como referente el documento Articulación Ecosistema de Emprendimiento del Departamento Nacional de Planeación (2012), se parte de dos tipos de Emprendimiento (Ver Imagen 1), por necesidad y por oportunidad, este ultimo Dinámico y de Alto Impacto, oportuno para un mundo interconectado/globalizado con infinidad de posibilidades en negocios que requieren creatividad y conocimiento en herramientas para llegar a potenciales clientes.

Imagen 1 Tipos de Emprendimiento



Si bien los Emprendedores Potenciales (ver imagen 2) tienen conocimientos, habilidades y el gran deseo de poner en marcha una idea, un negocio..., ellos carecen de orientación en formas de dar a conocer sus servicios /productos ante una sociedad interconectada. Ellos necesitan conocer las Herramientas, Técnicas, Tácticas y Estrategias propias de un Emprendimiento Digital.

Desde un proceso emprendedor y su estado de desarrollo, la Sensibilización, Identificación y Formulación son eslabones de la cadena de emprendimiento los cuales deben ser fortalecidos por la academia sobre todo desde la base ‘Sensibilización’.

En esta etapa/eslabón se promueve a través de distintas actividades la cultura del emprendimiento, es decir, transformación de paradigmas, modelos mentales, formas de pensar. Se busca concienciar a los emprendedores para que perciban el valor o la importancia de la creación de empresas y se motiva a la acción, logrando influenciar su proyecto de vida.⁹

Imagen 2. Proceso Emprendedor y Estados de Desarrollo



Fuente: Basado en GEM – Mesa de Emprendimiento 2012.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
República de Colombia

Fuente: Mesa de Emprendimiento (2012)

Que es un EE. 'Ecosistema de Emprendimiento' ¿?

Según (Guerrero & García, 2013) *Un Ecosistema de Emprendimiento responde a una agrupación espacial de instituciones que actúan entre sí en pro de la promoción, la asistencia y el desarrollo de proyectos empresariales nuevos o ya existentes*, dentro de otras definiciones está la de Daniel Isenberg, director del proyecto "Entrepreneurial Ecosystem" del Babson College, quien escribió en la revista Forbes un artículo que trata de componentes que un EE debe tener, ellos son:

- Mercado de bienes y servicios: lugares dónde probar los primeros prototipos o dónde vender el primer producto.
- Políticas nacionales y locales: entorno de regulación financiera y de mercados favorable, institutos de investigación científica y tecnológica, beneficios tributarios (de impuestos), etcétera.
- Mercado financiero: oferta de microcréditos, ángeles inversionistas, redes de amigos y familiares, fondos de capital semilla, de capital de riesgo y capital privado, mercado de deuda pública y de acciones.
- Cultura emprendedora: visibilidad para emprendedores exitosos, tolerancia al riesgo y al fracaso -de emprendedores y de inversionistas-, cultura de inversión, estatus social del emprendedor como opción de carrera.
- Entidades de soporte: servicios legales, contables, bancas de inversión, asesores, mentores, infraestructura en telecomunicaciones, transporte y logística, zonas de incubación, proyectos de clusters, asociaciones de emprendedores y concursos de planes de negocios.
- Capital humano: universidades y cátedras de emprendimiento, cursos de liderazgo y soporte a emprendedores, formación en ámbitos gerenciales y recurso profesional y técnico para los nuevos proyectos empresariales.

Un EE está conformado por ¿?

El primer actor de un ecosistema de emprendimiento es el emprendedor que según la ley 1014 de 2006 dice: *Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la*

⁹ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2011).

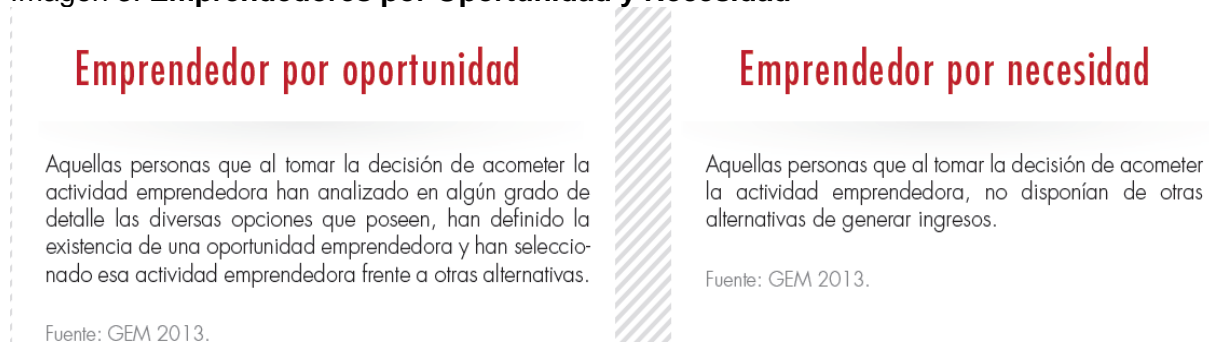
capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Según la Real Academia de la Lengua Española, un (a) emprendedor (a) es un adjetivo que califica a una persona que *emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas*. No obstante, esta persona que emprende una acción posee unas características propias y únicas, que lo diferencian de otros actores de una sociedad. En este sentido, varios académicos han invertido parte de su tiempo en entender los atributos propios que convierten a una persona en emprendedora. Ya en el siglo XVIII, economistas clásicos aportaban adjetivos o características únicas a la actividad empresarial desarrollada por un individuo. Cantillon --banquero irlandés, acumulador de grandes capitales en los mercados bursátiles, de vinos y textilero--, citado por Valdalisio & López (2000), reconoció al emprendedor como un *administrador de recursos y de riesgos*. Baumol (1968), profesor de la Universidad de New York y a quién se le atribuye el esfuerzo de poner al emprendedor como un agente clave en la teoría económica, lo define como un *tomador de decisiones* con gran influencia en el sistema económico y empresarial. Kirzner (1973), crítico de la teoría neoclásica, fortalece los aportes sobre el *riesgo* y la *incertidumbre* que enfrenta un emprendedor cuando se encamina a sacar adelante su actividad productiva. Knight (1921) uno de los fundadores de la escuela de economistas de Chicago y profesor de premios nobel de economía como Friedman, Stigler y Buchanan, le da una especial importancia al concepto de *“alertness”*, es decir, a la *constante búsqueda de oportunidades* que caracteriza a un emprendedor y a la distinción entre *riesgo económico* (cuantificable) e *incertidumbre* (complejo de cuantificar). Lo anterior entre variadas definiciones y conceptos de conformación de un EE.

Otros tipos de Emprendedores.

Al igual que lo expuesto por el Departamento Nacional de Planeación en la Articulación Ecosistema del Emprendimiento, el documento Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá soportado en el *“Global Entrepreneurship Monitor”* (GEM) hace énfasis en el emprendedor como agente de cambio, por lo que realiza su clasificación del tipo de emprendimiento desde el punto de vista de la persona y no del proyecto o empresa que él está creando (Ver Imagen 3)

Imagen 3. Emprendedores por Oportunidad y Necesidad



Fuente: Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá.

En cuanto a otros tipos de emprendedores el *“Global Entrepreneurship Monitor”* los define así:

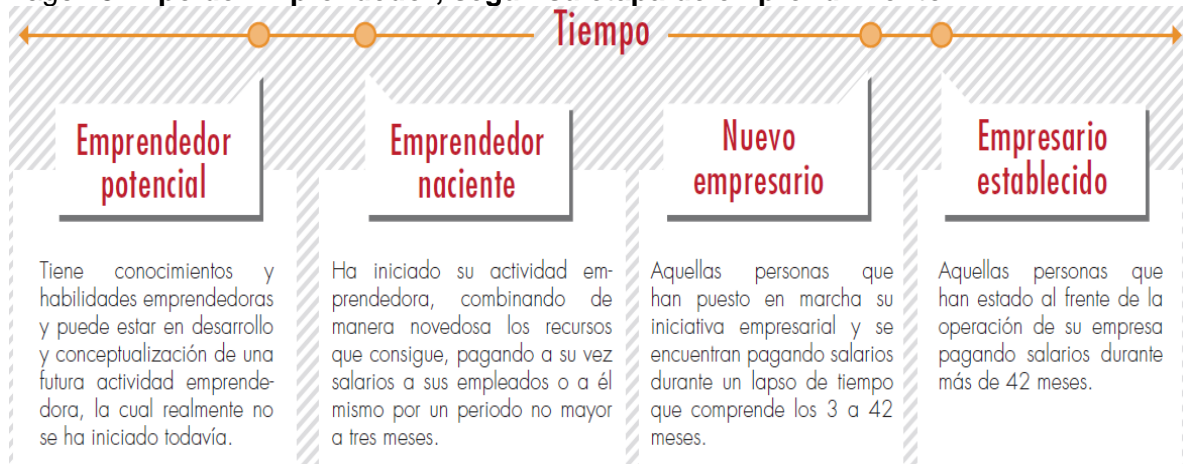
Imagen 4. Otros tipos de Emprendedores



Fuente: Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá.

Finalmente en la Imagen 5 se definen los tipos de emprendedores según su etapa de emprendimiento, de aquí se resalta el emprendedor potencial como un aspecto clave a tratar en el presente escrito.

Imagen 5. Tipo de Emprendedor, según su etapa de emprendimiento



Fuente: Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá.

Emprendimiento digital ‘...Una oportunidad infinita’

Queriendo asociar otros dos referentes documentales y teóricos al presente escrito, la ECONOMIA NARANJA con su oportunidad infinita basada en la ‘economía de la cultura y de la creatividad’ es muy pertinente para el emprendimiento (digital), más cuando nuestros potenciales emprendedores en su mayoría ‘nativos digitales’ cuentan con infinitas herramientas que brindan las TICs para sacar adelante sus ideas de negocios en sus diferentes etapas, igualmente programas nacionales de convocatorias como el de Crea Digital 2014 del Ministerio de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación y del Ministerio de Cultura hacen que los emprendedores despierten su creatividad innovadora con ideas propias de un contexto global empresarial, en tal sentido el ecosistema de emprendimiento y el ecosistema digital son la unión oportuna para ambientes de negocios en el llamado siglo de la Sociedad de la Información y del Conocimiento.

Metodología y Resultados

En la llamada sociedad de la Información y del Conocimiento los seres humanos no somos ajenos al flujo de Información y a los diferentes medios de comunicación, el nacimiento de Internet o la Red de redes como primer medio de comunicación rentable, global e interactivo, abre por ejemplo puertas a información/comunicación en diversos aspectos/temas del desarrollo social, económico, político, cultural; nos acostumbramos necesariamente a palabras con el prefijo e-, denotando actividades llevadas a cabo en la Red de redes, a menudo hablamos de e-administración y con ello un amplio campo de acción para llevar a cabo una investigación de mercados, de servicio al cliente, de modelos organizacionales, de nuevos paradigmas de la administración, de **ecosistemas de emprendimiento**, en fin un sin número de temas propios de la administración/gerencia que se podrían llevar al ejercicio investigativo en la Red de redes, igualmente hablamos de e-commerce, e-business, e-marketing, e-community, e-gobierno, e-democracy, e-teaching e-learning, (entre otros) ahora bien, porque no asociar el Emprendimiento, o mejor, el **e-emprendimiento con la e-research¹⁰ o e-Investigación**, de tal forma que nos permita seguir siendo coherentes con el entramado del presente escrito, en tal sentido la metodología llevada (desde ejercicios investigativos anteriores) parte de un enfoque o método mixto de investigación (cualitativa/cuantitativa), con fricciones de IAP¹¹ e IAT¹² toda vez que parte de las apreciaciones permitieron continuar con la filosofía de construcción colectiva y participativa de material/ayudas didácticas para el curso en mención, adicional a la filosofía de la UNAD en el sentido de: "...utilización de las TIC¹³", innovaciones metodológicas y didácticas para el Aprendizaje Autónomo, de manera tal que la Red de redes proporcione una variedad de instrumentos investigativos de gran soporte y ayuda a los actores del ejercicio investigativo, por ejemplo en temas de y para el Emprendimiento.

Partiendo de llevar a cabo una sistemática constante de ejercicios netamente desarrollados bajo e-research al interior del curso introductorio al programa de administración de empresas (Ver Imagen 6 y cuadro 1), las técnicas de recogida de información para el presente estudio se han llevado a cabo bajo dinámicas de observación con instrumentos propios y al alcance de una e-research (Ver Cuadro 1).

Imagen 6. Participación de los estudiantes en foro



Fuente: Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá.

¹⁰ Ver cuadro Alcances de la e-research

¹¹ Investigación Acción Participativa. La IAP es un enfoque que encara el desafío de generar conocimiento con los actores sociales de una realidad para que ellos asuman el poder de transformarla creativamente. Tomado de: <http://pasandes.net/node/14?page=show>

¹² Investigación Acción Transformadora. Influenciada por la filosofía de la praxis de Gramsci (1967). El Paradigma Crítico/Complejo, sustenta un pensamiento/visión de cambio radical en los procesos (forma, modos, condiciones) de producción de conocimiento (Prato, 2007).

¹³ Misión, Visión. UNAD.

Se tomaron 17 productos de Plan PYME¹⁴ resultados de una de las actividades planteadas para evaluar el aprendizaje de los estudiantes, a estos productos se les analizó aspectos resaltados en negro (Ver tabla 1, 2 y 3) de apartados trabajados en simulación de creación de Plan de PYME, se referencian tres de ellos con algunos resultados/comentarios que son afines a todos los trabajos, excepto el de tabla 3 que se acerca un poco a una idea de negocio propia de un emprendedor por oportunidad.

Cuadro 1. Tipos de actividad de investigación

	Actividad en la Red – “Ciberespacio”.	Actividad fuera de la Red – Mundo Real.
Actividad de Investigación en la Red.	Análisis de servidor Web y registro de aplicaciones, extracción de datos para exploración, descripción o Investigación cuasi-experimental.	E-mail, cuestionarios Web y grupos de trabajo en línea que estén centrados en actividades off-line, experiencias, creencias y actitudes.
	Encuestas en línea, entrevistas y grupos de trabajo con asignaturas en las que se use Internet.	Cámaras Web y otros sensores que graben el comportamiento off-line.
	Investigación etnográfica y participativa con miembros de comunidades virtuales.	
Actividad de Investigación fuera de la Red.	Entrevistas cara a cara, encuestas telefónicas y encuestas por e-mail de participantes de la Red.	Prácticas de Investigación previas a la aparición de Internet, como el correo ordinario, el teléfono o las encuestas cara a cara; estudios Delphi; o grupos de trabajo.
	Simulacros de laboratorio cuasi-experimental o experimental de actividades de la Red.	Investigación experimental o cuasi-experimental no basada en Internet.
	“Tink aloud” u otras observaciones de sujetos que participan en actividades basadas en Internet.	Estudio etnográfico de componentes de la sociedad no interconectados.

Fuente: Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá.

Se toman dichos aspectos por considerarse esenciales a la hora de medir resultados y plantear propuesta de tal forma que permita reflexionar acerca de nuestros potenciales emprendedores como protagonistas de ideas de negocios a desarrollar vía Internet.

¹⁴ Plan de Pyme. Actividad Intermedia propuesta para curso introductorio al programa de Administración de Empresas UNAD, durante el periodo I-2014.

Cuadro 2. **Ejemplo 1 de Plan de PYME**

Plan de PYME RG Papelería	
<p>Misión Satisfacer la necesidad del sector del Barrio Lleras con los servicios de fotocopiadora, escáner, laminación de documentos, digitación de textos, asesorías en sistemas, realización de bases de datos, abastecimiento de papelería, artículos para oficina, útiles escolares y artículos en general.</p>	<p>Visión Ser una empresa competitiva, con reconocimiento en el sector, gozando de la preferencia de nuestros clientes, destacarnos en el municipio de Yumbo con los precios más accesibles y tecnología avanzada, para ofrecer los servicios de impresiones 3D y todas las herramientas necesarias para el desarrollo de sus actividades.</p>
<p>Razones fundamentales para su creación.</p>	
<p>Productos / Servicios En la Papelería RG se ofrece el servicio de compra y venta de papelería, útiles escolares como servicio principal con excelente calidad, en busca de la diferenciación y el reconocimiento de los clientes incidiendo en la preferencia de estos.</p>	
<p>Marketing y comercialización Compra y venta de productos de papelería, útiles escolares, con excelentes precios los cuales son evaluados y comparados, con exigentes estándares de calidad para su distribución, estamos en constante evaluación para el control adecuado en el manejo de los precios.</p>	
<p>I+I+D Los potenciales Emprendedores desconocen estos conceptos.</p>	<p>Resultados: Los Plan de PYME, planteados por los Emprendedores tienden al emprendimiento 'por necesidad' es decir: <i>Aquellas personas que al tomar la decisión de acometer la actividad emprendedora, no disponían de otras alternativas de generar ingresos.</i> (GEM 2013) Los Plan de PYME se enfocan más a los productos que a los servicios. En los servicios los Emprendedores encuentran infinitas oportunidades. El sector sigue creciendo de una manera vertiginosa más que el de bienes, en tal sentido la creciente conectividad ofrece una mejor explicación: Por ejemplo, el comercio de servicios creativos crece 70% más rápido que el de bienes creativos y estas transacciones ocurren de manera creciente a través de internet¹⁵.</p>

¹⁵ Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). Creative Economy Report 2010. Naciones Unidas 2010. Pag. 126

Cuadro 3. **Ejemplo 2 de Plan de PYME**

Plan de PYME Surti billeteras Rosita	
<p>Misión Nuestra empresa ofrecerá a sus clientes productos y servicios innovadores, competitivos. También contamos con un equipo de trabajo comprometido con la organización y con prestar un excelente servicio a la comunidad.</p>	<p>Visión Ser reconocida como una empresa líder. Ser el proveedor preferido de productos y servicios manteniendo el excelente nivel de calidad.</p>
<p>Razones fundamentales para su creación. <u>Tenía una idea para poner en marcha/detecto una oportunidad</u> (La razón que mas predomina) Mejora de la situación económica personal Imposibilidad en encontrar trabajo</p>	
<p>Productos / Servicios Los productos que se van ofrecer son billeteras para dama, caballero y niños en diferentes materiales, diseños y tamaños.</p>	
<p>Marketing y comercialización Los productos a ofrecer son billeteras para todos los integrantes de la familia, estarán diseñados algunos con muchos servicios y otros serán sencillos. La presentación del producto será con un empaque para hacerlo más llamativo y en colores vistosos con diseños según la ocasión</p>	
<p>I+I+D De acuerdo a la ECONOMIA NARANJA: Áreas de soporte para la creatividad • Investigación, Desarrollo e innovación creativa y cultural: I+D+i Naranja • Formación técnica especializada en actividades creativas • Gobernanza (institucionalidad) y Derechos de Propiedad Intelectual • Educación profesional creativa</p>	<p>Resultados: Los Plan de PYME propuestos por los Emprendedores optan por comercialización de productos, más que de los Servicios. Persiste el emprendimiento 'por necesidad' Emprendimientos con bajos niveles de ingreso. Emprendimientos dirigidos a generar ingresos diarios para vivir, sin una planificación ni visión de crecimiento futura. Emprendimientos generados por necesidad según la clasificación del GEM. Emprendimientos que no generan mucho valor agregado ni tienen perspectivas de internacionalización. Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012.</p>

Cuadro 4. **Ejemplo 3 de Plan de PYME**

Plan de PYME WEB ACTIVE	
<p>Misión Suministrar productos competitivos que superen las expectativas de nuestros clientes como razón de ser nuestro negocio, siendo constantes y consistentes en nuestra de mejoramiento continuo, maximizando la rentabilidad y garantía de nuestros clientes, asumiendo la responsabilidad y compromiso con la comunidad, el medio ambiente y el éxito de nuestra gente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Dar a conocer nuestra creatividad e innovación de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes potenciales a través del posicionamiento de nuestra imagen corporativa mediante nuestra calidad de trabajo. <input type="checkbox"/> Elaborar entornos web dinámicos de gran peso competitivo que generen impacto sociocultural y abran nuevas oportunidades de negocio a nuestros clientes. 	<p>Visión</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuestra visión está fundamentada en ser una Empresa de Categoría Nacional e Internacional. ▪ Ser líderes en el mercado nacional e internacional en la creación de entornos web de alta calidad, teniendo una importante participación en el mercado de equipo original y lograr un gran porcentaje fundamental en el mercado de alta competitividad con el fin de sustentar nuestro crecimiento. ▪ Mejorar continuamente nuestro trabajo con el objeto de garantizar un excelente servicio prestado con calidad a nuestros clientes, considerado así como nuestro factor principal para el alcance de nuestras metas; de la misma manera participar activamente en la preservación del medio ubicado como ente prioritario en nuestra organización.
<p>Razones fundamentales para su creación. Ser su propio jefe <u>Tenía una idea para poner en marcha/detecto una oportunidad (La razón que mas predomina)</u> Mejora de la situación económica personal</p>	
<p>Productos / Servicios CREATIVE PAGE: es una página web que se adapta a la presentación de una empresa u organización, la cual ofrece una serie aplicaciones que no se encuentran en las pagina corrientes, como por ejemplo; un presentador “línea de tiempo” el cual hace referencia a la trayectoria de una determinada organización, también es capaz de simular la aplicación de un producto o explicar un determinado servicio, captar visitas y agenda datos de posibles clientes entre otras innovaciones. Se adapta y se personaliza de acuerdo a los requerimientos del cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ONLINE BUYER: es una aplicación que puedes adquirir para tu negocio en línea en el cual puedes hacer recaudos de manera fácil por medios acuerdos financieros contratados directamente con nuestra empresa, sin que tengas que abrir cuentas ni pagar por servicios de giros. Este aplicativo lo puedes instalarlo como enlace en tu página web o editarlo con tus datos para dispositivos móviles. <input type="checkbox"/> OPENINGS.COM: Es un punto comercial que funciona parecido a Mercado Libre o tucarro.com, con la diferencia que en esta página se buscan tráficos más dirigidos y se presenta como innovación una serie de herramientas para promocionar, dar a conocer un producto y hacer lanzamientos de nuevos productos o nuevas empresas. 	
<p>Marketing y comercialización (Estrategia de promoción) Promoción Web Active cuenta con una estrategia de promoción muy sencilla: Registrar el sitio en motores de búsqueda y directorios de Internet, en especial, en los más usados por los usuarios, como: Yahoo, Altavista, Lycos, Infoseek, Excite, Hotbot, etc. Realizarnos la promoción de acuerdo al concepto o características del cliente,</p>	

buscamos índices, directorios, asociaciones, revistas, recursos, etc, relacionados con el ramo de su negocio en los que se pueda promocionar el sitio.

Promocionamos el sitio en Usenet. Visitamos los foros de discusión (newsgroups) más relevantes para el negocio y dejar en ellos un mensaje promocionando los servicios o productos que se ofrecen.

Realizamos marketing mediante e-mail, enviando un e-mail a aquellos que solicitaron información sobre su ramo.

Diseñamos banners atractivos y ubicamos sitios web que ofrecen el servicio de publicidad para colocarlo en un sitio cuyo público es potencialmente el consumidor del producto o servicio, de forma que cuando se realice un click sobre el anuncio irán directamente al sitio.

Indudablemente, es importante también promocionar fuera de Internet, o sea, en los medios tradicionales, ya que, aún tienen más alcance que la red.

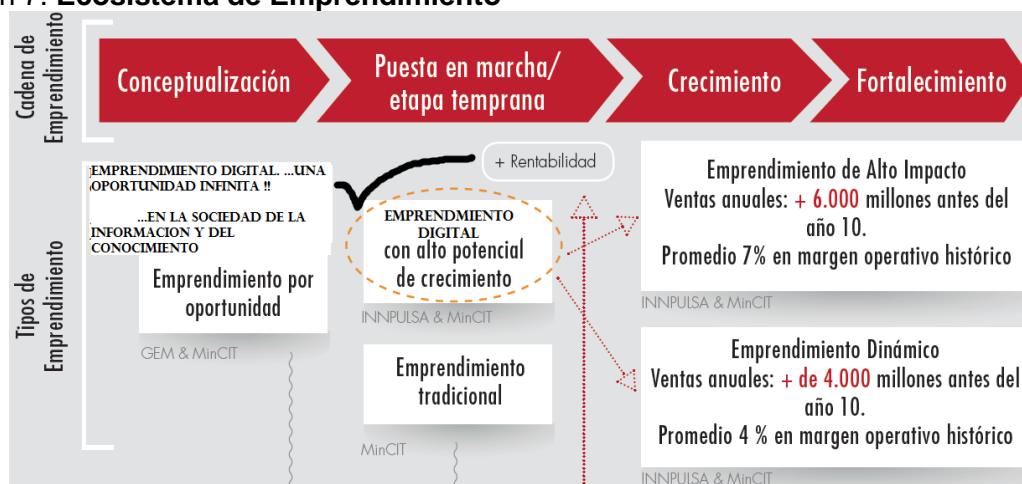
<p>I+I+D Los potenciales Emprendedores desconocen estos conceptos.</p>	<p>Resultados: Plan de PYME que más se acerca a una idea de negocio en / con Internet.</p>
--	--

Discusión (Propuesta)

“El e-learning ha sido a la transformación del modelo educativo, lo que la e-Investigación será a la forma de hacer investigación”¹⁶

En organizaciones educativas que hacen uso intensivo de las TICs, que vienen / siguen en procesos de transformación de sus cursos bien sea desde su diseño o sistemática de ambientes marcados por diversidad de actividades a cursos en ambientes virtuales de aprendizaje, el emprendimiento con alto potencial de crecimiento (digital) es dinámico/de alto impacto (Ver imagen 7) ‘en hora buena’ debe ser parte incluso de cada una de esas estrategias de aprendizaje, ir de la mano a dinámicas de e-investigación con enfoque prospectivo (e-research) y a la par con el e-learning, m-learning y a la u-learning.

Imagen 7. Ecosistema de Emprendimiento



Fuente: Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá.

En cuanto a 'Roles', de la cátedra, cursos de emprendimiento, eventos y conferencias dentro de una fase de Sensibilización de tutor/e-mediador se pasa a la cultura de la innovación, al rol del coach y del mentor (Coaching y Mentoría) con experimentación rápida y económica (por Oportunidad), igualmente a un pensamiento de diseño y de coaching de dinamismo y

¹⁶ Frase tomada de Chat correo julalba.angel@unad.edu.co

de alto impacto a la vanguardia del siglo XXI. (Ver Imagen 7. Carece de lo anterior 'Innovación')

Imagen 8. **Pasos del proceso de Emprendimiento**



Fuente: Mesa de Emprendimiento (2012)

La Ley de emprendimiento 1014, debe ser ajustada a pensamientos en nuevas formas de emprender negocios, coherentes y aplicables a una coyuntura marcada por el uso intensivo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en todos los ámbitos e tal forma que permitan crear riqueza de una manera globalizada y competitiva, dicha ley se queda corta en una cultura de emprendimiento propio de la 'necesidad' a la vez que se estanca en ella, pasando en alto las TICs , y antes que deberían ser parte de este gran ecosistema de emprendimiento donde la oportunidad la conocen antes como el Ministerio de las TIC que no hacen parte de esta ley y a la cual pueden aportar mucho.

CONCLUSIONES

Los productos de actividades por parte de los emprendedores se encaminan a ideas de negocios convencionales con un enfoque tradicional y por ende de subsistencia 'por necesidad' en tal sentido el emprendimiento digital brinda grandes posibilidades de crear negocios competitivos y globales.

Los Administradores de Empresas no nacen para empleados, nacen para crear empresas o administrar grandes empresas que valoran su capital más valioso, el 'Conocimiento'. Es evidente que el gran diferenciador de riqueza 'en la sociedad de la información y del conocimiento' se concentra en la proporción entre capital Intangible y capital natural.

Un ecosistema de emprendimiento responde a una agrupación espacial de instituciones que actúan entre sí en pro de la promoción, la asistencia y el desarrollo de proyectos empresariales nuevos o ya existentes.

Los emprendedores 'dinámicos' que ven a menudo oportunidades de negocios deben establecer relaciones empresariales a través de Internet, ello les reporta grandes beneficios a sus proyectos de negocio porque les aportan ideas y contactos. Hay que entrar en la cultura del NETWORKING y del Co-Working.

El coworking es una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores y empresas de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente y a la vez formar parte de una comunidad, en la cual, la interacción entre sus miembros, genera como consecuencia nuevas ideas, nuevos proyectos y nuevos negocios.

El sector sigue creciendo de una manera vertiginosa más que el de bienes, en tal sentido la creciente conectividad ofrece una mejor explicación: Por ejemplo, el comercio de servicios creativos crece 70% más rápido que el de bienes creativos y estas transacciones ocurren de manera creciente a través de internet¹⁷.

En la actualidad es considerablemente amplio el número de emprendedores potenciales, los 'nativos digitales' con facilidades para asimilar toda esa variedad de herramientas, técnicas, tácticas, estrategias para llevar a cabo un proyecto de emprendimiento digital o en internet, igualmente los 'migrantes digitales' con su experiencia pueden convertirla en una fortaleza ante un mundo de oportunidades que hay para comercializar sus servicios y bienes.

Fórmula mágica para crear riqueza en la sociedad de la información y del conocimiento:
Ecosistema de la Educación + Ecosistema de Emprendimiento + Ecosistema Digital + Ecosistema Naranja = Manera de Pensar y Actuar para crear Riqueza

De acuerdo a Montes (2008) la cadena de emprendimiento comprende en su orden: la Sensibilización, Identificación, Formulación, puesta en marcha y aceleración. El primer eslabón 'Sensibilización' *En esta etapa/eslabón, las instituciones de apoyo y el ecosistema de emprendimiento promueven, a través de distintas actividades, la cultura de la innovación y la mentalidad emprendedora (transformación de paradigmas), en otras formas de crear riqueza, por ejemplo con proyectos de emprendimiento digital.*

En el 2012, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Mintic), diseña y lanza su programa Apps.co, una iniciativa que potencia la creación de negocios a partir de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). Así como grandes

¹⁷ Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD). Creative Economy Report 2010. Naciones Unidas 2010. Pag. 126

universidades cuentan con centros de emprendimiento, universidades que se caracterizan por su metodología de formación virtual (e-learning) debe apuntarle desde sus facultades de administración a un emprendimiento con gran proyección como es el llevado a través de la web.

BIBLIOGRAFÍA

RODRÍGUEZ, David, VALLDEORIOLA, Jordi. Métodos y Técnicas de Investigación en Línea. UP06/M1119/02141. UOC.

CASTELLS, Manuel. 2001. Internet y la Sociedad Red, <http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/castells.htm> , consulta hecha en noviembre de 2007
Restrepo B. Felipe. (2013) La Economía Naranja. Una Oportunidad Infinita.

CASTELLS, Manuel. 2001. La era de la información Tomo I, Economía, Sociedad y Cultura, la red y el yo. <http://www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/Castellsprol.html> , consulta hecha en noviembre de 2007.

Plan de Desarrollo 2011 – 2015 “Educación para Todos con Calidad Global” Universidad Nacional Abierta y a Distancia. UNAD Colombia. http://www.unad.edu.co/planeacion/images/stories/Documentos/PLAN_DESARROLLO%2011-2015_OPLAN.pdf consulta realizada el 12/11/2011.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION (2012) ‘[Mesa de Emprendimiento, Articulación Ecosistema Emprendimiento](#)’. Consulta realizada el 03/03/2014.

Cely, H. N. (2012) Investigación en e-learning. ‘[La e-research en la Autoformación](#)’. <http://www.virtualeduca.info/fveduca/es/tematica-2012/77--la-educacion-virtual-una-cuestion-de-calidad/399-investigacion-en-e-learning-la-e-research-en-la-autoformacion> consulta realizada el 10/02/2014

Clark, R.C. (2003). More tan juste ye candy: Graphics for e-learning. The e-learning Developer’s Journal. 11 de agosto de 2003.

POLITICA NACIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO (2010) [Avances y retos de un plan para la transformación productiva](#). Consulta realizada el 10/03/2014

Eva I. Fernández. E-LEARNING. Implantación de proyectos de formación on-line. Alfa Omega Grupo Editor. S.A. México 2004.

Pequeña y Mediana Empresa. <http://www.degerencia.com/tema/pyme> consulta realizada el 22/11/2013.

PYME y microempresa. <http://www.uoc.edu/portal/castellano/business-school/index.html> consulta realizada el 25/11/2013.

CONVOCATORIA, Crea Digital 2014. Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Ministerio de Cultura. Colombia 2014. <http://www.mincultura.gov.co/planes-y-programas/programas/programa-nacional-estimulos/Paginas/Anexos-crea-digital.aspx> , consulta hecha en julio de 2014.

INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA: Propuesta para un ejercicio activo de la ciudadanía. [Fecha de consulta: 15/05/2007] <http://www.investigaccio.org/ponencies/IAP.pdf>

MURUA ANZOLA, Iñaki (2007): Entornos virtuales: nuevos espacios para la investigación cualitativa. SÁNCHEZ GOMEZ, M^a Cruz & REVUELTA DOMÍNGUEZ, F. I. (Coords.) Metodología de Investigación Cualitativa en Internet [monográfico en línea]. *Revista Electrónica de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 8, nº1. Universidad de Salamanca [Fecha de consulta: 12/11/2007]
http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_08_01/n8_01_murua_anzola ISSN 1138-9737.

ORELLANA LÓPEZ, Dania María & SÁNCHEZ GÓMEZ, M^a Cruz (2007): Entornos virtuales: nuevos espacios para la investigación cualitativa. SÁNCHEZ GÓMEZ, M^a Cruz & REVUELTA DOMÍNGUEZ, F. I. (Coords.) Metodología de Investigación Cualitativa en Internet [monográfico en línea]. *Revista Electrónica de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 8, nº1. Universidad de Salamanca [Fecha de consulta: 21/05/2007]
http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_08_01/n8_01_orellana_lopez_sanchez_gomez ISSN 1138-9737