

TÍTULO DEL PROYECTO

Análisis de la demanda sobre una plataforma digital para el reconocimiento de los emprendimientos de los estudiantes, egresados, docentes y comunidad de la Universidad Católica de Oriente.

NOMBRE DE LOS AUTORES

Santiago Arbeláez Gonzales

Yovanny Marín Agudelo

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RIONEGRO ANTIOQUIA

2021

TITULO DEL PROYECTO

Análisis de la demanda sobre una plataforma digital para el reconocimiento de los emprendimientos de los estudiantes, egresados, docentes y comunidad de la Universidad Católica de Oriente.

Santiago Arbeláez González

Yovanny Marín Agudelo

Trabajo de grado para optar por el título de:

Administradores de Empresas

Asesor:

Natalia Cristina Correa Granada

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RIONEGRO ANTIOQUIA

2021

Página de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Rionegro, 18, 06, 2021

Página de dedicatoria

Este trabajo de grado lo dedico primero a Dios, quien me ha llenado de fuerza, paciencia y disciplina para cumplir mis objetivos. A mis padres, por apoyarme en todo momento y ser quienes me inspiran día a día, además de darme la posibilidad de llegar hasta donde he llegado. A mi hermano que con sus consejos y apoyo me hace fuerte, a mi novia y amigos que siempre están brindándome consejos y motivándome para luchar por mis sueños y a todos los que han estado presentes a lo largo de mi proceso formativo compartiéndome sus conocimientos.

Yovanny Marín Agudelo.

Este trabajo de grado se lo quiero dedicar a Dios, por darme el regalo de la vida y permitirme llegar hasta este momento. A mis padres, por el esfuerzo que hicieron para permitirme llegar hasta acá y el apoyo que me brindaron en cada momento, sin ellos no hubiera sido posible. A mi familia y amigos, por las ayudas que me brindaron, y los consejos necesarios para realizar un buen proceso formativo.

Santiago Arbeláez González.

Página de agradecimientos:

Agradecemos a Dios por bendecirnos y darnos la oportunidad de escribir este trabajo, por darnos la sabiduría y paciencia para llevar a cabo cada corrección y cada idea. Agradecemos a nuestros padres por los valores inculcados y por siempre estar apoyándonos. Agradecemos a la Universidad Católica de Oriente en especial a la facultad de ciencias económicas y administrativas, a sus directivos y docentes que nos han enseñado a ser mejores personas, A nuestra asesora Natalina Cristina Correa Granada, por la paciencia, las correcciones, los conocimientos que nos compartió, por el alma que le pone a enseñar y siempre creer en nosotros.

TABLA DE CONTENIDOS

1.	ANTECEDENTES.....	8
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
3.	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	13
4.	JUSTIFICACIÓN.....	13
5.	OBJETIVOS.....	15
5.1.	Objetivo General.....	16
5.2.	Objetivos Específicos	16
6.	MARCO TEÓRICO.....	16
7.	DISEÑO METODOLÓGICO	19
8.1.	Social.	20
8.2.	Legal y económico.....	34
8.2.1.	Nombre de dominio.	36
8.2.2.	Web hosting.....	36
8.2.3.	Certificado de seguridad.	36
8.2.4.	Diseño y desarrollo web.	37
8.2.5.	Sistema de gestión de contenido.....	37

10. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	39
11. ANEXOS.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Costos para iniciar la plataforma.....	34
---	----

ÍNDICE DE GRAFICAS

Gráfico 1: Rol del encuestado.	21
Gráfico 2: Pregunta, nombre tentativo.	22
Gráfico 3: Pregunta, interés hacia el proyecto.....	23
Gráfico 4: Pregunta, utilidad de la página web UCO	24
Gráfico 5:Pregunta, proyectos similares.....	25
Gráfico 6: Pregunta, apoyo en la UCO.....	29
Gráfico 7: Pregunta, identificación de emprendedores.	33
Gráfico 8: Pregunta, viabilidad de la plataforma.....	33

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1: Imagen prototipo.	22
---------------------------------------	----

1. ANTECEDENTES

En Colombia, los emprendedores viven con la incertidumbre de crear empresas, las instituciones no dan la garantía suficiente para entrar a competir en los mercados y por el contrario cada vez son más las barreras de entrada. En consecuencia, para el año 2020 a raíz del COVID-19 se crearon menos empresas en el país.

Entre enero y junio de 2020 se crearon 131.848 unidades productivas, 26,3% menos que en el mismo periodo de 2019. Lo anterior responde a la crisis económica y social a raíz del escalamiento del brote de la COVID-19, una alta incertidumbre y una disminución generalizada de la actividad económica. (Confecámaras, 2020)

A pesar de esto, también decreció el número de empresas liquidadas en el año 2020, año en el que la economía mundial sufrió una gran contracción y sin embargo, las empresas intentaron seguir teniendo ingresos y no liquidar, según la cámara de comercio del Oriente antioqueño (2020) “En las unidades empresariales liquidadas a agosto de 2020 se observa un total de 3.780 liquidaciones, lo que representa una disminución del -9.72% en el número de unidades empresariales liquidadas respecto al mismo periodo del año anterior”

Desde el comienzo de la pandemia en el año 2020 hasta ahora, los emprendedores y empresarios de Colombia se han enfrentado a diversas dificultades económicas, pero con la lucha de todos los colombianos para no cerrar sus negocios, han logrado reinventarse acudiendo principalmente a la

tecnología. Por ejemplo, Empresas como Tostao, Crepes & Waffles, Wok, entre otras reconocidas empresas de alimentos empezaron a utilizar su propio servicio de domicilio a través de aplicaciones o redes sociales; también hay otros ejemplos como Bodytech, quienes crearon su propia app y llevan sus clases de actividad física por medio de la virtualidad y con entrenadores personalizados, además de todos los negocios de barrio, las tiendas, restaurantes y supermercados empezaron a crecer con sus redes sociales para vender sus productos y servicios en línea, sin salir de casa.

Para el primer semestre del año 2021, los colombianos como iniciativa a la reactivación económica crearon más empresas, según información del registro único empresarial y social (RUES), “entre enero y marzo de 2021 se crearon en el país 96.431 empresas, 9,3% más que en el mismo periodo de 2020” (Comfecámaras, 2021). Aun así, está la incertidumbre de que las empresas creadas tengan la fuerza y las estrategias suficientes para permanecer en los mercados y competir con las grandes compañías.

En el Oriente Antioqueño como oportunidad y en respuesta de los nuevos retos que enfrenta la economía del país, la Universidad Católica de Oriente (UCO) ayuda al desarrollo y crecimiento de la región con su centro de innovación y desarrollo INNOVAMATER.

Innovamater, busca generar soluciones innovadoras a las problemáticas sociales y oportunidades empresariales, a través del trabajo colaborativo entre las empresas y comunidades, permitiendo el mejoramiento y posicionamiento de las mismas, generando desarrollo y transformación del territorio, que permita mejoras en las condiciones de vida de las personas. (Roldan & Ceballos Uribe, 2018)

La UCO, no ajena a las problemáticas empresariales de la región y del país también ha reunido esfuerzos para implementar nuevas estrategias, en el año 2021 en alianza con la incubadora

Créame pusieron al servicio de la comunidad Uconiana la plataforma para emprendedores
Conexión 3E.

Es un servicio gratuito creado en alianza con Créame, pensado especialmente para que los emprendedores, las micro y pequeñas empresas puedan conectarse con los proyectos, programas y servicios existentes en el ecosistema empresarial de la ciudad y la región de acuerdo con sus necesidades específicas, para potenciar y fortalecer su emprendimiento o negocio. (CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA, 2021)

La visión de emprendimiento inculcada por la Universidad Católica de Oriente a sus estudiantes ha sido uno de los factores para que estudiantes y egresados lleven a cabo modelos de negocios y emprendimientos innovadores que ayudan al desarrollo y crecimiento de la región, para esto tienen que enfrentar diferentes retos y uno de los más difíciles es darse a conocer y posicionar su marca en un mercado globalizado en donde la tecnología y las redes sociales son cada vez más importantes. Colombia no es un país ajeno a esto, puesto que un estudio publicado por el Centro Nacional de Consultoría (CNC) reveló que:

Cuatro de cada cinco colombianos ya entraron en la era digital. (...) El estudio destacó que el número de ciudadanos ajenos a internet en el país continuó su tendencia a la baja: pasó de 42% a 20% entre 2016 y 2020. El 47% de los colombianos se concentra en el nivel básico del uso de entretenimiento, chats y correos electrónicos. Hace cuatro años en este nivel solo estaba el 32% de la población. (Colprensa, 2020)

Un ejemplo de esta situación está en el municipio de Rionegro, un emprendedor UCO creó una página en donde busca que los emprendimientos de las personas del Oriente Antioqueño sean reconocidos a través de publicaciones y concursos; David Ramírez creó *Oriente emprende* en el año 2020 “Se creó con la necesidad de vincular los emprendimientos de las personas a la

virtualidad” (Ramirez, 2021). La necesidad de estar en medios virtuales es indispensable en los últimos años, los bienes y servicios que no tienen la posibilidad de hacerse fuerte por medio de medios digitales carecen del reconocimiento necesario para dar a conocer sus productos, además de estar en desventaja competitiva con las grandes empresas. Plataformas como Oriente emprende son una catapulta para que los emprendedores de un perfil bajo puedan empezar a conocerse a través de publicidad y asesoría profesional, además de encontrar lo que todos hoy día anhelan, seguidores que se vean reflejados en futuras ventas y posicionamiento de marca.

“El comercio electrónico ha sido uno de los sectores comerciales de más crecimiento en los últimos años. En ello ha tenido mucho que ver la evolución de las estrategias de marketing, el uso de la tecnología aplicada a las ventas o la mayor confianza del usuario por lo digital” (Cámara Valencia, 2016). Año tras año vemos como el comercio electrónico se vuelve más fuerte, la facilidad de pago, el no tener que salir de casa, entre otras razones hacen que el entorno online sea atractivo tanto para los oferentes como para los demandantes.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Universidad Católica de Oriente se ha caracterizado por el apoyo a los emprendedores y MIPYMES en el Oriente Antioqueño y más ahora con su centro de innovación, emprendimiento y territorio (CIET) que “pretende orientar, capacitar y acompañar a los emprendedores y empresarios de los 23 municipios de la Región” (UCO, 2020). Para sus estudiantes, la UCO organiza ferias y eventos en donde se exponen ideas de negocio, emprendimientos o prototipos de productos y así generar dentro de la comunidad uconiana un apoyo hacia sus emprendedores, sin

embargo, los emprendedores sienten un apoyo efímero en este tipo de eventos, puesto que, la comunidad universitaria se entera de sus procesos, emprendimientos y negocios mientras se está presente en el evento y no fuera de él.

Las plataformas digitales acompañadas de las nuevas tecnologías hacen que las estrategias de marketing digital tomen más fuerza en el mundo; una de esas estrategias es el Branding, “un proceso integrativo, que busca construir marcas poderosas; es decir, marcas ampliamente conocidas, asociadas a elementos positivos, deseadas y compradas por una base amplia de consumidores” (Ballesteros). Esta estrategia de marketing vinculada de manera digital es una de las falencias que solicitan resolver pronto los estudiantes de la Universidad Católica de Oriente para mostrar sus marcas y potenciarlas, a pesar de que este tipo de procesos de marketing no aseguran el éxito de sus negocios, si se administra de manera eficiente y constante puede lograr un alto grado de reconocimiento de las marcas de los estudiantes tanto dentro de la universidad como fuera de ella.

Muchas plataformas no dirigen sus esfuerzos en lo que de verdad se necesita, algunas no son constantes, otras presentan información a medias y sus usuarios al final no reciben los resultados esperados, las plataformas digitales de la Universidad Católica de Oriente no muestran grandes inconvenientes a parte de las que habitualmente sufren las plataformas similares por el flujo de usuarios en línea, a pesar de ello no existe una plataforma originada desde la Universidad para que los emprendedores de la UCO puedan mostrar sus empresas o procesos productivos.

La cultura emprendedora que ha surgido en los últimos años en el Oriente Antioqueño no es ajena a la Universidad Católica de Oriente, pero si no se hace énfasis en hacer crecer y ayudar a

mostrar las marcas para que puedan competir en el mercado regional, nacional e internacional puede frenar ese alto potencial que tiene el territorio, según Confecámaras “se han realizado estudios de demografía empresarial, que han permitido determinar que, de cada 100 empresas que se crean en el país sólo permanecen 34 luego de cinco años de constituidas” (Confecámaras, 2019).

La comunidad de la Universidad Católica de Oriente tiene la necesidad de mostrar sus marcas y potenciarlas de una manera más creativa y visual acudiendo a las nuevas tendencias como lo es el marketing digital, en donde la misma comunidad universitaria se entere de los procesos productivos, productos y servicios que desarrollan sus compañeros, profesores o graduados, con el debido acompañamiento por parte de sus profesores, monitores y estudiantes siendo importantes para el desarrollo de los emprendimientos o modelos de negocio que necesitan ser visibles.

3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué percepción se tiene sobre una plataforma digital para el reconocimiento de los emprendimientos de los productos, servicios y procesos productivos de estudiantes, egresados, profesores y comunidad de la Universidad Católica de Oriente?

4. JUSTIFICACIÓN

Los estudiantes de la universidad Católica de Oriente tienen la necesidad de mostrar sus emprendimientos a la comunidad universitaria, en donde pueden obtener una buena cantidad de clientes y posicionarse en los mercados, pero para ello las estrategias de la universidad se quedan cortas a lo que realmente quieren los emprendedores; este análisis enfocado en la demanda es necesario para que los miembros de la administración de la universidad tengan presente la posibilidad del desarrollo de una plataforma dedicada a los emprendedores, en donde la comunidad uconiana pueda presentar sus marcas y potenciarlas a través de su imagen.

Hoy en día, se viene presentando un crecimiento acelerado de la información digital que se brinda a través de las plataformas digitales (tanto redes sociales como páginas web), a cerca de los cambios que se presentan en la cotidianidad que involucran a las personas e instituciones de manera directa e indirecta, cambios propios de la época en la que vivimos. Gracias a esto, la información que se requiere saber en los distintos ámbitos en su mayoría está implícita en la web, las compras por internet son cada vez más atractivas como a su vez seguras y la tendencia en la internet es comprar online, según datos de Blacksip “en el mundo el crecimiento de búsquedas relacionadas a compras creció 200%”, en Latinoamérica los ingresos por ventas digitales aumentaron 230%, en Colombia la cifra fue de 130%” (Vega, 2020); por lo tanto, el objetivo del presente proyecto es brindar una información muy completa por medio de una plataforma digital a cerca de los proyectos emprendedores en cuanto a procesos productivos, productos y servicios de la comunidad de la Universidad Católica de Oriente (UCO), esto permite que las personas se enteren por este medio de los distintos negocios y de la información necesaria a cerca de los servicios que ofrecen los emprendedores según la necesidad de cada cliente.

En la actualidad (2021) el mercado de oferta de productos y servicios está sobrepoblado al igual que la demanda y las necesidades particulares de los clientes, en consecuencia, emprender para una persona que vaya a comenzar o en su defecto lleve poco tiempo en este mercado de oferta, no es fácil darse a conocer rápidamente y comenzar a seducir a sus clientes potenciales y exigentes, satisfacer sus gustos y requerimientos puede llegar a ser toda una hazaña debido a las barreras de entrada que existen, las instituciones para crear empresa y los muchos obstáculos que se tiene a la hora de crear negocios, esto hace que sea más fácil para los emprendedores convertirse en informales que seguir enfrentando las barreras, según el DANE “En junio de 2020, la proporción de ocupados informales en las 13 ciudades y áreas metropolitanas fue 45,3%. Para el total de las 23 ciudades y áreas metropolitanas fue 46,2%.” (DANE, 2020) La implementación de esta página web puede ayudar a dar ese paso de la informalidad a la formalidad en los pequeños empresarios Uconianos, ayudando de esta manera a los esfuerzos locales, regionales y nacionales por bajar las tasas de informalidad.

Por medio de un trabajo conjunto se busca que se beneficien ambas partes (UCO y comunidad uconiana) y se puedan tener créditos de sostenibilidad en el presente y futuro, se puede ayudar a entrar en el mercado y a la era digital a esta pequeña parte de empresarios del Oriente Antioqueño; por lo tanto, se plantea el objetivo de este proyecto, por medio de la plataforma web alcanzar desde la promoción objetiva y desarrollo de estas pequeñas empresas, ayudar a continuar creando ese “Good Will” (buen nombre) de los empresarios del futuro formados y apoyados por la Universidad Católica de Oriente.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Realizar un análisis de demanda en el primer semestre del 2021 para una plataforma digital que busca el reconocimiento de los emprendimientos de la comunidad UCO

5.2. Objetivos Específicos

- Buscar y analizar proyectos similares o con el mismo propósito de la plataforma propuesta.
- Realizar entrevistas para el estudio de viabilidad a personas con antecedentes de plataformas digitales similares.
- Crear y aplicar encuestas a estudiantes, docentes y grupo administrativo de la Universidad Católica de Oriente con el fin de saber la opinión respecto a la plataforma.
- Analizar los resultados de las encuestas realizadas a la Comunidad universitaria.
- Determinar viabilidad.

6. MARCO TEÓRICO

Las nuevas tendencias del marketing han impulsado a las empresas a ser innovadores a base de estrategias en donde la tecnología ha jugado un papel clave en obtener el éxito, puesto que, actualmente los mercados se desarrollan principalmente en las herramientas como las redes sociales y páginas web; una de estas herramientas es el branding online, que “es el conjunto de

estrategias que se ponen en práctica para construir o generar la marca de una empresa o producto y hoy en día, si una empresa no tiene presencia en la Red no existe” (Jordon, 2010).

Ante la necesidad posicionar una marca y aprovechar las redes sociales y demás medios digitales de información, surge la variante del marketing online una manera diferente, económica y efectiva a la hora de llegar a un público objetivo. El marketing online es un sistema para vender productos y servicios a un público seleccionado que utiliza Internet y los servicios comerciales en línea. (Kont, 2012)

Los estudiantes universitarios en su afán por obtener ingresos se las ingenian para llevar a cabo emprendimientos que surgen de sus hobbies o en algunos otros casos porque es lo que quieren hacer y para eso se están preparando. “En ocasiones los pasillos de las universidades se convierten en las góndolas que les permite a jóvenes exhibir sus ‘mininegocios’ para obtener ingresos extras para cubrir los gastos de su transporte, fotocopias, libros y entretenimiento” (DINERO, 2019). Mientras los estudiantes universitarios van de boca en boca exhibiendo sus negocios, se encuentra una nueva oportunidad de desarrollar estos procesos de manera formal, aquí es donde entra el branding online.

El uso de las tecnologías y los jóvenes apasionados de las universidades son una buena combinación, hoy en día desde pequeños queremos tener acceso a la tecnología y obtener de esta manera todo más sencillo, así mismo, las empresas desde que nacen se quieren hacer notar utilizando tecnologías, “El uso de las redes sociales ha registrado un fuerte crecimiento en los últimos tiempos. Las empresas, utilizan canales como twitter, Facebook, blogs, etc. para mantener la comunicación y el feedback con sus clientes” (Jordon, 2010).

La importancia del branding online se refleja en diferenciar las marcas y ganar ventajas competitivas, la relación empresa-cliente cada vez se vuelve aún más importante y con el branding online se busca que las personas tengan en su mente, o en sus manos la información al instante de las empresas o productos que necesitan para un momento específico. El branding de una empresa es su identidad. No existe contacto más directo con el cliente que su propio branding (...), A través del branding se busca pregnancia, quedar en la mente del usuario (Vilardi, 2016)

La influencia de las redes sociales y las páginas web en las ventas de los consumidores se han convertido en uno de los medios más imponentes de venta sea de forma directa o indirecta, la facilidad de pagos, la información fácil de obtener y escoger los precios más bajos hacen que el mercado online sea más cómodo que en un lugar físico, aunque en algunos casos se sigue prefiriendo el método tradicional de venta física” la principal diferencia entre uno que acude a un punto de venta físico y uno que ingresa a las redes sociales, reside en la cantidad y calidad de la información que dicho cliente acumula antes de comprar, siendo esta considerable en el caso del consumidor online” (Lopez-Quesada, 2013).

Para la comunidad de la Universidad Católica de Oriente es importante que muestren y apoyen sus emprendimientos para tomar fuerza en los mercados y ser reconocidos en un mundo en el que la tecnología crece sin medida, donde se necesitan plataformas y ayudas tecnológicas para estar a la par de las grandes empresas. Con esta ayuda se espera que la economía de la región respire un nuevo aire y se enfoque en la creación de empresas formales, innovadoras y sostenibles.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

Se realizó un análisis en donde se evaluó la conveniencia de la ejecución de un proyecto que implica una plataforma digital para el reconocimiento de los emprendimientos de la comunidad de la Universidad Católica de Oriente confiando en la evaluación de los factores fundamentales de un plan de viabilidad desde las perspectivas técnicas, sociales, económicas y legales.

Este estudio de viabilidad ayudará a las partes interesada como lo son la Universidad Católica de Oriente, sus estudiantes, egresados y grupo administrativo a tener como base este estudio para realizar un proceso que puede mejorar la visión de la universidad, el desarrollo empresarial en la comunidad universitaria y la economía de la región, por lo tanto, se buscó y analizó proyectos similares o con el mismo propósito de la plataforma propuesta. Para esto se buscaron fuentes secundarias a través de internet.

Como parte del conocer acerca de las plataformas digitales y propuestas similares, se utilizó como fuente primaria entrevistas a personas experimentadas y con antecedentes en el sector. Se entrevistó al creador y administrador de una página reconocida en Rionegro (Antioquia) que ayuda con su plataforma a que los emprendimientos de los rionegreros estén presentes en la virtualidad. Se entrevistó al jefe de sistemas y al web máster de la Universidad Católica de Oriente, esto con el fin de ser informados de como operan este tipo de plataformas en el ámbito legal y económico y la viabilidad de que esta pertenezca a la UCO.

Como fuente primaria se creó una encuesta en línea para que los estudiantes, docentes, administrativos y egresados dejaran sus respuestas y con base en esta obtener gráficos circulares

con porcentajes, gráficos de barras y respuestas abiertas en donde los encuestados dejaron sus opiniones. Se les preguntó por la idea de crear el proyecto, sus perspectivas y opiniones además de la viabilidad del proyecto.

Se analizaron los resultados, los porcentajes significativos, lo que representa y en el caso de las preguntas abiertas lo que quiere y opina la comunidad uconiana y con base a estos se realizaron las conclusiones de la encuesta.

8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

8.1. Social.

Para el análisis del ámbito social se utilizó el método de encuesta, se envió por medio de correo electrónico a 743 estudiantes y a 40 docentes y dentro de estos algunos pertenecen al grupo administrativo de la Universidad Católica de Oriente. La encuesta fue de manera anónima a su vez voluntaria y como resultado de esta se obtuvo un total de respuestas de 47 estudiantes que representan el 6.33% de los estudiantes a quienes se les envió la solicitud de diligenciamiento. Los docentes fueron quienes más respondieron a la solicitud con la participación del 33% del total a quienes se les envió la encuesta.

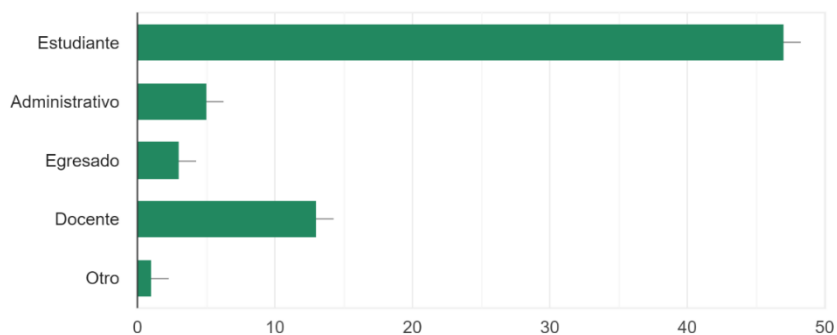
De la encuesta, los estudiantes representan el 77% de las respuestas, seguido de los docentes con una participación en las respuestas del 21,3%, los administrativos, egresados y otros representan el 14,7% de las respuestas de la encuesta como se puede ver en el grafico 1.

Gráfico 1:

Rol del encuestado.

¿Qué rol cumple en la Universidad Católica de Oriente?

61 respuestas



Nota: Encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

Se presentó un prototipo asociado al inicio de una plataforma digital para los emprendedores de la UCO con el nombre “*UCOemprende*” (Imagen1) para analizar cuál era la reacción de los encuestados hacia ese nombre, los resultados arrojaron que el 88,5% de los encuestados se siente identificado con el nombre, Mientras que el 11,5% no se identifica con el mismo. (Gráfico 2)

Ilustración 1:

Imagen prototipo.



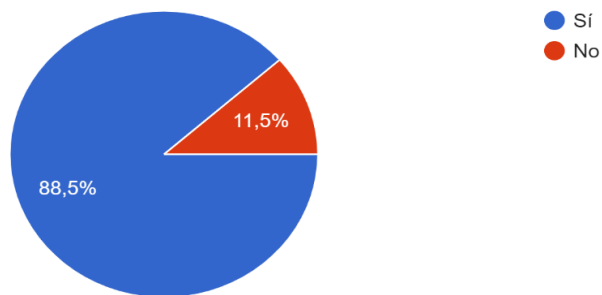
Nota: Prototipo realizado para la muestra grafica de una hipotética plataforma digital como la planteada en el contexto del proyecto. Elaboración propia.

Gráfico 2:

Pregunta, nombre tentativo.

¿Se siente identificad@ con el nombre "UCOemprende"?

61 respuestas



Nota: Encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

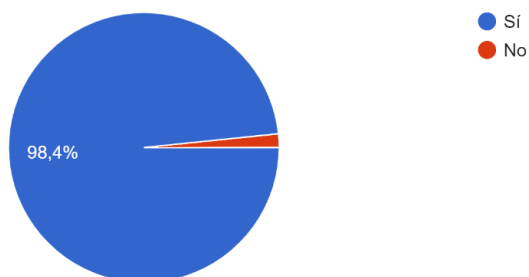
En cuanto a la plataforma se le preguntó a la comunidad Uconiana sobre el interés que tienen hacia esta y la respuesta fue muy positiva puesto que, el 98,4% de los encuestados le interesa un proyecto que implique la asesoría y el reconocimiento de los emprendimientos.

Gráfico 3:

Pregunta, interés hacia el proyecto.

¿Le interesa la idea de crear una plataforma virtual para dar a conocer y asesorar los emprendimientos de la comunidad Uconiana?

61 respuestas



Nota: Encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

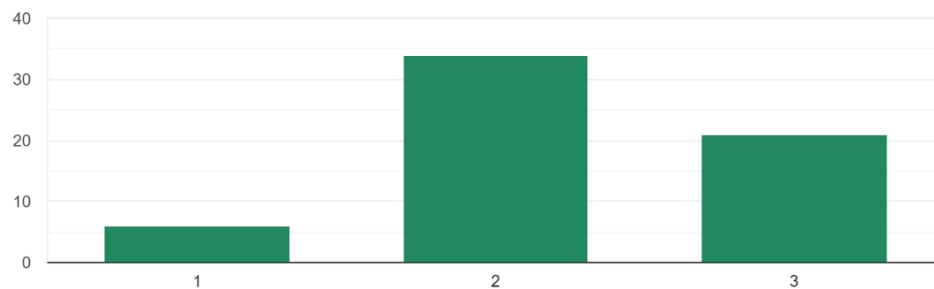
La plataforma digital propuesta puede ser un complemento a la página web de la UCO y por ende se le preguntó a la comunidad que tan útil les parece esta página, siendo esta la oficial. En una escala de 1 a 3 se les preguntó a los encuestados si les ha sido útil en todos los campos la página web de la universidad siendo 1 poco útil y 3 muy útil, el 55,7% sienten que no es ni muy útil pero tampoco poco y respondieron el segundo escalon, el 34,4% les parece muy útil mientras que el 9,8% poco útil. (Ver gráfico 4)

Gráfico 4:

Pregunta, utilidad de la página web UCO

La pagina web de la universidad ¿le ha sido útil con sus necesidades académicas, sociales, laborales y con otros servicios necesarios?

61 respuestas



Nota: Encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

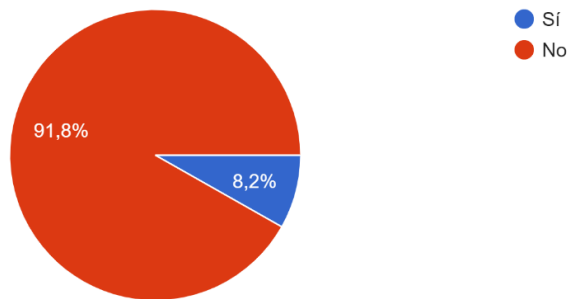
Para evaluar la creatividad e innovación de la propuesta se le pregunto a la comunidad universitaria si conocían otros proyectos similares o relacionados y las respuestas por parte de los encuestados fue, el 91,8% no conocen algo similar y el 8,2% conoce algún otro proyecto. Dentro de esta pregunta si respondían sí, se tenía que colocar cuál, pero solo 2 de ellos respondieron: *“Innovamater” “en la asignatura Metodología de la investigación II hay un anteproyecto que se está fundando con la misma lógica”* (Grafica 5)

Gráfico 5:

Pregunta, proyectos similares.

¿Conoce algún otro proyecto relacionado a los emprendimientos y su reconocimiento en la UCO?

61 respuestas



Nota: Encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

Al interés de la comunidad uconiana se le preguntó: ¿Qué contenido o servicios le gustaría que tuviera la página para los emprendedores de la UCO? Y las respuestas fueron.

- *Servicio virtual de asesorías*
- *que dieran a conocer el producto, el porqué de este, con qué finalidad, por qué es importante para ellos,*
- *Contactos para asesorías y capacitaciones*
- *Información sobre la creación de la empresa*
- *Contenido sobre lo que ofrecen y las posibilidades de uno mismo crear su emprendimiento*
- *promoción de los emprendimientos*
- *Asesorías, talleres, ferias*
- *Que impulse el emprendimiento y nos apoyemos entre todos*
- *Asesorías para emprendedores.*

- *Noticias sobre emprendimientos realizados por los estudiantes o directivos*
- *formación, asesoría, financiamiento, promoción y comercio*
- *Emprendimientos, productos o servicios, tienda virtual, ubicación de los emprendimientos, redes sociales, perfiles de los emprendedores.*
- *Capacitación y difusión*
- *una guía de servicios, facilidades de capacitación*
- *formulación de proyectos, simulación financiera, modelos para estudio de mercado*
- *Redes de apoyo, Asesoramiento visual*
- *Ayuden entre las personas que buscan mejorar, tener éxito en sus emprendimientos.*
Compromiso y convocatorias donde inviten que otros estudiantes se involucren en temas de interés o en ayudarlos
- *Datos de emprendimientos y redes sociales de los mismos*
- *Asesorías financieras*
- *educativo*
- *Información*
- *Videos de muestra de los productos o servicios, invitados, concursos, permios*
- *Material audio visual, donde los emprendedores den a conocer su trabajo, las tarifas, y den ejemplo de lo que se logra.*
- *lluvia de ideas con inter-relacionamiento académico de todas las areas de interés*
- *ferias de exposición de emprendimiento, manejo de publicidad por redes sociales, estrategias para un negocio, tips...*
- *Emprendimientos de los estudiantes y contacto con personas que beneficien el emprendimiento*

- *Todo lo relacionado con la marca, los registros, publicidad*
- *La opción de llegar a un link directo para conocer la página oficial del emprendimiento sea Instagram o Facebook*
- *asesoría*
- *Datos de contacto, servicios o bienes ofertados, necesidades de consumidores.*
- *Información de los emprendimientos, propósitos, ubicación, servicio, entre otros.*
- *Información acerca de los emprendimientos, ubicación e historia*
- *Ofrecimientos de servicios y bienes, asesorías, voluntariados.*
- *Grupos de interacción para promover el comer, propuesta muy asertiva para estos momentos de crisis que ha afectado a tantos emprendimientos, esto impulsaría su negocio*
- *Por dónde empezar, que estrategias aplicar*
- *Cómo estructurar un modelo de negocio; Cómo realizar una investigación de mercado en internet; Cómo definir un nombre e imagen corporativa para tu negocio; cómo mercadear tu producto o servicio en las redes sociales*
- *mostrar las ideas que se han llevado a cabo, el proceso que han realizado para instruir a los demás, mostrar el proceso y como se hizo realidad.*
- *Portafolio de emprendedores*
- *Que muestre los emprendimientos y los contactos*
- *Emprendimientos locales*
- *Recomendaría página en otras redes.*
- *Generar interacción entre la comunidad para que los emprendimientos puedan crecer cada vez más.*

- *Contactos de los estudiantes, convocatorias de MinCiencias, Alcaldía Rionegro y empresas locales con retos.*
- *Posibilidad de diagnóstico empresarial*

Nota: Comentarios en encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

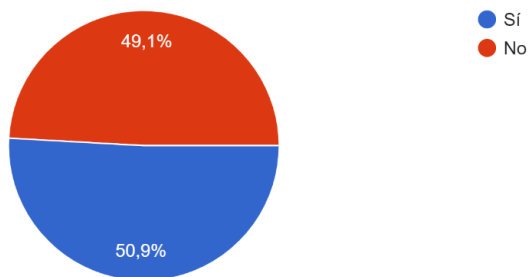
A los esfuerzos que ha hecho la universidad por encontrar metodologías para apoyar los emprendimientos, se le preguntó a los encuestados si se sentían apoyados por la UCO con sus proyectos empresariales a la cual respondieron el 50,9% que sí y el 49,1% que no como se muestra en la gráfica 6.

Gráfico 6:

Pregunta, apoyo en la UCO

Como parte de la comunidad Uconiana ¿Se siente apoyad@ con sus proyectos empresariales en la UCO?

57 respuestas



Nota: Encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

La opinión de los estudiantes, docentes, egresados y administrativos de la Universidad Católica de Oriente es importante para la ejecución del proyecto y para eso se le preguntó a los

encuestados, ¿Qué opina de la idea de crear esta plataforma para la comunidad uconiana? Y sus respuestas fueron:

- *Interesante idea. Debe ayudar a promover más el emprendimiento.*
- *Me parecería un espacio chévere, fuera de lo estandarizado, además las personas podrían dar a conocerse, y entre todos apoyar las nuevas ideas*
- *Excelente idea*
- *Excelente*
- *super útil*
- *Excelente iniciativa*
- *Muy buena idea para promover el comercio dentro la U y ayudar a nuestros emprendedores a dar a conocer sus productos o servicios*
- *Muy buena*
- *me parece una excelente idea.*
- *Me parece muy buena idea*
- *POSITIVA*
- *Excelente idea impulsadora que sirve para darse a conocer*
- *Interesante*
- *Es un apoyo interesante*
- *Me interesa y creo que es necesario evidenciar tantas iniciativas y emprendimientos con los cuáles cuenta la UCO*
- *Es funcional*
- *Es una muy buena idea, ya que se tiene más oportunidad de crecimiento y reconocimiento*
- *Me parece una buena idea para promocionar, interactuar y aprender*

- *Me gusta mucho la idea*
- *Me parece genial, es un apoyo muy importante desde la academia, con referentes teóricos y también ilustrativos para que los emprendedores puedan sacar adelante sus negocios*
- *Excelente idea*
- *Me parece una buena iniciativa*
- *Es muy bueno porque eso le dará más reconocimiento a la universidad además de apoyar a los emprendedores universitarios*
- *Es una excelente propuesta, ya que es un canal adicional donde los emprendedores podrán comercializar sus productos y/o servicios, generando una economía local circulante, y muy posiblemente encontrar muchas oportunidades de mejora constante, bajo criterios profesionales.*
- *Excelente*
- *Es una gran idea y sería de gran utilidad*
- *Es buena idea*
- *Excelente me encantaría, tengo demasiados emprendimientos*
- *Es una buena forma de incentivarnos y dar a conocer a más personas los emprendimientos*
- *Me parece interesante, utilizaría como referencia la UCO e innovaría en la imagen, más sobriedad.*
- *Buena*
- *Novedoso e interesante*

- *Sería algo muy novedoso dentro de la universidad pues sería la universidad un ejemplo a seguir en este tema.*
- *Es una gran oportunidad para apoyar emprendimientos y negocios locales*
- *Genial*
- *Es una idea muy ganadora ya que la universidad no cuenta con un proyecto como este*
- *Es un excelente medio de interacción que permite hacer conocer los proyectos, emprendimientos de la comunidad Uconiana.*
- *Dando un buen uso, sería una herramienta de gran utilidad para la comunidad Uconiana que tenga emprendimientos*
- *Me parece muy importante ya que es un apoyo que nos brinda la universidad y nos ayuda a crecer en muchos ámbitos*
- *Me parece una buena idea, pero creo que deben trabajar mejor en la encuesta.*
- *Me parece una buena iniciativa para mostrar los emprendimientos que han realizado los estudiantes y parte de la comunidad para poder apoyarlos y poder conocer más cerca su proceso.*
- *Súper*
- *Muy buena para dar a conocer los emprendimientos que tenemos muchos estudiantes*
- *Muy buena la idea*
- *Me gusta mucho, puede ser una gran oportunidad para todos*
- *No es necesaria, puesto que ya existe agotamiento en el uso de apps.*
- *Me parece muy viable y una muy buena idea*
- *Si, es importante visibilizar el trabajo de estudiantes y la gestión de la universidad.*
- *Importante*

- *Sirve para impulsar los emprendimientos*
- *Sería de mucha ayuda para todos los pequeños emprendedores*

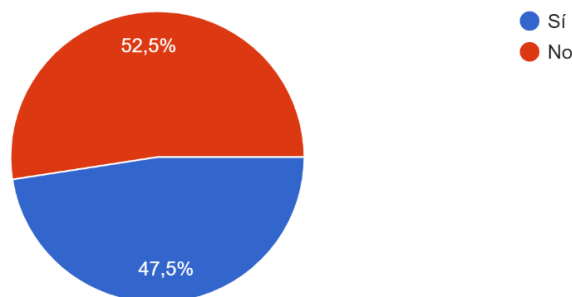
Nota: Comentarios en encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

Para hacernos una idea de los emprendedores que tiene la UCO además de los que contribuyen al desarrollo económico del Oriente Antioqueño, se preguntó cuántos de los encuestados son emprendedores y el 47,5% tienen emprendimientos y el 52,5% no tiene. (Gráfico 7)

Gráfico 7:

Pregunta, identificación de emprendedores.

¿Es emprendedor o tiene un negocio en el Oriente Antioqueño?
61 respuestas



Nota: Encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

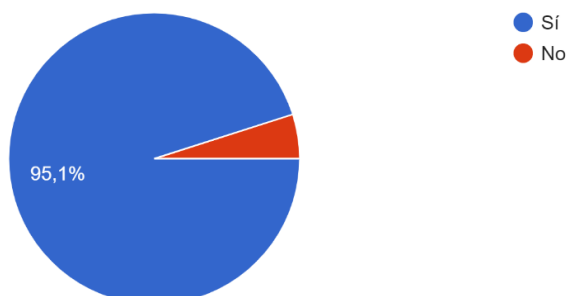
La última pregunta que se le hizo a la comunidad uconiana fue si creían viable ejecutar este proyecto y al cual el 95,1% de los encuestados respondieron que es viable y el 4,9% que no es viable. (Gráfica 8)

Gráfico 8:

Pregunta, viabilidad de la plataforma

¿ Cree que es viable crear esta plataforma ?

61 respuestas



Nota: Encuesta de elaboración propia y realizada mediante Google Forms, mayo 2021.

8.2. Legal y económico.

Para la creación de una plataforma digital de este tipo se requiere de permisos y licencias legales para su correcta operación, estos productos se adquieren de manera sencilla y sus costos no son altos. Iniciar esta plataforma generaría los costos que se muestran en la tabla 1.

Tabla 1:

Costos para iniciar la plataforma.

Costos				
Item	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Total
Computador	Unica vez	3	\$ 1.422.000,00	\$ 4.266.000,00
Internet	Mensual	1	\$ 339.000,00	\$ 339.000,00
Muebles	Unica vez	3	\$ 519.800,00	\$ 1.559.400,00
Ingeniero en sistemas o diseñador web	Mensual	1	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00
Colaboradores	Mensual	2	\$ 1.200.000,00	\$ 2.400.000,00
Dominio	Anual	1	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00
Web hosting	Anual	1	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00
Certificado de seguridad	Anual	1	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00
Diseño y desarrollo web	Anual	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Sistema de gestion de contenido	Anual	1	0,00	\$ 0,00

Total costo \$ 11.408.400,00

Nota: Tabla con los ítems que son necesarios para la realización del proyecto. Elaboración propia.

Estos Ítems son necesarios para llevar a cabo el inicio de la plataforma. Los computadores, el internet y los muebles de oficina se necesitan para tener herramientas para laborar además de tener un ambiente laboral agradable y saludable, puesto que los colaboradores que trabajarán con ellos se sentirán cómodos y capaces aportar un trabajo eficaz y eficiente.

En cuanto al personal se necesitarán en principio 3 personas, la primera, un profesional en sistemas o diseño de plataformas digitales con experiencia en el sector y con las capacidades para crear, diseñar y ejecutar la plataforma. Las otras dos personas serán auxiliares, quienes estarán a cargo de la recolección de información, asistencia a los usuarios y programación de reuniones y asesorías entre expertos e interesados en estar en la plataforma.

Las licencias o componentes para administrar las plataformas digitales representan su carácter técnico, económico y legal; el nombre del dominio, el web hosting, certificado de seguridad, diseño y desarrollo de la página web y el sistema de gestión de contenido son los principales elementos para la gestión de una plataforma digital, estos brindan su reconocimiento y lugar en internet, el poder tener un almacenamiento en línea, vigilar la veracidad de las acciones,

publicaciones y contenido, crear la imagen de la plataforma y administrar de la mejor manera el contenido estará en la web.

8.2.1. Nombre de dominio.

El dominio sería el nombre único y exclusivo que se le asigna a tu página web en Internet. Sería algo así como el equivalente de la matrícula de tu coche, pero aplicado a tu página web el funcionamiento a nivel técnico es algo más complejo que eso, ya que lo que realmente se encuentra tras un nombre de dominio es una dirección a un servidor DNS (de las siglas en inglés de Sistema de Nombres de Dominio), que a su vez enlaza con la dirección IP del ordenador en el que están alojados los archivos que forman tu página web, creando así un nexo de unión entre el nombre de dominio que los usuarios escriben en su navegador para encontrarte y tu página web (Andres, 2014)

8.2.2. Web hosting.

Un hosting es un servicio en línea que te permite publicar un sitio o aplicación web en Internet. Cuando te registras en un servicio de alojamiento, básicamente alquilas un espacio en un servidor donde puedes almacenar todos los archivos y datos necesarios para que tu sitio web funcione correctamente. En este artículo aprenderás todos los detalles sobre qué es un hosting. (Gustavo B, 2021)

8.2.3. Certificado de seguridad.

El certificado SSL es una especie de prueba de identidad para una página web. La Autoridad de Certificación (CA) que los otorga se encarga de examinar la identidad y

avala la veracidad de la información. Los certificados SSL se guardan en el servidor y se solicitan cada vez que un usuario visita una página web HTTPS. Existen diferentes tipos de certificados, diferenciados principalmente por el alcance de la autenticación que ofrecen. (IONOS, 2020)

8.2.4. Diseño y desarrollo web.

El diseño web abarca todo lo relacionado con la apariencia de la web, principalmente con la estética y la experiencia del usuario [...] En cuanto al desarrollo web se encarga de las funciones y características de tu web, todo aquello que está relacionado con la programación; base de datos, registros, gestión de contenidos etc. (TREYDIGITAL, s.f.)

8.2.5. Sistema de gestión de contenido.

Esos sistemas tienen el objetivo principal de facilitar tanto la creación como la edición de los elementos de una página a partir de una interfaz visual, sin que el creador del contenido necesite entender sobre lenguaje de programación. Es decir, no necesitas ser un desarrollador o desarrollador para colocar tu página en el aire, ya que el CMS automatiza varias funciones para ti, como incluir imágenes, audios, vídeos y documentos en tu contenido. (Hotmart, 2019)

9. CONCLUSIONES

- A la comunidad uconiana le interesa la idea de crear una plataforma que muestre y apoye a sus emprendimientos.
- La página oficial de la Universidad Católica de Oriente es útil para la mayoría de sus usuarios, pero sigue existiendo un pequeño porcentaje de usuarios a quienes les parece poco útil al no encontrar cosas nuevas.
- En la UCO hay pocos proyectos encaminados a ejecutar un proyecto como estos, sin embargo, Innovamater busca reconocer a los emprendedores de la comunidad con metodologías diferentes a la planteada.
- La comunidad universitaria al encontrarse con una idea de estas propone ideas que se repiten acerca del contenido de esta, las más reiterativas son que tenga información completa de los emprendimientos, campañas y estrategias de promoción entre los usuarios de la plataforma y las asesorías para los emprendedores con sus negocios.
- Para los uconianos la idea es muy positiva, puesto que esto ayuda a tener una buena imagen de la universidad además de la colaboración que se les haría a los emprendedores que están intentando entrar a competir en los mercados.
- La propuesta es viable; en el ámbito social genera comentarios y respuestas positivas y de aprobación, también pidiendo que se implemente este modelo o similares para que los emprendedores de la comunidad universitaria salgan adelante con sus negocios. Desde el ámbito económico la creación de la plataforma representa costos bajos y fáciles de manejar sabiendo que la infraestructura física de la universidad puede ayudar a llevar estos costos hasta lo más mínimo. En cuanto a lo legal y técnico las diferentes licencias para el diseño y desarrollo de las plataformas cada vez son más seguras y confiables, así que una vez adquiridas se tendrá parámetros y herramientas para hacer que la metodología

de la página sea interesante acorde a lo que pide la comunidad de la Universidad Católica de Oriente.

10. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ballesteros, R. H. (s.f.). *Brnading, el arte de marcar corazones*. Ecoe ediciones.

Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño. (Agosto de 2020). *Acer(Análisis Comparativo Empresarial y Regional de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño)*. Obtenido de <https://www.ccoa.org.co/camara-y-region/crecimiento-regional>

Colprensa. (24 de 02 de 2020). *Vanguardia*. Obtenido de <https://www.vanguardia.com/tecnologia/el-80-de-los-colombianos-entraron-en-la-era-digital-CD2050747#:~:text=El%2027%25%20est%C3%A1n%20en%20nivel,hacen%20transacciones%20en%20la%20red.>

Confecamaras. (07 de 03 de 2019). *Confecamaras, red de camaras de comercio*. Obtenido de <http://www.confecamaras.org.co/noticias/683-el-1-de-abril-vence-el-plazo-para-renovar-la-matricula-mercantil>

Confecamaras. (2020). *Dinámica de la creación de empresas en Colombia*. Obtenido de http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Analisis_Economicos/Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20_%20Ene-Jun%202020_Final.pdf

DANE. (2020). *Medición de empleo informal y seguridad social*. Bogota D.C.

DINERO. (28 de 09 de 2017). *DINERO*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/emprendimientos-digitales-destacados-en-colombia/250439>

DINERO. (12 de 03 de 2019). *Dinero*. Recuperado el 2020, de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/como-emprenden-los-universitarios-en-colombia/279531>

Garcia, I. (01 de 12 de 2017). *Economia simple*. Recuperado el 2020, de <https://www.economiasimple.net/glosario/branding>

- Jordon, M. (10 de 09 de 2010). *Foro Marketing*. Recuperado el 2020, de <https://www.foromarketing.com/el-branding-en-internet-nueva-necesidad-de-las-empresas/>
- Kont, J. (2012). *ILB*. Obtenido de <https://ilifebelt.com/marketing-online/2010/09/>
- Moraño, X. (04 de 10 de 2010). *marketing y consumo*. Recuperado el 2020, de <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html#:~:text=En%20marketing%2C%20llamamos%20posicionamiento%20a,y%20respecto%20a%20la%20competencia.>
- Roldan, A. V., & Ceballos Uribe, S. (15 de 08 de 2018). *Colombia más positiva*. Obtenido de <http://colombiamaspositiva.com/sin-categoria/innovamater-centro-de-innovacion-y-emprendimiento-para-el-orient-antioqueno.html>
- UCO. (2020). *Universidad Catolica de Oriente* . Obtenido de <https://www.uco.edu.co/innovamater/CIET/Paginas/servicios.aspx>
- Valencia, B. A. (s.f.). *Aproximación prescriptiva al análisis de factibilidad*.
- Vilardi, R. (16 de 05 de 2016). *we are marketing*. Recuperado el 2020, de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/branding-digital-y-la-importancia-del-diseno-de-tu-negocio-online.html#:~:text=El%20branding%20de%20una%20empresa,en%20la%20mente%20del%20usuario.>
- Andres, R. (2014). *Computerhoy*. Obtenido de Computerhoy: <https://computerhoy.com/noticias/internet/que-es-que-sirve-dominio-tu-pagina-web-22007>

CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA. (2021). Obtenido de

<https://www.camaramedellin.com.co/quiero-un-servicio-para-mi-empresa/consultoria/conexion-3e>

Cámara Valencia. (2016). *Tecnología para los negocios*. Obtenido de

<https://ticnegocios.camaravalencia.com/servicios/tendencias/tendencias-del-comercio-electronico-hacia-donde-vamos/>

Comfecámaras. (04 de 2021). *Comfecámaras, red de camaras de comercio*. Obtenido de

<https://www.confecamaras.org.co/noticias/786-en-primer-trimestre-de-2021-aumento-9-3-la-creacion-de-empresas-en-colombia>

Gustavo B. (04 de 06 de 2021). *Hostinger tutoriales*. Obtenido de Hostinger tutoriales:

<https://www.hostinger.co/tutoriales/que-es-un-hosting>

Hotmart. (11 de 04 de 2019). *Hotmart*. Obtenido de Hotmart:

<https://blog.hotmart.com/es/sistema-de-gestion-de-contenidos/>

IONOS. (24 de 03 de 2020). *IONOS*. Obtenido de IONOS:

<https://www.ionos.es/digitalguide/paginas-web/creacion-de-paginas-web/certificados-ssl-y-https-maxima-seguridad-para-tu-web/>

Lopez-Quesada, A. (04 de 03 de 2013). *Conexionesan*. Obtenido de

<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/03/04/importancia-mundo-digital-ventas/>

Ramirez, D. (04 de 2021). Oriente emprende. (S. A.-Y. Marín, Entrevistador)

TREYDIGITAL. (s.f.). *TREYDIGITAL*. Obtenido de <https://treydigital.com/disenio-y-desarrollo-web/>

Vega, L. V. (10 de 2020). *La republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/los-ingresos-de-ventas-digitales-en-colombia-crecieron-130-durante-los-meses-de-pandemia-3089977>

11. ANEXOS

PLATAFORMA VIRTUAL PARA EMPRENDEDORES UCONIANOS.

Somos estudiantes de la Universidad Católica de Oriente y en la búsqueda de realizar nuestro trabajo de grado queremos plantear un plan de viabilidad de una plataforma digital para el reconocimiento de los emprendimientos de los estudiantes, egresados, profesores y comunidad de la Universidad Católica de Oriente.

Con la siguiente encuesta nos ayudará a obtener datos y estadísticas para sacar conclusiones con nuestro trabajo.

Muchas gracias.

-Yovanny Marín Agudelo / Santiago Arbeláez Gonzales

***Obligatorio**

Imagen prototipo.



1. ¿Se siente identificad@ con el nombre "UCOemprende"?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

2. ¿Le interesa la idea de crear una plataforma virtual para dar a conocer y asesorar los emprendimientos de la comunidad Uconiana?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

3. ¿Se siente identificad@ con la idea?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

4. La pagina web de la universidad ¿le ha sido útil con sus necesidades académicas, sociales, laborales y con otros servicios necesarios?

Marca solo un óvalo.

1 2 3

5. ¿Conoce algún otro proyecto relacionado a los emprendimientos y su reconocimiento en la UCO?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

6. Si su respuesta anterior fue si, ¿cuál conoce?

7. ¿Qué contenido o servicios le gustaría que tuviera la pagina para los emprendedores de la UCO?

8. Como parte de la comunidad Uconiana ¿Se siente apoyad@ con sus proyectos empresariales en la UCO?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

9. ¿Qué opina de la idea de crear esta plataforma para la comunidad Uconiana?

10. ¿Es emprendedor o tiene un negocio en el Oriente Antioqueño? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

11. ¿Cree que es viable crear esta plataforma ? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

12. ¿Qué rol cumple en la Universidad Católica de Oriente? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Estudiante
 Administrativo
 Egresado
 Docente
 Otro

Entrevista con creador de Oriente emprende.

S & Y: Santiago Y Yovanny (Entrevistadores)

D: David Ramírez (Entrevistado)

S & Y: ¿Cómo se crea Oriente emprende?

D: Oriente emprende se creó con la necesidad que tienen las personas de vincularse a la virtualidad, ciudadanos quieren emprender y no tienen ese acceso a la virtualidad y la idea con esta es llegar a más personas a través de la virtualidad.

S & Y: ¿Qué tipos de emprendimientos y cómo se verifica la reputación de las empresas?

D: *Todo tipo de emprendimientos, se verifica con la muestra del producto, si venden camisetas y tienen un perfil se verifica mandando un producto o mostrando evidencias para verificar con clientes, también se hace un análisis de la empresa, se estudia la empresa y su trayectoria.*

S & Y: ¿Cuál es el reto de Oriente emprende?

D: *Que sea conocido por el gobierno, por ejemplo, en Rionegro ya se consiguió reconocido por la alcaldía quien es quien sabe las necesidades de las personas, estadísticas, negocios, emprendimientos, pago de impuestos, la alcaldía de Rionegro ha sido un excelente aliado. También Que la empresa se dé a conocer a través de medios digitales, aceptar el modelo negocio que este se esté efectuando.*

S & Y: ¿Que se espera obtener con Oriente emprende?

D: *Oriente emprende actual y a futuro, sin beneficio monetario, aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera profesional y obtener un beneficio social, cubrir sus propios beneficios y ganar reconocimiento. Compartir conocimientos.*

¿Desde el punto de vista de estudiante uconiano, cómo le parece la idea?

muy bien, la universidad es una etapa de necesidades y experiencias, adquirir beneficios económicos, ayuda a los estudiantes, pero hay que reconocer que hay competidores. En el

momento conozco de un trabajo de grado que es sobre un Aplicativo para ingresar los emprendimientos.

S & Y: ¿Cómo creador de Oriente emprende, como le parece la idea?

D: Muy bueno porque busca ayudar a los demás, es un público universitario, administrativo, y se quiere llegar más lejos con sus emprendimientos, es un mundo donde hay mucha competencia, pero se tienen que buscar socios y hacer un análisis importante de la competencia más que todo informal o páginas web.

S & Y: ¿Para usted es viable el proyecto?

Si es viable, como estudiante sé que es buena para una vida social en la universidad, en donde los expertos y los que apenas comienzan pueden unir ideas, compartirlas y ayudarse. También pienso que esto le daría Renombre a la universidad y sería muy atractivo para un estudiante que tiene su emprendimiento y que busca un alma mater tener la oportunidad de crecer con ambas, la universidad se volvería reconocida.

Me gusta mucho la idea de los estudiantes de la UCO, también se puede crear una comunidad más enfocada.

S & Y: ¿Qué recomendación le da al proyecto?

D: Hacer una feria o una campaña publicitaria, registrar nombre, emprendimientos y segmentos, se puede lograr la identificación a través de la red social de la UCO, grupos de publicidad del oriente antioqueño. Hacer estudio de la acogida que puede tener la comunidad, tener en cuenta que cada cosa que hace la página es un costo que tiene en el bolsillo, analizar si es viable que se haga de manera gratuita o paga, cargar fotos, contratos y todo. También se necesita de personal, lo que equivale dinero pero que bueno sería que si no es gratis fuera económico el ingreso a la plataforma.