

**ESTRUCTURACIÓN DE SERVICIO “APRENDIZAJE PARA LA VIDA” EN LA
RUTA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO**



VALERIA BAZANTE LOPEZ

INFORME FINAL PRÁCTICA PROFESIONAL

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2021**

**ESTRUCTURACIÓN DE SERVICIO “APRENDIZAJE PARA LA VIDA” EN LA
RUTA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO**



VALERIA BAZANTE LOPEZ

INFORME FINAL PRÁCTICA PROFESIONAL

**Director académico:
HENRY RAMIREZ PARUMA
MAG.**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2021**

DEDICATORIA

Voy a dedicar el siguiente trabajo a todas aquellas personas que han sido parte de este proceso, como lo son mi familia, amigos y sobre todo profesores y en especial a mi Papá quien ha sido mi inspiración y apoyo, aunque no es encuentre físicamente conmigo, que han estado constantemente apoyándome y guiándome, para que pueda dar lo mejor de mí y poder crecer constantemente en el ámbito personal y profesional.

AGRADECIMIENTOS

Quisiera expresar mi agradecimiento a mi familia quienes han sido de gran apoyo y base para poder continuar en cada uno de los obstáculos que se pudieran presentar, gracias a ellos porque en cada momento confiaron en mí, en todas mis expectativas y sueños. También quiero agradecer a la Universidad del Cauca, a todos mis profesores, a los directivos y personas con las que pude relacionarme dentro de la universidad, ya que de cada una de ellas pude aprender y crecer día a día.

Finalmente, pero no menos importante, quiero agradecer a cada uno de mis profesores de la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, al máster Henry Ramírez Paruma, tutor de mi trabajo de grado, quien ha guiado este trabajo con toda la paciencia, y rectitud como docente.

VALERIA

ABSTRACT

En esta práctica profesional se buscó estructurar un nuevo servicio en la Ruta de Innovación y Emprendimiento adjunta al Programa de Administración de Empresas (PAE), de la Facultad de Ciencias, Contables, Económicas y Administrativas (FCCEA) de la Universidad del Cauca, en donde se pretende que el programa pueda en un futuro ofrecer dentro de sus servicios el: “aprendizaje para la vida”, y en donde se organizó la información principal para crear un artículo investigativo.

Por otro lado, dentro de esta práctica se apoyó y dio continuidad a los proyectos que se han venido desarrollando dentro de la RIE y como aporte al programa se creó un Manual de Imagen para la RIE, el cual apoyara y ayudara a crear una personalidad a la marca, por otro lado cabe resaltar que se creó una campaña educativa dentro de la RIE a través de sus redes sociales, esto gracias a que esto apoya y se relaciona con el tema de la práctica “aprendizaje para la vida” y además ayuda a consolidar a la RIE en la sociedad.

Finalmente se puede concluir dentro de esta práctica que el primer paso para realizar una unidad que se encargue del aprendizaje para la vida dentro de la Universidad es poder generar un artículo investigativo el cual se encargue de sustentar todo el trabajo que se piensa realizar en el futuro, y además aprovechar la oportunidad de crear un artículo en un tema que esta actualizado pero que no existe mucha información y el tema es nuevo en el cambio investigativo en Colombia.

Palabras clave: aprendizaje para la vida, investigación, formación, asesoría, innovación.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
1. Planteamiento del problema.....	3
2. Definición del problema	4
3. Justificación	5
4. Objetivos	6
4.1. Objetivo General.....	6
4.2. Objetivos Específicos.	6
CAPITULO II CONTEXTUALIZACION TEORICA.....	7
5. Marco conceptual y teórico.....	7
5.1. Aprendizaje para la vida.	7
5.2. Definición de emprendimiento.	8
5.3. Definición de emprendedor.	10
5.4. Bussiness Model Canvas.	11
5.5. Diagnostico estratégico.....	12
5.6. Análisis estratégico interno.	13
5.7. Análisis estratégico externo.....	13
5.8. Manual de imagen e identidad corporativa.....	14
5.9. Publicidad digital.....	16
5.10. Redes Sociales.	17

6. Marco Referencial.....	18
6.1. Nombre de la Organización.....	18
6.2. Ubicación.....	18
6.3. Aspectos generales de la Organización.	18
6.4. Área o dependencia.	18
7. Marco Legal.....	19
CAPITULO III CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA	22
8. Metodología.....	22
9. Contribución del trabajo	24
10. Resultados esperados	25
CAPITULO IV DESARROLLO DEL TRABAJO.....	26
11. Desarrollo de las actividades realizadas en la práctica profesional	26
11.1. Estructurar un nuevo servicio dentro de la RIE sobre el aprendizaje para la vida. 26	
11.1.1. Bussiness Model Canvas.....	26
11.1.2. Diagnostico Estratégico.	29
11.1.3. Análisis Estratégico.	31
11.2. Crear un programa dentro de la RIE sobre el aprendizaje para la vida.	35
11.3. Generar herramientas prácticas de la administración en los programas desarrollados.....	37
11.3.1. Manual de Imagen.....	38

11.4 Realizar todas las actividades planeadas referentes con la Ruta de la Innovación y el Emprendimiento RIE.....	49
11.3.2. La campaña.....	50
12. LECCIONES APRENDIDAS.....	62
13. CONCLUSIONES	64
14. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	66
15. ANEXOS.....	68

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Logotipo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento	39
Figura 2 Recomendación de logotipo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento.....	39
Figura 3 Modulación del logo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento.....	40
Figura 4 Área de protección del logo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento	41
Figura 5 Colores corporativos de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento	41
Figura 6 Tamaños mínimos de reproducción del logo de la RIE.....	42
Figura 7 Fuente principal de la RIE	43
Figura 8 Fuente secundario de la RIE.....	43
Figura 9 Fuente terciaria de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento	44
Figura 10 Logos en diferentes fondos de la RIE 1	45
Figura 11 Logos en diferentes fondos de la RIE 2	45
Figura 12 Malos usos del logo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento 1	46
Figura 13 Malos usos del logo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento 2	47
Figura 14 Ideas artículos publicitarios para la RIE 1	47
Figura 15 Ideas artículos publicitarios para la RIE 2.....	48
Figura 16 Ideas artículos publicitarios para la RIE 3.....	48
Figura 17 Ideas artículos publicitarios para la RIE 4.....	48
Figura 18 Ideas artículos publicitarios para la RIE 5.....	49

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Bussiness Model Canvas Aprendizaje para la vida.....	28
Tabla 2 Matriz DOFA.....	29
Tabla 3 Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI).....	32
Tabla 4 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).	34

Tabla 5 Reuniones para creación de artículo investigativo	36
Tabla 6 Plan de campaña de medios de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento.....	51
Tabla 7 Reuniones dentro de la RIE.....	61

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Documento sobre el Aprendizaje para la vida.....	68
Anexo 2 Reuniones virtuales.....	70
Anexo 3 Evidencia del planteamiento del problema del artículo sobre credenciales alternativas.....	76
Anexo 4 Parte del estado del arte para artículo investigativo sobre el aprendizaje para la vida	77
Anexo 5 Manual de Imagen de la RIE	77
Anexo 6 Diseño de las piezas publicitarias para la campaña de la RIE	79
Anexo 7 Piezas publicitarias de la campaña para la RIE	80
Anexo 8 Interacción en redes con las piezas de la campaña de la RIE	82
Anexo 9 Estadísticas de Instagram de la primera semana de la campaña	83
Anexo 10 Estadísticas de Instagram en el último mes de la RIE.....	84
Anexo 11 Pantallazo de correo de diapositivas para evento que la RIE participó.....	85

INTRODUCCIÓN

Vivimos un entorno en donde las diferentes organizaciones y emprendimientos requieren de conocimientos muy específicos los cuales son vitales a la hora de tener éxito en sus actividades, el problema radica en que este conocimiento no se encuentra al alcance de las personas que están trabajando en la actualidad ya que tal conocimiento está en las diferentes carreras y programas académicos de las diferentes instituciones de educación y los emprendedores y trabajadores no están dispuestos o no tienen el tiempo necesario para cursar los programas completos, sabiendo que ellos requieren de un conocimiento específico.

De igual manera, en la actualidad dentro de las diferentes MiPymes y empresas en el entorno, requieren de formación específica de sus colaboradores para el desarrollo normal de sus actividades y esta formación no se consigue con facilidad, o las empresas no son capaces de generar los cursos o talleres bien estructurados con el conocimiento en específico que ellas requieren. Con lo anterior las pequeñas empresas empiezan a tener una brecha de desventaja frente a las grandes industrias, las cuales podrían llevar en el futuro a la quiebra de estas.

Considerando que en el Cauca son muy pocas las grandes empresas que hay y que la economía se basa de las pequeñas empresas y de los diferentes emprendimientos que se crean, hay una gran necesidad de formación y capacitación en habilidades o conocimientos específicos los cuales no está siendo atendido y que puede llegar a afectar la economía regional. Frente a esta problemática presentada en nuestro entorno, la universidad como ente dentro de la sociedad encargado de la formación y capacitación y con su objetivo de proyección social, encuentra ahí una oportunidad para cumplir con sus objetivos y poder asesorar y capacitar a las personas que lo necesiten.

El propósito esencial de este trabajo es poder suplir todas esa necesidad de formación y conocimiento sobre aquellas habilidades o competencias requeridas en las empresas de la región y generar desde la RIE un programa sobre aprendizaje para la vida, en donde se pueda impactar la comunidad universitaria y la sociedad en general como parte de la proyección social de la universidad, esto se realizara por medio de un taller sobre elaboración de proyectos y la estructuración de la misma unidad o nuevo servicio en la RIE.

CAPITULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

Para el primer capítulo del presente trabajo, se va a dar a conocer la naturaleza del trabajo que se realizara dentro de la práctica profesional llamado: “ESTRUCTURACIÓN DE SERVICIO “APRENDIZAJE PARA LA VIDA” EN LA RUTA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO”; primero se mostrará el planteamiento y definición de un problema previamente analizado, se continuara con su respectiva justificación argumentada y por último se presentan los objetivos de la práctica profesional.

1. Planteamiento del problema

En la actualidad todas las empresas y emprendedores requieren de conocimientos y habilidades específicas para el desarrollo correcto de sus actividades, para esto es necesario que los mismos tengan la oportunidad de encontrar en un lugar la opción de formación en esas competencias específicas para que las mismas puedan sobrevivir y así movilizar la economía regional.

Estas competencias no se encuentran en la actualidad de manera específica por ninguna institución de educación, ya que los mismos tienen programas completos, los cuales los emprendedores si los hicieran llevarían de mucho el tiempo para poder conseguir la formación específica que requieren y cuando lo tengan, es probable que la empresa o emprendimiento ya no lo necesite o en el peor de los casos haya cerrado.

Por otro lado, los diferentes programas y pénsum presentados por las diferentes instituciones de educación son programas estáticos los cuales para que existan cambios requieren de procesos largos y complicados, mientras que en el entorno tan versátil en el que

se encuentran las pequeñas empresas, las cuales requieren de formación y capacitación, que se adapte a sus necesidades y que además puedan ser flexibles para que se puedan adaptar al entorno y las necesidades de ellas.

Con todo lo que se ha venido desarrollando, es necesario que se cree en alguna institución un servicio o programa que se encargue de la capacitación y formación de habilidades específicas del entorno empresarial, las cuales sean flexibles y actualizadas y que estén al alcance de las empresas y emprendedores que lo requieran, para así poder apoyar la economía regional y generar un efecto positivo en la región y el país

Finalmente, con todo lo anterior se crea una necesidad de capacitación y asesoramiento de competencias específicas del contexto empresarial de la región, y la Universidad como ente encargado de la formación y educación de la región, se hace el lugar propicio para dar la solución a esta necesidad, por eso desde la RIE se va a estructurar un nuevo servicio encargado de la asesoría y capacitación de competencias y habilidades específicas para la comunidad en general: “aprendizaje para la vida”.

2. Definición del problema

Según Letourneau (2007), plantear un problema consiste en elegir una manera de abordar un tema de investigación, en adoptar y delimitar una perspectiva a partir de la cual uno pueda acercarse y comprender un tema de estudio. Con lo anterior se define a continuación el problema:

“Inadecuada formación y capacitación de la comunidad sobre conceptos y habilidades específicas en el contexto empresarial”

3. Justificación

Siendo la Universidad del Cauca una institución encargada de la formación y capacitación a nivel regional y nacional, y teniendo en cuenta que dentro de sus obligaciones está el promover y fomentar una cultura emprendedora dentro y fuera de ella, como proyección social; según los lineamientos de la Ley 1014 de 2006 “Fomento a la Cultura del Emprendimiento”. En donde se busca la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; se puede concluir que la actividad formativa presente en la universidad debe estar dada con un enfoque hacia una cultura de emprendimiento, en donde se dé solución a la falta de cursos o talleres que apoyen a los emprendimientos y emprendedores.

Con lo anterior, se busca que desde la universidad se creen programas los cuales sean útiles tanto para la comunidad universitaria como para la región para la formación y capacitación de emprendedores con cultura emprendedora y además con conocimientos específicos necesarios para el buen desarrollo de las actividades propias de su quehacer como emprendedores, para que así la comunidad en la región tengan un buen desarrollo y que en un futuro esas pequeñas empresas se puedan convertir en generadoras de empleos y que así generen desarrollo para la región y el país.

Aunque esto se debería estar dando desde la universidad, a la hora de analizar el entorno se puede ver que la comunidad en general no cuenta con conocimientos específicos o que muchas veces tiene fallas por la razón anterior y que muchas buenas ideas que se generan en la ciudad se pierden o fracasan por falta de asesoría o capacitación en competencias que se encuentran dentro de la universidad. Por lo tanto, se busca que, desde este trabajo de grado, se pueda estructurar dentro de la RIE un nuevo servicio que este encargado en la asesoría y

capacitación de la comunidad en general sobre habilidades específicas del contexto empresarial, con el fin de dar cumplimiento a lo anteriormente mencionado.

4. Objetivos

4.1.Objetivo General.

Crear un nuevo servicio para la Ruta de Innovación y Emprendimiento RIE, enfocado en aprendizaje para la vida.

4.2.Objetivos Específicos.

- Estructurar un nuevo servicio dentro de la RIE sobre el aprendizaje para la vida.
- Crear un programa dentro de la RIE sobre el aprendizaje para la vida.
- Generar herramientas prácticas de la administración en los programas desarrollados.
- Realizar todas las actividades planeadas referentes con la Ruta de la Innovación y el Emprendimiento RIE.

CAPITULO II

CONTEXTUALIZACION TEORICA

Para este capítulo se desarrolla el marco teórico, en donde se muestran los diferentes conceptos y teorías que son el fundamento para el desarrollo del presente trabajo. A continuación, se muestra el marco referencial, el cual hace posible la elaboración del marco contextual, y finalmente se presenta el marco legal, que es en donde se encuentran todas las provisiones regulatorias y leyes.

5. Marco conceptual y teórico

A continuación, se presentarán las diferentes teorías y conceptos que apoyan y son guía del desarrollo del mismo trabajo:

5.1. Aprendizaje para la vida.

La base del presente trabajo es el aprendizaje para la vida, el cual es un concepto muy nuevo el cual no ha sido definido con exactitud, uno de los autores que hablan sobre el aprendizaje para la vida o también conocidas como “credenciales alternativas”. “La credencialización alternativa se refiere a aquellas competencias, habilidades y resultados de aprendizaje que derivan de actividades no relacionadas con un título profesional o grado; se basan en la evaluación y se alinean con las necesidades específicas y oportunas de la fuerza de trabajo.” (García-Bulle, 2019).

A continuación, se presentará una posible definición de lo que es el aprendizaje para la vida o credenciales alternativas, tratando de describir como este tipo de formación es diferente al tradicional.

Mi sueño es de verdad crear un sistema educativo muy modular, donde en un nivel de pregrado y posgrado los aprendices puedan tomar credenciales modulares, como micro licenciaturas que puedan estar a nivel de pregrado o a nivel de maestría en el nivel de posgrado. Los estudiantes podrán tomar estas credenciales como bloques de LEGO, podrán tomarlos y apilarlos hasta que sean grados completos. Yo creo que ellos también podrán hacer micro licenciaturas y micro maestrías de varias universidades, y crear un módulo educativo en red donde obtengan grados de universidades. Claro, pero estos módulos vendrán de diferentes universidades y podrán sintetizar sus propios grados y completar sus títulos. Será de muy bajo costo y todos podrán acceder a este tipo de educación. (Observatorio de Innovación Educativa, 2020, 13m46s).

Finalmente, se hace la distinción entre credencial alternativa a las tradicionales como lo son las carreras universitarias o tecnológicas.

Bueno, si se piensa en la categoría de credenciales alternativas o micro credenciales en comparación con un título, son dos categorías diferentes. La propuesta de valor real para las credenciales alternativas es que tienden a ser más específicas y están más enfocadas. Por definición, son más cortas y están dirigidas. Por lo tanto, éstas le demuestran a un empleador que se tiene una especialización, que realmente dominaste algo específico. En comparación con los títulos que tienden a ser amplios y no sabes muy a menudo en qué medida se aprendió algún tema. (Observatorio de Innovación Educativa, 2019, 8m13s).

5.2. Definición de emprendimiento.

Considerando que a las empresas que les interesa o requieren de la capacitación y formación son todas aquellas pequeñas empresas y todos los nuevos emprendimientos se hace necesario dar su definición. Para esto traemos a colación a Joseph Alois Schumpeter (1883-

1950), ya que fue el primer economista importante que retomó el concepto de emprendimiento de Cantillon y Say, en su libro “La Teoría de la Dinámica Económica” (1911). Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios “destrucción creativa” (Drucker, 1985).

De igual manera, es relevante hablar de Jhon Stuart Mill (1806-1873), quien fue un economista que escribió “Los principios de Economía Política”, uno de los libros de economía más leído, después de la “Riqueza de las Naciones de A. Smith” (1776). Mill resaltó la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico. En donde él expresó que el desarrollo del “entrepreneurship” requiere de habilidades no comunes y lamentó la inexistencia de una palabra en el idioma inglés que tuviese el mismo significado que el término “entrepreneur” en francés (Burnett, 2000).

En suma, el profesor de economía de las universidades Cambridge y Oxford Alfred Marshall (1842-1924) y uno de los más destacados economistas después de Smith; en sus “Principios de Economía Política” (1880) registró por primera vez la necesidad del “entrepreneurship” para llevar a cabo la actividad productiva. Él es quien introduce el concepto de que los factores de producción no son tres, sino cuatro, a los factores tradicionales: tierra, trabajo y capital, le agregó: la organización, y la definió como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Él creyó que el entrepreneurship es el elemento que está detrás de la organización, manejándola. Y estableció que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa. Por otra parte, al igual que Mill, aseguró que los entrepreneurs poseen muchas habilidades especiales y que son pocas las personas que pueden

definirse de esa manera. Sin embargo, reconoce que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades (Burnett, 2000)

5.3. Definición de emprendedor.

Junto con lo anterior cabe resaltar que la persona la cual va a recibir la formación es el emprendedor quien es el que en su empresa realiza la mayoría de las actividades, a continuación, se va a definir; así tenemos que Richard Cantillon, quien fue un economista (irlandés-francés) escribió el libro “*Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General*” (1775) y fue quien escribió por primera vez, en la literatura del siglo XVIII, el término “*entrepreneur*”. Con su aporte se pudo dar un inicio a poder entender el concepto de emprendedor y su importancia para la economía (Castillo, 1999).

Cantillon define al “*entrepreneur*” como el “*agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto*”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).

Dentro de las diferentes definiciones y primeros autores que hablaron sobre el “*emprendedor*” tenemos a Juan Bautista Say (1767-1832), quien fue el fundador de la escuela clásica francesa y además fue uno de los discípulos de Adam Smith. En 1803 publicó su obra llamada “*Tratado de Economía Política*”; gracias a su experiencia en negocios, utilizó en su libro el término “*entrepreneur*”, diferenciando entre: el capitalista y quien combina la tierra, la mano de obra y el capital en empresas de negocios. Say definió el “*entrepreneur*” como un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Say resalta el hecho de que

el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para la toda la sociedad. Por último, cabe resaltar que este autor asevera que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente existan individuos dedicados al arte o a la ciencia. (Ferguson, 1948).

5.4. Bussiness Model Canvas.

A continuación, vamos a explicar lo que es el modelo CANVA:

El Modelo Canvas, fue creado con el fin de establecer una relación lógica entre cada uno de los componentes de la organización y todos los factores que influyen para que tenga o no éxito. A través de un “lienzo” se detalla desde la idea de negocios, hasta los diferentes factores que influirán en ella al momento de ponerla en marcha.

El fundamento de este modelo es básicamente probar que es una idea eficaz y mediante el establecimiento de todas las características determinar que, si no hay material sustentado para rellenar el diagrama, la idea pierde factibilidad. (Ferreira- Herrera, D. C, 2015, pp 2).

Es una herramienta para el análisis de ideas de negocio, desarrollada por el consultor suizo Alexander Osterwalder, en el 2004, en su tesis doctoral. Es un método que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor (Osterwalder, 2004).

Según Osterwalder, “incluso para una publicación independiente de un libro se puede pensar en un nuevo modelo de negocio que funcione” (Osterwalder, 2004, p. 36). Se puede entonces resumir que Canvas es un lienzo que permite la rápida evaluación de una idea. Se compone de nueve bloques:

- Segmentos de mercado: Toda empresa tiene o abarca uno o varios segmentos del mercado. Con lo anterior se hace necesario poder segmentar a los mismos para conocer el nicho y oportunidades del negocio.
- Propuestas de valor: La finalidad es poder resolver el problema del cliente y conseguir definir los diferenciadores de la competencia. Cabe resaltar, que es de suma importancia que se relacione la propuesta de valor y el segmento de clientes.
- Canales: ¿Es la manera de cómo se comunica la empresa con los segmentos para entregar valor? Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.
- Relaciones con clientes: Todas las relaciones con los clientes se realizan y mantienen por medio de los diferentes segmentos de mercado.
- Fuentes de ingresos: Las fuentes de ingresos se pueden entender o generar cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas.
- Recursos clave: Reconocer todos aquellos activos o recursos importantes que se necesitan como piezas imprescindibles en la idea empresarial.
- Actividades clave: es necesario hacerse la pregunta: ¿Qué es lo fundamental para que el modelo funcione?
- Asociaciones clave: Es necesario definir las estrategias de networking con potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes.
- Estructura de costes: Son aquellos elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes.

5.5. Diagnóstico estratégico.

El diagnóstico estratégico es el resultado de un minucioso análisis que involucra, tanto a aspectos propios de la organización como situaciones externas a ella. Serna (2010), define el diagnóstico estratégico como “el análisis de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades de la misma” (p.62).

En este diagnóstico la MATRIZ DOFA (Debilidades, Oportunidades Fortalezas Amenazas) es una herramienta de suma importancia y valor para cualquier estructuración de alguna organización ya que “permitirá a la organización definir y aprovechar sus fortalezas, revisar y prevenir oportunamente el efecto de las debilidades y anticiparse para aprovechar sus oportunidades y prevenir oportunamente el efecto de las amenazas” (Serna, 2010, p.62).

5.6. Análisis estratégico interno.

El análisis estratégico de acuerdo con Serna (2003) consiste en “el ejercicio de buscar diferentes caminos de cómo lograr los objetivos de una organización” (p.201). Este consta del desarrollo del análisis interno, externo y competitivo de la organización, las cuales son metodologías básicas que conllevan a determinar dichas alternativas estratégicas. Un análisis estratégico completo debe involucrar el análisis interno, externo.

Con respecto al análisis interno, Serna (2003) lo define como un proceso que se implementa para identificar las fortalezas y debilidades de la organización. Igualmente se utilizará la matriz de evaluación de factores internos (EFI) la cual es una herramienta para la formulación de estrategias que resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de la organización y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

5.7. Análisis estratégico externo.

Por otra parte, el análisis externo, Serna (2003) lo conceptualiza como un proceso para identificar las oportunidades o amenazas de la organización en el entorno. No cabe duda de que el éxito o fracaso del nuevo servicio que se pretende dar en la RIE sobre Aprendizaje para la vida está sujeto a la habilidad para enfrentar de manera oportuna y dinámica los cambios y sus influencias en las decisiones tomadas por los integrantes de este.

Finalmente, para realizar este proceso de análisis externo se hará a traves de una matriz de evaluación de factores externos (EFE), la cual Fred (2003) nos dice que “permite a los estrategas resumir y evaluar la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva” (p.110).

5.8. Manual de imagen e identidad corporativa.

Vamos a iniciar a hacer una descripción de lo que se puede entender como identidad corporativa, este ha sido usado en el ámbito empresarial para describir a la forma en que una compañía se muestra ante el mercado (clientes, publico, socios, colaboradores, competencia), así como en todas sus producciones, propiedades y actuaciones.

Una de las posibles definiciones que se le puede dar a la identidad corporativa según Mansilla & Massera (2009) dice que: es el conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de las demás entidades (p. 3).

Una posible forma de entenderlo podría ser que son los valores organizacionales que forman parte de la estructura social de la empresa, siendo el anterior un punto diferenciador de otras organizaciones, donde la apropiación de los objetivos de la compañía por parte de los empleados da cuenta de la identificación, relación y conocimiento positivo que se tiene

sobre la organización. De esta manera, la identidad corporativa puede entenderse y mostrarse en diferentes formas, lo más normal y fácil de reconocer son todos los medios de comunicación, el clima organizacional, las políticas internas, el diseño de programas para su público interno y la implementación de estos, entre otras.

Entendiendo la identidad corporativa según las definiciones anteriores como el conjunto de elementos cotidianos que conforman la personalidad de la organización y las características que una empresa se reconoce, incluyendo aquellos rasgos particulares como valores y creencia, se puede concluir que una organización necesita de una identidad corporativa para poder ser reconocido antes los públicos internos y externos, las cualidades que permiten distinguirla como única y diferente de las demás en las formas de hacer las cosas.

IMAGEN CORPORATIVA

Por otro lado, para poder entender el concepto de imagen corporativa se debe partir desde el punto y definición de la identidad de la organización, ya que ésta es el resultado de lo que la empresa es y quiere mostrar desde su interior al exterior. Siendo así, la imagen resulta ser fundamental para la percepción que tienen los públicos sobre todas las actividades que realiza la organización y, es por esto, que con ella se ayuda a reforzar el posicionamiento en el mercado.

La imagen corporativa es definida por Sánchez (2009) como “una representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo” (p. 20). Se puede entender entonces, que cada individuo

tiene una percepción particular y diferente de la empresa, esto gracias a los acercamientos que haya tenido con la misma organización.

Con lo anterior, se puede entender que la apreciación de la imagen corporativa depende de cada persona, por esa razón la idea que una persona tenga de una empresa puede ser diferente a otra, entendiendo también que esa percepción puede cambiar en el tiempo. De igual manera, es claro que la imagen corporativa es un activo intangible, pero de suma importancia para conseguir el éxito.

Finalmente, se puede entender con lo que se describió anteriormente que la imagen corporativa se expone en diversos elementos de la empresa como la marca o productos y todas aquellas percepciones o apreciaciones que pueda tener el público y los clientes en general.

5.9.Publicidad digital.

Ante la consolidación del internet como medio de comunicación, y ante su constante crecimiento de todos sus usuarios a nivel global, este se ha convertido en un mercado de suma importancia en el entorno publicitario. En el caso educativo, el internet se convierte en una plataforma clave para poder compartir y dar toda la información del caso, y se ha convertido en un canal directo con los usuarios, además de las ventajas competitivas que este puede generar.

Siendo así, la publicidad digital se convierte según Castello (2010) dice que, “las posibilidades de branding, segmentación de targets, generación de notoriedad con costes reducidos, canal de venta y fidelización, y creación de comunidades en torno a la marca, etc., hacen que Internet sea un medio cuanto menos, necesario en los planes estratégicos para las empresas.” (p. 55).

Castelló, también considera que sobre la publicidad presente en internet se ha escrito e investigado bastante, esto ya que tiene una alta capacidad de generar branding. Ahora entonces, es una herramienta muy útil en la publicidad ya que es una ventana para mostrarse hacia el público en general y además genera muchas herramientas de medición, y adicionalmente se presenta como soporte necesario para la construcción de una marca.

5.10.Redes Sociales.

Para Marín (2010) se puede definir a la red social como “Una plataforma o página web en Internet que crea una comunidad entre sus usuarios, los cuales se encuentran conectados entre sí e intercambian contenidos e información multimedia de manera instantánea, constante, virtual e interactivamente” (p. 55).

Hablando un poco sobre los inicios de las redes sociales, se puede decir que tuvieron un inicio en el año 1997. Algunas de las redes sociales más populares en Internet y de mayor impacto son Twitter y Facebook, grandes fuentes de difusión de mensajes. La primera se define como un modelo comunicativo caracterizado por la sencillez (Orihuela, 2011) de los 140 caracteres de sus mensajes —los cuales pueden producirse de manera instantánea—, y la libertad del usuario para publicar y seguir a las cuentas que desee.

En segundo lugar, Facebook es considerada la plataforma social más popular en el mundo con más de 850 millones de usuarios, de los cuales más de la mitad activos se conecta a diario. Esta red social ha llegado a ser una de las sedes de la vida interactiva en Internet, en esta red los usuarios navegan, buscan información, comparten y publican información, fomentando así las relaciones con familiares y amigos a través de mensajes y fotos, utilizando los juegos, así como las aplicaciones disponibles, etc.

6. Marco Referencial

6.1. Nombre de la Organización.

Universidad del Cauca

6.2. Ubicación.

Calle 5 # 4-70 Ciudad de Popayán, Cauca.

6.3. Aspectos generales de la Organización.

La Universidad del Cauca fue creada en Popayán el 24 de abril de 1827 mediante decreto dictado por el presidente de la República Francisco de Paula Santander, en desarrollo de la Ley del 18 de mayo de 1826. Se instaló el 11 de noviembre de 1827 y su nacionalización fue ratificada mediante la Ley 65 de 1964. Cuenta con una estructura Orgánica reglamentada mediante el Acuerdo N.º 0105 del 18 de diciembre de 1993 con sus respectivas modificaciones. Su lema es “Posteris lumen moriturus edat” que se traduce como “Quien ha de morir deje su luz a la posteridad”.

La Universidad del Cauca con el fin de poder impulsar todas aquellas iniciativas sobre emprendimiento, se creó la Ruta de Innovación y emprendimiento el cual cuenta con tres servicios que son: la formación en emprendimiento desde diferentes proyectos, consultoría de las ideas y planes de negocio de los estudiantes y comunidad empresarial y por último un proyecto de asesoría para los emprendedores locales. Estos servicios son prestados por un equipo de profesores y estudiantes de la institución desde la RIE.

6.4. Área o dependencia.

Ruta de Innovación y Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas (FCCEA) de la Universidad del Cauca, participe de la División de

Innovación, Emprendimiento y Articulación con el Entorno (DAE), y de la Unidad de Transferencia Tecnológica que apoya las actividades de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i), gestión del conocimiento y propiedad intelectual.

7. Marco Legal.

La normatividad vigente que está relacionada con la actividad educativa que desarrolla la Ruta de Innovación y Emprendimiento RIE de la FCCEA de la Universidad del Cauca y la cual se debe tener en cuenta para la puesta en marcha es la siguiente:

De acuerdo con la Ley 1014 del 2006,

Artículo 2°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto: a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley; b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas; c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas; d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo; e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin

de desarrollar la cultura de emprendimiento; f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas; g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo; h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clúster productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo; i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial; j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Capítulo III. Fomento de la cultura del emprendimiento

Artículo 12. Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento. Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

- a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos; b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia; c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo; d) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad.

Artículo 18. Actividades de Promoción. Con el fin de promover la cultura del emprendimiento y las nuevas iniciativas de negocios, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Programa Presidencial Colombia Joven y el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, darán prioridad a las siguientes actividades: 1. Feria de trabajo juvenil: Componente comercial y académico.

2. Microrred

de negocios para nuevos empresarios: Contactos entre oferentes y demandantes. 3. Macrorruedas de inversión para nuevos empresarios: Contactos entre proponentes e inversionistas y sistema financiero. 4. Concursos dirigidos a emprendedores sociales y de negocio (Ventures). 5. Concursos para facilitar el acceso al crédito o a fondos de capital semilla a aquellos proyectos sobresalientes. 6. Programas de cofinanciación para apoyo a programas de las unidades de emprendimiento y entidades de apoyo a la creación de empresas: Apoyo financiero para el desarrollo de programas de formación, promoción, asistencia técnica y asesoría, que ejecuten las Fundaciones, Cámaras de Comercio, Universidades, incubadoras de empresas y ONG. Parágrafo. Recursos. El Gobierno Nacional a través de las distintas entidades, las gobernaciones, las Alcaldías Municipales y Distritales, y las Áreas Metropolitanas, podrán presupuestar y destinar anualmente, los recursos necesarios para la realización de las actividades de promoción y de apoyo al emprendimiento de nuevas empresas innovadoras. Los recursos destinados por el municipio o distrito podrán incluir la promoción, organización y evaluación de las actividades, previa inclusión y aprobación en los Planes de Desarrollo.

CAPITULO III

CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA

Para el presente capítulo se mostrará la metodología con la cual se va a desarrollar el presente trabajo practico dentro de la RIE; en donde su objetivo es la estructuración de un nuevo servicio en la Ruta de Innovación y Emprendimiento sobre el aprendizaje para la vida; finalmente se mostrará la contribución del presente trabajo y los resultados que se esperaban con el mismo.

8. Metodología

Debido a la metodología con que se ha venido desarrollando las diferentes actividades y practicas dentro de la RIE, y debido a las necesidades que se presentan dentro de la misma se decide que el presente trabajo se realizara por medio de una metodología de:

“Administración por objetivos o A.P.O.R”, esta fue planteada por Peter Drucker, y es conocida de igual manera como: “Management by Objectives-MBO”, considerada como una herramienta básica de gestión. Con lo anterior y buscando una referencia teórica, en el artículo de García, (1983) expone que:

John W. Humble define así la A.P.O.R.: “Un sistema Dinámico que integra la necesidad que tiene una organización de alcanzar sus metas de rentabilidad y crecimiento con la necesidad que tiene el administrador de contribuir al desarrollo de la Empresa y a su desarrollo personal. Es un estilo administrativo exigente, pero compensador”. (p.37)

De igual manera dentro del mismo artículo, se llega a una conclusión y definición muy pertinente dentro de lo que se va a realizar en este trabajo, García, O. (1983) dice: “La AP.O.R. no se inicia fijando los “objetivos”, sino con la planeación estratégica. Este proceso

es necesario para determinar qué tipo de objetivos son compatibles con las finalidades, los puntos fuertes y los recursos de la organización”. (p,37).

También, se muestran cuáles son los beneficios que tiene trabajar por medio de esta metodología, en donde en el mismo artículo, del cual se ha venido trabajando, Gracia (1983) expone que:

- Efectividad en lugar de simple eficiencia. “El hacer las cosas apropiadas” además de hacerlas bien.
- Comunicaciones más eficientes y objetivas entre los niveles administrativos y entre los empleados y los gerentes.
- Un mecanismo mejorado para la planeación racional que haga énfasis en los puntos fuertes, al mismo tiempo que reconozca las debilidades, el ambiente competitivo y las necesidades de los clientes o “demandantes” para la organización.
- Un método más racional para evaluar y recompensar a los que contribuyen al éxito, basándose en el rendimiento y no en los rasgos de la personalidad.
- Una fuerza de trabajo generalmente más cohesiva e informada, en la que los individuos concentren sus esfuerzos en prioridades y metas comunes. (p,43-44).

Teniendo en cuenta que en este trabajo tiene como objetivo la estructuración de un nuevo servicio dentro de la RIE que se encargue de la asesoría y capacitación una nueva metodología de formación, en donde se busca crear una alianza entre universidad-empresa-estado, en el presente trabajo se van a tener las siguientes metodologías como base para poder completar y desarrollar este trabajo:

- Planeación estratégica: en donde se busca la formulación de una serie de actividades en cadena que tiene como objetivo alcanzar la visión trazada por las organizaciones.
- Metodologías ágiles: Por definición, se entienden como un sistema de gestión que se emplean para coordinar equipos y proyectos haciendo un uso eficiente del tiempo y los recursos, de una manera dinámica y precisa. Consisten en coordinar proyectos complejos en entornos cambiantes, pero que precisan rapidez. En otras palabras, lo que busca esta metodología es crear fases en un proyecto, hacer una constante retroalimentación e ir consiguiendo pequeños caminos en el corto plazo y corregir los errores lo antes posible.
- Diagnóstico y análisis estratégico: que se entiende como la aplicación de diferentes herramientas de la administración que permitirá realizar un diagnóstico y análisis sobre los diferentes factores que influyen directamente en el caso que se está tratando.
- Benchmarking: se busca identificar, analizar y adaptar las mejores prácticas de la industria que pueden llevar a la organización a un nivel de desempeño, permitiéndonos aprender de otros.

9. Contribución del trabajo

Para la Universidad y para el Centro de Estudios y Servicios (CES) es muy importante contar con un espacio en el que estudiantes, emprendedores y empresarios puedan encontrar un espacio de aprendizaje complementario, el cual les ayude a sus necesidades actuales y que sea rápido, práctico y seguro.

Por lo anterior, el trabajo que se desarrolla es de suma importancia ya que se busca promover el propósito y el modelo de gestión por el cual la RIE fue creada; por otro lado,

cabe resaltar que todas las herramientas y documentos que se dejen en el presente trabajo apoyaran y ayudaran a dar continuidad de este proceso para que así este pueda crecer y desarrollarse en el tiempo.

10. Resultados esperados

Los resultados esperados tanto para la RIE como para el CES, con el presente trabajo fueron:

- Estructuración de información y documentos necesarios para la creación de un artículo investigativo sobre el “Aprendizaje para la vida”.
- Manual de imagen de la RIE.
- Dejar herramientas útiles y aplicables para todos los interesados en a RIE
- Reconocimiento de la RIE por parte de la comunidad.

Resultados para el estudiante:

- Desarrollo de competencias y habilidades para establecer un Manual de Imagen que apoye las actividades y a la RIE como marca.
- Profundización de competencias y habilidades para realizar un Manual de Imagen de acuerdo con las necesidades y requerimientos de la RIE.
- Conocimiento y manejo de las actividades desarrolladas dentro de un proyecto como lo es la RIE.
- Profundización en diversos temas relacionados con la carrera de administración de empresas.

CAPITULO IV

DESARROLLO DEL TRABAJO

Este capítulo describe cómo lograr cada uno de los objetivos descritos al principio de este documento.

11. Desarrollo de las actividades realizadas en la práctica profesional

De acuerdo con las metas establecidas, se realizan diferentes actividades para lograr estas metas, el desarrollo de estas actividades se observa a continuación.

11.1. Estructurar un nuevo servicio dentro de la RIE sobre el aprendizaje para la vida.

Con el fin de desarrollar el primer objetivo de la práctica profesional, se inició con la recolección de información y artículos investigativos que me dieran ideas claras de lo que iba a trabajar, con la información recolectada se desarrolló un documento en donde se condensa la información clara y específica que sirviera en el futuro para entender el tema. (Ver Anexo 1).

11.1.1. Bussiness Model Canvas.

De manera particular, inicie con la elaboración del Bussiness Model Canvas, este se desarrolló debido a que nos sirve como herramienta clave para poder establecer todas aquellas fortalezas y debilidades de un modelo de negocio o en este caso futuro servicio.

En el mismo sentido, esa herramienta nos ayudará a generar una visión global de lo que será el trabajo sobre este tema, de una manera rápida y sencilla (Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, 2011). Con su elaboración, ayuda y da un punto de partida para todo el trabajo

que se desarrolló sobre el tema de aprendizaje para la vida, ya que se presentan elementos claves de forma clara, resumida y organizada.

A continuación, se presenta el Bussines Model Canvas desarrollado para el nuevo servicio en la RIE sobre el Aprendizaje para la Vida (Ver Tabla 1).

Tabla 1*Bussiness Model Canvas Aprendizaje para la vida.*

<p>Aliados Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expertos en temas: financieros, talento humano, marketing, planeación y control, producción y operaciones, calidad. - Comunidad universitaria: profesores, estudiantes, egresados, semilleros, grupos de investigación. - Organizaciones públicas y privadas. - Emprendimientos. - Empresas. - Inversionistas. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Educación continua, (capacitaciones, charlas, talleres, formación y asesoramiento) - Crear relaciones con clientes. - Formación e investigación. - Mercadeo. 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profesionales con altos conocimientos y experiencias, quienes serían los que desarrollen los cursos. - Institución de alto nivel y reconocimiento nacional como internacional que respalda los cursos que se vayan a realizar. - Innovación y ser pioneros en el tema en Colombia y Latinoamérica. 	<p>Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servicios profesionales de calidad. - Atención personalizada. - Efectividad e innovación. 	<p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profesionales, instituciones y entidades (públicas y privadas). - Emprendedores. - Estudiantes interesados en tener habilidades y conocimientos específicos - Otros: asociaciones, cooperativas, gremios, comunidad en general.
<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataformas tecnológicas para reunir la información y tener los cursos - Profesores y estudiantes. - Planta física y recursos de UNICAUCA. - Recursos intelectuales. 			<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Página UNICAUCA. - Voz a voz. - Radio. - Redes sociales. - Correo electrónico. - Eventos institucionales. 	
<p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecnología para desarrollar los cursos que se estructuren - Equipos de oficina y papelería. - Mantenimiento de equipos. - Publicidad y otros. 			<p>Estructura (fuente) de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cursos de aprendizaje para la vida, tanto para profesionales como para empresas interesadas. 	

Fuente: Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Bussiness Model Canvas.

Elaboración propia

11.1.2. Diagnostico Estratégico.

Por otro lado, para realizar un diagnóstico estratégico de lo que se va a trabajar sobre el Aprendizaje para la vida, como un nuevo servicio dentro de la RIE, procedí a elaborar un análisis DOFA para tener información más detallada de los planes que se puedan tener a futuro. (Ver Tabla 2).

Tabla 2

Matriz DOFA.

DOFA	
Debilidades	Fortalezas
Procesos burocráticos muy rígidos dentro de la universidad que hacen que los procesos sean más demorados.	Promueve la interacción entre estudiantes, profesores y empresas.
Falta de diferentes alianzas; o vinculación de las diferentes facultades y programas académicos.	Oportunidades de aprendizaje y oportunidades laborales para estudiantes de la Universidad del Cauca.
Falta de un equipo de trabajo que se enfoque en trabajar sobre este nuevo servicio.	Personal capacitado y el “Know how” por parte de la universidad.
Falta de programas o alianzas de cooperación empresarial para poder iniciar y apoyar sus necesidades de aprendizaje.	Fortalecimiento en la generación de los conocimientos prácticos y la posibilidad de apropiación de herramientas de la administración.
Falta de documentación de procesos y actividades de empalme.	Metodología de trabajo.
Limitación de recursos financieros.	Se cuenta con pasantes, practicantes, voluntarios que trabajan sin esperar remuneración.
Falta de un espacio de trabajo adecuado para la prestación de los servicios.	
Amenazas	Oportunidades
El desconocimiento por parte de la sociedad sobre el aprendizaje para la vida y las nuevas formas de aprendizaje.	Necesidad de aprendizaje por lo profesionales para poder ser competitivos.

Desconfianza de otros métodos de aprendizaje que no sea el de una carrera universitaria o tecnologías.	Necesidad de las empresas por habilidades y competencias específicas para sus trabajadores.
El desfinanciamiento a la educación superior por parte del estado.	Casi 4.000 entidades económicas en operación en el departamento (Cauca).
Servicios de aprendizajes alternativos prestados por otras compañías a bajos costos.	Tener el respaldo y la imagen de la Universidad del Cauca, institución con gran trayectoria y renombre.
Pensamiento empresarial de que las universidades no son prácticas y que solo se basan en teorías.	La volatilidad de las industrias y la transformación digital.

Fuente: elaboración propia.

Por medio de la Matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades Fortalezas Amenazas), se buscó realizar un diagnóstico de lo que sería tener un nuevo servicio dentro de la RIE sobre Aprendizaje para la vida, con la información anterior nos permite tener una visión de sus fortalezas, revisar y prevenir oportunamente el efecto de las debilidades y anticiparse para aprovechar sus oportunidades y prevenir oportunamente el efecto de las amenazas; recolectando así, información que serviría de fuente para el desarrollo de este mismo trabajo.

11.1.3. Análisis Estratégico.

Con la información recolectada desde los diferentes análisis anteriores, se continuo a realizar un análisis estratégico, este se divide en dos partes: la primera se realiza un análisis externo compuesto por la matriz de evaluación de Factores Externos (EFE) y la segunda es el análisis interno compuesto por la matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI).

En las anteriores se incluirán cuatro perspectivas, las cuales nos darán un mejor panorama y visualización de la idea de negocio; estas son necesarias ya que abarcan los procesos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

✓ **Matriz de evaluación de factores internos (EFI).**

Esta matriz resume y evalúa las principales fortalezas y debilidades de las organizaciones internamente, al tiempo de que proporciona una base para identificar y evaluar el terreno y conocer la realidad y el contexto de esta. Por lo anterior y con el fin de determinar el estado actual en el que se iniciaría esta nueva división dentro de la RIE internamente.

Se realiza el desarrollo de esta matriz de la siguiente forma: se identificaron y enumeraron los factores internos clave que se consideran de relevancia para el funcionamiento interno, incluyendo tanto fortalezas como debilidades. Después se continuo con asignarle un valor a cada factor, el cual nos muestra la importancia relativa de este para que se consiga el éxito en su campo; estos van de 0,0 (sin importancia) a 1,0 (muy importante).

Sin importar si un factor clave es una fortaleza o una debilidad interna, los factores considerados como aquellos que producen los mayores efectos en el rendimiento de la empresa deben recibir los valores más altos. Consecutivamente, se le asignó una clasificación de uno a cuatro a cada factor, indicando si la debilidad es mayor o menor y si la fortaleza es

mayor o menor; finalmente se multiplico el valor de cada factor por la clasificación dada con el fin de determinar el valor ponderado para cada uno; los valores ponderados de cada variable se sumaron para determinar el valor ponderado total y así saber el estado interno de este (Ver Tabla 3).

Tabla 3
Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI).

EFI				
Perspectivas	Factor Clave	Valor	Calificación	Valor Ponderado
Fortalezas				
Comunidad universitaria e interacción con el entorno.	Promueve la interacción entre estudiantes, profesores y empresas.	0,09	4	0,36
Procesos Internos.	Metodología del trabajo.	0,07	3	0,21
	Personal capacitado y el “Know how” por parte de la universidad.	0,09	4	0,36
Aprendizaje y Crecimiento.	Fortalecimiento en la generación de los conocimientos prácticos y la posibilidad de apropiación de herramientas de la administración.	0,06	3	0,18
	Oportunidades de aprendizaje y oportunidades laborales para estudiantes de la Universidad del Cauca.	0,07	4	0,28
Financiera / Recursos económicos.	Se cuenta con pasantes, practicantes, voluntarios que trabajan sin esperar remuneración.	0,09	4	0,36
Debilidades				
Comunidad universitaria e interacción con el entorno.	Falta de diferentes alianzas; o vinculación de las diferentes facultades y programas académicos.	0,07	1	0,07
	Procesos burocráticos muy rígidos dentro de la universidad que hacen que los procesos sean más demorados.	0,08	2	0,16

	Falta de programas o alianzas de cooperación empresarial para poder iniciar y apoyar sus necesidades de aprendizaje.	0,08	1	0,08
Procesos Internos.	Falta de documentación de procesos y actividades de empalme.	0,08	1	0,08
Aprendizaje y Crecimiento.	Falta de un equipo de trabajo que se enfoque en trabajar sobre este nuevo servicio.	0,09	1	0,09
Financiera / Recursos económicos.	Limitación de recursos financieros.	0,05	2	0,1
	Falta de un espacio de trabajo adecuado para la prestación de los servicios.	0,08	2	0,16
TOTAL		1		2,49

Nota: Peso: 0,0 sin importancia; 1,0 muy importante. Clasificación: 1 debilidad mayor, 2

debilidad menor, 3 fortaleza menor, 4 fortaleza mayor.

Conclusión/Resultado: El total del valor ponderado es 2,49; lo cual indica que el nuevo servicio sobre aprendizaje para la vida dentro de la RIE se encuentra por debajo del promedio y es débil internamente, por lo tanto, se debe trabajar en fortalecer los factores que lo lleven a una posición interna sólida.

✓ **Matriz de evaluación de factores externos (EFE).**

Esta matriz se elaboró con el objetivo de que se pueda analizar y evaluar toda la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva que rodea el campo del nuevo servicio que se quiere dar en la RIE sobre el aprendizaje para la vida; para la elaboración de la misma, se enumeraron los factores externos claves descritos previamente, en los cuales se encuentran tanto amenazas como oportunidades que pueden llegar a afectar al nuevo servicio y al sector en que se encuentra.

Continuando con el proceso, se le determinó un valor el cual representa la importancia relativa de dicho factor para ser exitosos en el sector en el que se encuentra. Finalmente se

asignó una clasificación a cada factor externo clave, esto para poder identificar con cuanta eficacia puede responder el nuevo servicio ante el factor; de ese modo se multiplico el valor de cada factor por la clasificación dada con el fin de determinar el valor ponderado.

Los valores ponderados de cada variable se sumaron para determinar el valor ponderado total que tendría, y así poder determinar de qué manera está respondiendo el consultorio a las oportunidades y amenazas del medio (Ver Tabla 4).

Tabla 4

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).

EFE				
Perspectivas	Factor Clave	Peso	Calificación	Valor Ponderado
Oportunidades				
Comunidad universitaria e interacción con el entorno.	Contar con el respaldo y la imagen de la Universidad del Cauca, institución con gran trayectoria y renombre.	0,13	4	0,52
Procesos Internos.	La volatilidad de las industrias y la transformación digital.	0,09	2	0,18
Aprendizaje y Crecimiento.	Necesidad de aprendizaje por lo profesionales para poder ser competitivos.	0,12	3	0,36
	Necesidad de las empresas por habilidades y competencias específicas para sus trabajadores.	0,12	3	0,36
Financiera / Recursos económicos.	Casi 4.000 entidades económicas en operación en el departamento (Cauca).	0,08	2	0,16
Amenazas				
Comunidad universitaria e interacción con el entorno.	Pensamiento empresarial de que las universidades no son prácticas y que solo se basan en teorías.	0,13	2	0,26
	Desconfianza de otros métodos de aprendizaje que no sea el de una carrera universitaria o tecnologías.	0,08	2	0,16
Procesos Internos.	El desconocimiento por parte de la sociedad sobre el aprendizaje para la vida y las nuevas formas de aprendizaje.	0,06	3	0,18

Aprendizaje y Crecimiento.	El desfinanciamiento a la educación superior por parte del estado.	0,09	2	0,18
Financiera / Recursos económicos.	Servicios de aprendizajes alternativos prestados por otras compañías a bajos costos.	0,1	1	0,1
TOTAL			1	2,46

Nota: Peso: 0,0 sin importancia; 1,0 muy importante. Clasificación: Con cuanta eficacia responden las estrategias actuales de la empresa a dicho factor, donde: 4 respuesta excelente, 3 respuesta por encima del promedio, 2 respuesta de nivel promedio, 1 respuesta deficiente.

Conclusión/Resultado: el total del valor ponderado es 2,46; lo cual indica que el nuevo servicio de aprendizaje para la vida está en un resultado promedio en donde se debería esforzar por aplicar estrategias que aprovechen las oportunidades externas y eviten las amenazas.

11.2. Crear un programa dentro de la RIE sobre el aprendizaje para la vida.

Como primera etapa investigativa, además de todo el proceso y teorías presentadas anteriormente se procedió a realizar diferentes reuniones para planificar y darle forma al proyecto, estas reuniones fueron virtuales debido a la situación actual (Ver Anexo 2). Posterior a esto junto con mi asesor académico, concluimos que el tema sobre el cual se basa la presente practica es un tema demasiado nuevo, sobre el cual la información que existe y los artículos de investigación del mismo son escasos.

Por tal razón se decidió que de la mano de los objetivos propuestos en el ante proyecto se iba a darle un nuevo rumbo a la práctica a algo más investigativo, para que así en el futuro se pueda implementar y desarrollar en la universidad. De esta manera, se le presento el proyecto a las profesoras Isabel Rivera del programa de Economía, la cual hace parte de un grupo de investigación bastante reconocido dentro del programa y la universidad y la profesora Isabel

Gonzales del programa de Administración la cual ha tenido bastante experiencia dentro de la Universidad.

Se les presento el proyecto a las profesoras porque ambas desde su experiencias y conocimientos podrían hacer que el proyecto se desarrolle de la mejor manera. En ese punto se planificaron diferentes reuniones con las profesoras para poder definir y planear el camino a seguir dentro del proyecto, dentro de estas reuniones se determinó que lo primero que se tenía que realizar para generar un artículo investigativo sobre las credenciales alternativas era crear un estado del arte del mismo. Los detalles de las reuniones se presentan en la siguiente tabla (Ver Tabla 5).

Tabla 5

Reuniones para creación de articulo investigativo

FECHA	DURACIÓN	HORA	RESUMEN
1-dic-20	2 horas	2:30pm-4:30pm	Reunión informativa con las profesoras Isabel Rivera e Isabel Gonzales, sobre la estructuración de un nuevo servicio sobre las credenciales alternativas.
15-dic-20	2 horas	2:30pm-4:30pm	Reunión para revisión de estado del arte realizado y para hacer investigación y planificacion de lo que se va a realizar.

Elaboración propia

A partir de lo planeado, se podría generar un problema a resolver dentro del artículo que se está planeando el cual se elaboró y se presentó un primer borrador el cual fue publicado en el equipo de Teams (Ver Anexo 3). Continuando con el tema, se empezó a crear el estado del arte buscando artículos académicos que hablaran sobre credenciales alternativas y sobre cómo se ha abordado el tema en Latinoamérica y en Colombia.

Para la creación del estado del arte, una vez conseguidos los diferentes artículos investigativos relacionados con el tema, se procedió a leer cada uno de los artículos y posteriormente se eligieron aquellos artículos relevantes dentro de la investigación, para la elaboración del estado de arte; para poder ver el mismo ir a los anexos (Ver Anexo 4); se sacaron los siguientes ítems como información importante y de relevancia para el proceso los cuales fueron:

- Título: se extraía el título del artículo.
- Autores: se referencian todas aquellas personas que hicieron parte del artículo.
- Año: se registra el año en el cual fue publicado el artículo, para así tener una referencia de cuánto tiempo se ha investigado sobre el tema.
- Objetivo: se plasma la razón de realizar el artículo.
- Metodología: clasificar el tipo de investigación que se realizó durante el artículo.
- Población: hace referencia a grupo de estudio o a tema de investigación en particular.
- Conclusiones: se extraía todas las conclusiones sobre la tendencia del tema sobre el cual se está realizando el estado de arte.
- Resultados: se resumía todo aquello que se logró dentro de la investigación o artículo.

11.3. Generar herramientas prácticas de la administración en los programas desarrollados.

Como propuesta en una de las reuniones de la RIE, me comprometí a la elaboración de una manual de imagen para la RIE, esto debido a la necesidad que existía en la actualidad de esta, viendo que todas las imágenes y publicaciones que se hacían desde la misma no contaban con ningún estándar que apoyara la personalidad e imagen de la marca la RIE.

Para el proceso de construcción del manual corporativo se basó desde toda la investigación y conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera, de igual manera se contó con el apoyo de diferentes tecnologías y softwares. Siendo así, se creó una normativa gráfica de la identidad

visual corporativa para el programa de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento RIE, de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca.

Lo anterior, con el fin de ser reconocida por los estudiantes y comunidad en general de Popayán y el Cauca. El documento original cuenta con 34 páginas y su tamaño es 16 X 9, se visualizan los parámetros de realización, colores, vectores, que responden a los estímulos visuales y connota una explicación clara de lo que desea comunicar con la marca.

11.3.1. Manual de Imagen.

Para la normativa gráfica se elaboró desde el logo que ya había sido diseñado en prácticas anteriores, y el documento se dividió 5 capítulos que son: Introducción, la marca, variantes y otros usos, usos no correctos de la marca, y finalmente aplicaciones (Ver Anexo 5).

A continuación, se presentará el trabajo:

✓ Introducción

El estilo y la constancia en las comunicaciones de una compañía definen su personalidad y su identidad corporativa, lo que la hace identificable en el mercado.

La finalidad de este manual es reunir las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la Ruta de la Innovación y Emprendimiento RIE. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todos aquellas responsables de interpretar, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

Como elementos propios establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías forma y color del logotipo, creando una unidad en los criterios y usos de los diferentes canales de comunicación.

✓ **La marca.**

Logotipo: Este ya estaba diseñado y se trabajó con base en el mismo (Ver Figura 1).

Figura 1

Logotipo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento



Fuente: Trabajos de grado de pasantes anteriores

- ✓ Recomendación: en caso de que la imagen original no pueda usarse por temas técnicos, se recomienda usar los siguientes logos, con la tipografía: Roboto Bold Condensed y con los colores corporativos (Ver Figura 2).

Figura 2 *Recomendación de logotipo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento*

RIE

RIE

Fuente: Elaboración propia

- ✓ **Construcción Y Modulación:** El logotipo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor X. Se establece como unidad de medida, de esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas (Ver Figura 3).

Figura 3

Modulación del logo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento

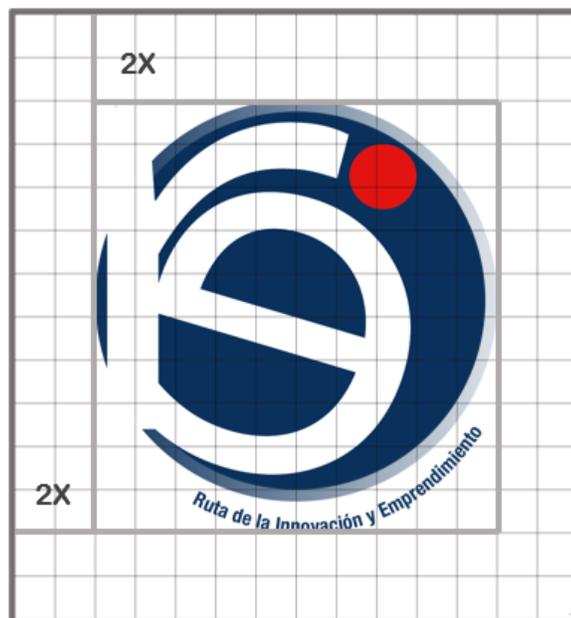


Fuente: Elaboración propia

- ✓ **Área De Protección:** Se ha establecido un área de protección alrededor del logotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca. La construcción del área de respeto queda determinada por la medida “X”. Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes). (Ver Figura 4).

Figura 4

Área de protección del logo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento

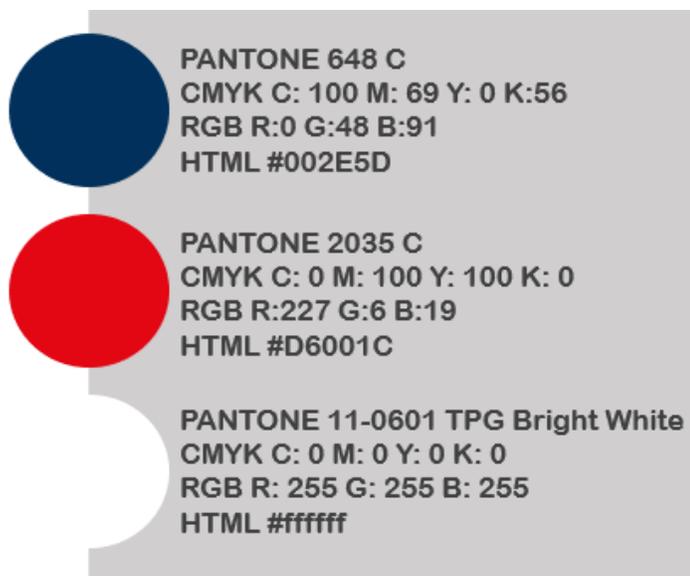


Fuente: Elaboración propia

- ✓ **Colores corporativos:** a continuación, se presentarán los datos de los colores corporativos, lo siguiente salió del logo original (Ver Figura 5).

Figura 5

Colores corporativos de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento

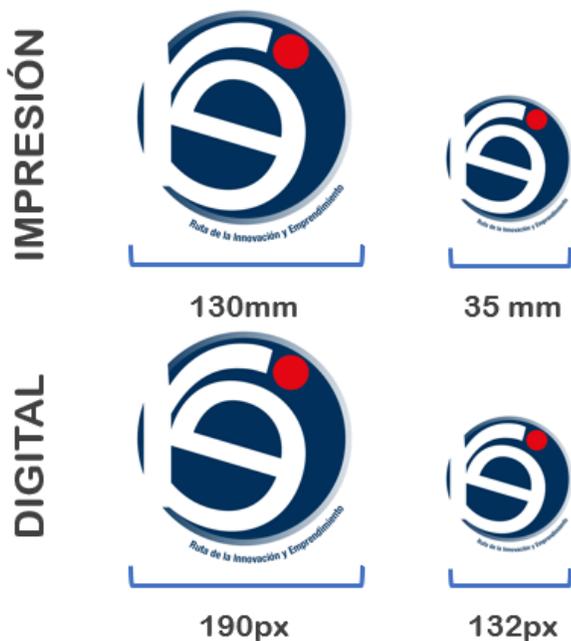


Fuente: Elaboración propia

- ✓ Tamaños mínimos de reproducción: Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción impresa y digital (Ver Figura 6).

Figura 6

Tamaños mínimos de reproducción del logo de la RIE

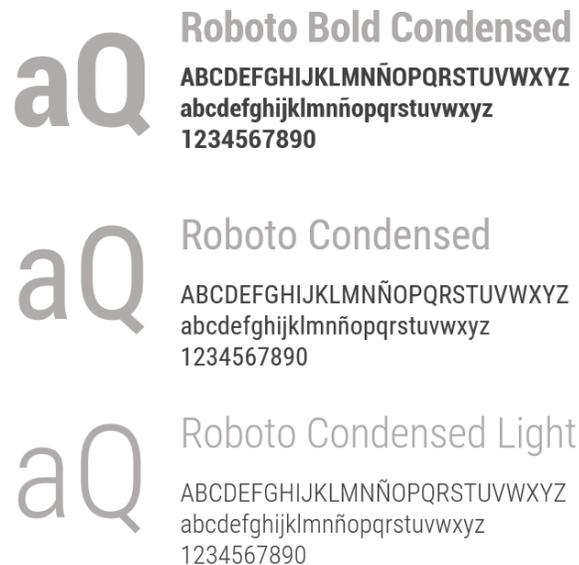


Fuente: Elaboración propia

- ✓ Tipografía: La familia tipográfica que se recomienda, es la Roboto Bold Condensed. Se eligió esta tipografía para dar continuidad al estilo del logo y por su claridad, estilo sencillo y buena legibilidad. La tipografía Roboto, tiene licencia Dafont y se puede encontrar en: <https://www.dafont.com/es/roboto.font> (Ver Figura 7).

Figura 7

Fuente principal de la RIE



Fuente: Elaboración propia

También se presentó una tipografía secundaria, la cual se usará para dar soportes o los textos editados por la empresa se utilizará la tipografía Quicksand. La tipografía Quicksand, tiene licencia Dafont y se puede encontrar en: <https://www.dafont.com/es/quicksand.font> (Ver Figura 8).

Figura 8

Fuente secundario de la RIE

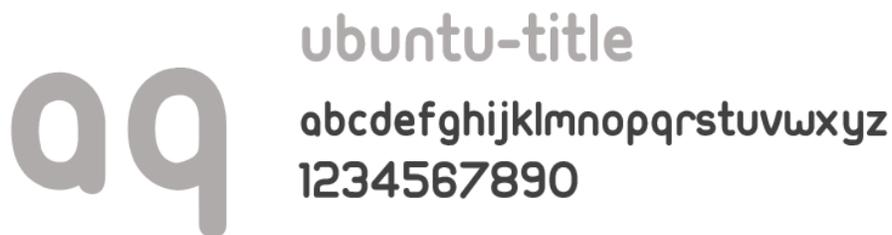


Fuente: Elaboración propia

Finalmente se recomendó una fuente terciaria para uso publicitario y editorial, que sería para el material publicitario la tipografía Ubuntu. Ya que se complementa con la tipografía corporativa. La tipografía Ubuntu, tiene licencia Dafont y se puede encontrar en: <https://www.dafont.com/es/ubuntu-title.font> (Ver Figura 9).

Figura 9

Fuente terciaria de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

✓ **Variantes y otros usos**

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en escala de grises. (Ver Figura 10).

Figura 10

Logos en diferentes fondos de la RIE 1

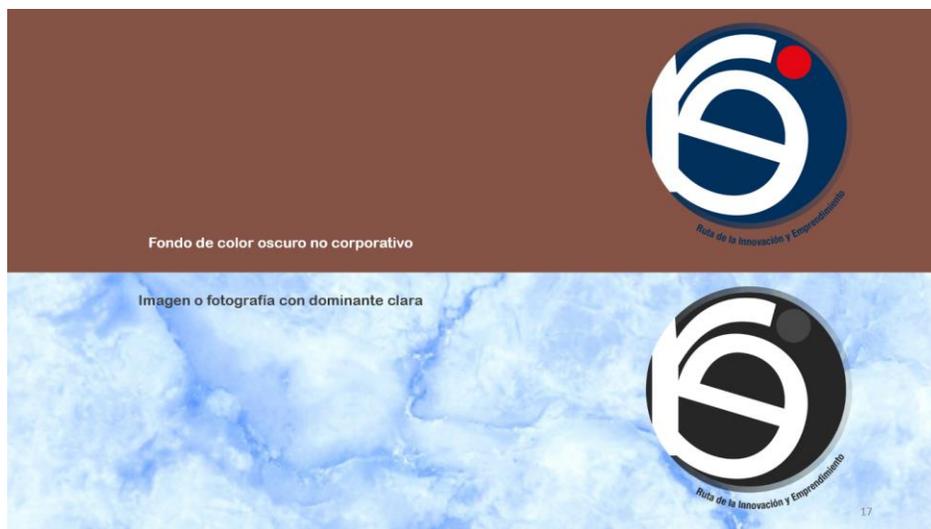


Fuente: Elaboración propia

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse de la manera original o en su escala de grises, en función de la luminosidad del fondo. (Ver Figura 11).

Figura 11

Logos en diferentes fondos de la RIE 2



Fuente: Elaboración propia

✓ Usos no correctos

Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta de la marca. El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de esta. (Ver Figura 12).

Figura 12

Malos usos del logo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento 1

MAL USO O MODIFICACIÓN DE LOS COLORES CORPORATIVOS



CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN O ELIMINACIÓN DE LOS ELEMENTOS

CAMBIO DE TIPOGRAFÍA



Fuente: Elaboración propia

Estas recomendaciones son para todas las variantes de la marca. (Ver Figura 13).

Figura 13

Malos usos del logo de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento 2

DISTORSIÓN DE LAS PROPORCIONES HORIZONTAL Y VERTICAL



USO EN BAJA RESOLUCIÓN

USO DE EFECTOS



Fuente: Elaboración propia

✓ Aplicaciones

A continuación, se presentarán algunas de las ideas de artículos publicitarios con la marca. (Ver Figura 14, 15,16,17,18).

Figura 14

Ideas artículos publicitarios para la RIE 1



Fuente: Elaboración propia

Figura 15

Ideas artículos publicitarios para la RIE 2



Fuente: Elaboración propia

Figura 16

Ideas artículos publicitarios para la RIE 3



Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Ideas artículos publicitarios para la RIE 4



Fuente: Elaboración propia

Figura 18

Ideas artículos publicitarios para la RIE 5



Fuente: Elaboración propia

11.4 Realizar todas las actividades planeadas referentes con la Ruta de la Innovación y el Emprendimiento RIE.

Dado a las necesidades que presenta la RIE como marca, y en relación con el tema del presente trabajo: “Aprendizaje para la vida”, se encontró la oportunidad de crear una campaña educativa en las redes sociales de la RIE, en donde se pueda dar información, tips, consejos relevantes para el público de la RIE como lo son emprendedores, estudiantes y profesionales.

Con forme a lo anterior se creó una campaña para las redes sociales de la RIE, principalmente el Instagram la cual se va a exponer a continuación:

11.3.2. La campaña.

- ✓ Justificación de la necesidad de la campaña: Aunque en la RIE se ofrecen varios servicios de alta calidad y se cuenta con personal muy calificado que los desarrolla, muchas personas desconocen lo que se está realizando y muchas veces las personas o publico ven al programa muy lejano a ellos.
- ✓ Tipo de campaña: Esta se realizará en relación con la intención: Posicionamiento.
- ✓ Objetivos de publicidad
 - ✓ Objetivo General: Crear conciencia e identidad de marca de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento
 - ✓ Objetivos Específicos:
 - Buscar temas de interés para las publicaciones que se van a realizar en Instagram.
 - Crear un diseño para las publicaciones.
 - Realizar una tabla con la información necesaria para las publicaciones
- ✓ Estrategia de comunicación:
 - ¿Qué quiero lograr?: Aumentar la visibilidad de la marca entre el público objetivo

- ¿Qué quiero decir?: Fuente de información y datos útiles para el público objetivo.
 - ¿Qué efecto busco?: Persuadir al público objetivo para que conozcan y posicionen la marca como un lugar real.
- ✓ Perfil demográfico propuesto: Hombres y mujeres, entre 18 y 38 años, profesionales, estratos 2-3-4-5-6.
- ✓ Perfil Psicográfico propuesto: Personas profesionales o estudiantes, emprendedores, atentos a las tendencias actuales, con alta necesidad o interés de aprendizaje.
- ✓ Perfil Sociocultural propuesto: Pueden ser influenciados por la información que encuentran en las redes sociales, tanto por información de amigos o personajes importantes a quienes siguen. Les interesan que las marcas les hablen personalmente y por medio de su mismo lenguaje para lograr un lazo y que la información que se les ofrece sea de calidad.
- ✓ Tono de la campaña: Cercano, amigable, de calidad.
- ✓ Plan de campaña: la planeación se presentará a continuación (Ver Tabla 6).

Tabla 6

Plan de campaña de medios de la Ruta de Innovación y el Emprendimiento

PLANIFICADOR DE PUBLICACIONES DE LA RIE				
SEMANA	DÍA	TEMA	COPY (MENSAJE)	ETIQUETAS/HASHTAGS

1	Lunes	5 hábitos de emprendedores felices y exitosos, parte 1	5 hábitos de emprendedores felices y exitosos, primera parte Hoy te compartimos algunos tipos que son infalibles a la hora de trabajar para que logres como emprendedor ser feliz y tener éxito en tu negocio. ¿Cuál es el hábito que tienes que te ayuda a ser feliz? Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online
	Miércoles	Vocabulario para emprendedores, conceptos generales	Vocabulario para emprendedores, versión conceptos generales. Es de suma importancia como emprendedor aprender día a día, por eso hoy te compartimos algunos conceptos que deberías conocer. ¿Los conocías? Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online
	Viernes	Herramientas para emprendedores, edición compartir archivos	Las mejores herramientas para los emprendedores para compartir archivos. Sabemos que para empezar a emprender se pueden presentar algunos retos, y la tecnología son nuestros mejores aliados para facilitar nuestro trabajo, por eso hemos hecho diferentes listas de app especializadas que te ayudaran en tu día a día. ¿Cuáles usas tú? Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online
2	Lunes	5 hábitos de emprendedores felices y exitosos, parte 1	5 hábitos de emprendedores felices y exitosos, primera parte Hoy te compartimos algunos tips que son infalibles a la hora de trabajar para que logres como emprendedor ser feliz y tener éxito en tu negocio. ¿Cuál es el hábito que tienes que te ayuda a ser feliz? Recuerda comentar guardar y	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online

			compartir con alguien que le interese.	
	Miércoles	Frases de líderes influyentes que te inspiraran, parte 1	Frases de líderes influyentes que te inspiraran, primera parte. Hoy te traemos algunas frases que pueden servir de inspiración o motivación para seguir adelante y superar nuestros problemas. Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online
	Viernes	Pasos para convertir una idea de negocio, manera rápida y sencilla	Pasos para convertir una idea en negocio, la manera más rápida y sencilla Te presentamos de manera gráfica como pasar de una idea a un negocio o idea de negocio. ¿Te fue útil? Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online
3	Lunes	Vocabulario para emprendedores, siglas de altos cargos	Vocabulario para emprendedores, versión siglas de altos cargos. Es de suma importancia como emprendedor aprender día a día, por eso hoy te compartimos algunos conceptos que deberías conocer. ¿Los conocías? Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online

	Miércoles	5 canciones para motivarte cuando te sientes derrotado	<p>5 canciones para motivarte cuando te sientes derrotado.</p> <p>La música es el mejor aliado para toda nuestra vida y nuestras emociones, por eso hoy te compartimos algunas de nuestras canciones favorita que nos inspiran y nos llenan de la mejor energía.</p> <p>¿Cuáles son esas canciones que te inspiran?</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>
	Viernes	Herramientas para emprendedores, edición de archivos en celular	<p>Las mejores herramientas para los emprendedores para editar archivos en tu celular.</p> <p>Sabemos que para empezar a emprender se pueden presentar algunos retos, y la tecnología son nuestros mejores aliados para facilitar nuestro trabajo, por eso hemos hecho diferentes listas de app especializadas que te ayudaran en tu día a día.</p> <p>¿Cuáles usas tú?</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>
4	Lunes	Vocabulario para emprendedores, dinero y financiación	<p>Vocabulario para emprendedores, versión dinero y financiación</p> <p>Es de suma importancia como emprendedor aprender día a día, por eso hoy te compartimos algunos conceptos que deberías conocer.</p> <p>¿Los conocías?</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>

	Miércoles	Frases de líderes influyentes que te inspiraran, parte 2	<p>Frases de líderes influyentes que te inspiraran, segunda parte.</p> <p>Hoy te traemos algunas frases que pueden servir de inspiración o motivación para seguir adelante y superar nuestros problemas.</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>
	Viernes	3 trucos mentales para superar tu miedo a venderte a ti mismo	<p>Tres trucos mentales para superar el miedo de venderte a ti mismo.</p> <p>En la actualidad todos manejamos nuestra marca personal, independiente del trabajo o situación en que nos encontremos y vivimos contantemente en situaciones en donde debemos “vendernos” o querer sobresalir, ya sea para conseguir un trabajo o para ser seleccionado en algún proceso.</p> <p>Por eso hoy te traemos los mejores trucos que te ayudaran para lo anterior.</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>
5	Lunes	Emprendimientos más originales de Shark Tank Colombia 1	<p>Día de inspiración, queremos compartirles una primera parte de los emprendimientos más originales de la plataforma Shark Tank Colombia.</p> <p>Estos emprendimientos merecen todo el apoyo y reconocimiento, además queremos que sean inspiración para ustedes y que podamos todos ser cada día mejor.</p> <p>Esta vez el reconocimiento es para @palmatosombrero @thefrenchieco @kupa.co</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketingonline</p>

	Miércoles	3 plantas que puedes tener en tu oficina o en casa	<p>3 plantas que puedes tener en tu oficina o en casa.</p> <p>Las plantas son una herramienta perfecta tanto para decoración o como compañía, pero sabemos que muchas veces su cuidado bastante y nos limitamos por lo anterior, por eso hoy te traemos las tres mejores opciones para que tengas en tu oficina.</p> <p>¿Tú tienes plantas en tu oficina o lugar de trabajo?</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>
	Viernes	La psicología de los colores primarios	<p>¿Conoces la psicología de los colores? Hoy te traemos una información que es de suma importancia para el manejo de una marca y para tomar decisiones sobre la misma.</p> <p>Hoy te contaremos la psicología de los colores, de los colores primarios, los anteriores te darán una idea de lo que tu marca puede representar o lo que está haciendo en este momento.</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>
5	Lunes	Herramientas para emprendedores, edición coordinación de fechas	<p>Las mejores herramientas para los emprendedores para coordinar fechas.</p> <p>Sabemos que para empezar a emprender se pueden presentar algunos retos, y la tecnología son nuestros mejores aliados para facilitar nuestro trabajo, por eso hemos hecho diferentes listas de app especializadas que te ayudaran en tu día a día.</p> <p>¿Cuáles usas tú?</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>

	Miércoles	Tipos de emprendedores	Tipos de emprendedores. Te traemos un listado de algunos tipos de emprendedores, todos tienen sus ventajas y sus puntos por mejorar, pero lo importante es reconocerlo y tenerlo presente. Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online
	Viernes	Emprendimientos más originales de Shark Tank Colombia 2	Día de inspiración, queremos compartirles una primera parte de los emprendimientos más originales de la plataforma Shark Tank Colombia. Estos emprendimientos merecen todo el apoyo y reconocimiento, además queremos que sean inspiración para ustedes y que podamos todos ser cada día mejor. Esta vez el reconocimiento es para @anastasiaecothique @anastasiaecothique @lifepack_ecological_products Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketingonline
7	Lunes	Vocabulario para emprendedores, formas de hacer negocio	Vocabulario para emprendedores, versión formas de hacer negocio. Es de suma importancia como emprendedor aprender día a día, por eso hoy te compartimos algunos conceptos que deberías conocer. ¿Los conocías? Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online
	Miércoles	Herramientas para dar a conocer tu idea de negocio	Las mejores herramientas para los emprendedores para dar a conocer tu idea de negocio. Hoy te queremos enseñar las mejores herramientas para poder comunicar de la mejor manera tu idea de negocio, son ideales a la hora de buscar inversión o presentarlo ante diferentes públicos.	#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos

			Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.	#educacion #tipseducativos #educacion #marketing online
	Viernes	Errores comunes de los emprendedores	<p>Errores comunes de los emprendedores.</p> <p>Todos iniciamos en el mundo del emprendimiento con las mejores intenciones, pero muchas veces pasamos cosas desapercibidas que pueden tener un alto impacto negativo para nosotros.</p> <p>Por eso hoy te queremos recordar algunos errores que solemos cometer, revísalos y revisa cómo estas tu.</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>
8	Lunes	5 ideas de negocio para quienes tienen sed de novedad	<p>5 ideas de negocio para quienes tienen sed de novedad.</p> <p>Día de inspiración: hoy queremos compartirte algunas ideas de negocio que son perfectas para que empieces a emprender o que te pueden servir como inspiración.</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketingonline</p>
	Miércoles	Herramientas para generar una buena idea de negocio	<p>Las mejores herramientas para generar una buena idea de negocio.</p> <p>Hoy te queremos compartir una de nuestras herramientas favoritas a la hora de generar o crear ideas de negocios, esto es perfecto para quienes quieren iniciar a emprender o para aquellos emprendedores que quieren hacer una reestructuración.</p> <p>¿Cuál fue tu favorita?</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketing online</p>

	Viernes	Tendencias de redes sociales que debemos observar	<p>Tendencias de redes sociales que debemos observar.</p> <p>Las redes sociales son el mejor aliado para los emprendedores, por eso te vamos a compartir algunas tendencias que deberías tener en cuenta para tus estrategias y decisiones.</p> <p>Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese.</p>	<p>#Colombia #Popayan #Unicauca #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender #negocio #tipsemprendimiento #marketing #marketingdecontenidos #emprendedorpopayan #rie #publicidad #cursos #trucos #educacion #tipseducativos #educacion #marketingonline</p>
--	---------	---	---	---

Fuente: elaboración propia.

✓ Etapas de la campaña:

- Primera: Objetivo: Conocer el público objetivo en redes sociales y su movimiento en las mismas. Se inicio realizando un análisis de todo el público objetivo actual y potencial en las redes sociales, esto se hizo por medio de las interacciones del público objetivo en redes sociales así de relación y forma de interacción con la marca.
- Segunda: Objetivo: Construir el concepto del contenido. Con la información obtenido en el primer paso se pasó a construir y definir la información y datos que se va a dar por medio de la campaña.
- Tercera: Objetivo: Creación de piezas. Una vez realizado el diseño de las piezas; para ver el diseño de las piezas de la campaña ver anexos (Ver Anexo 5), y con la información y datos para las mismas, se procedió a la creación de todas las piezas de la campaña. Las piezas publicitarias se mostrarán en miniaturas en los anexos (Ver Anexo 7).
- Cuarta: Objetivo: Lanzar la campaña. En este paso se continua hasta la actualidad ya que se deben realizar las publicaciones de las piezas con todo lo planeado y realizado.

- Quinta: Objetivo: Generar interacción con el público. Una vez publicada la pieza es necesario tener una estrategia que apoye y genere interacción con el público, respondiendo a los comentarios y apoyando todo lo que se relaciona con la publicación, de igual manera se ha empezado a seguir a todo ese público objetivo para tener una comunidad más grande en las redes sociales; todo lo anterior se puede observar en el Instagram de la RIE, así como en algunos anexos (ver Anexo 8).
- ✓ Resultados: debido a que la campaña aun esta activa no se pueden colocar datos ya que estos estarían incompletos, más sin embargo viendo los resultados y estadísticas semanales que ofrece la plataforma Instagram, se puede ver semana a semana que hay muy buenos resultados, como ejemplo se mostraran en los anexos las estadísticas que se tuvo la primera semana de la campaña (Ver Anexo 9).

De igual manera hasta el día 16 de marzo del 2021 se obtuvieron resultados muy positivos con la campaña, según las estadísticas de Instagram; en donde se dice que el alcance de las cuentas alcanzadas el último mes aumentaron en un +896,8%; la interacción con el contenido en el último mes ha aumentado en un +371% y por ultimo los seguidores de la página en el último mes ha aumentado en un +25,6%. (Ver Anexo 10).

Finalmente, debido a la contingencia sanitaria que se está presentando a nivel mundial fueron necesarias realizar todas las reuniones requeridas por video llamada, estas reuniones tenían diferentes objetivos dentro de la RIE como para dar informes de las actividades desarrolladas, planeación y análisis de todos los proyectos y planes que se van a desarrollar y para informar sobre los diferentes temas que puedan surgir en el desarrollo de las actividades

de los pasantes. A continuación, se presentará un cuadro con las video llamadas que se ha asistido y el tema de las misma (Ver Tabla 7).

Tabla 7

Reuniones dentro de la RIE

FECHA	DURACIÓN	HORA	RESUMEN
26-ago-20	1 hora	6pm - 7-pm	Reunión informativa con los voluntarios dentro de la RIE
27-ago-20	1 hora	2pm-3pm	Reunión informativa con los pasantes de la RIE
3-sep-20	1 hora	2pm-3pm	Reunión informativa con los pasantes de la RIE
11-sep-20	1 hora	7pm-8pm	Reunión con el profesor Miguel Corchuelo para información sobre posicionamiento de la RIE
21-sep-20	2 horas	3pm-5pm	Reunión junto con el consejo gremial del Cauca
14-oct-20	30 minutos	2pm-2:30pm	Reunion con area de gestión documental de la Universidad
15-oct-20	1 hora	3pm-4pm	Reunión informativa con pasantes de la RIE
4-nov-20	30 minutos	1pm-1:30pm	Reunión informativa con pasantes de la RIE
16-feb-21	1 hora	1 pm -2 pm	Reunion con los nuevos practicantes de la RIE
17-mar-21	30 minutos	2pm-2:30pm	Reunion para exponer el manual de imagen y campaña para las redes sociales de Valeria Bazante

Fuente: elaboración propia.

Como apoyo a las actividades y eventos realizados dentro de la RIE, se encuentra el evento “1er encuentro virtual internacional de emprendimiento e innovación universitario”, el cual la RIE fue participante y exponente, como apoyo del mismo evento se realizaron las diapositivas que se presentaron en el evento; en los anexos se pueden ver el pantallazo del correo donde se envió las diapositivas terminadas (Ver Anexo 11).

12. LECCIONES APRENDIDAS

En el transcurso de la presente práctica profesional o pasantía, he aprendido más a fondo a cómo utilizar todos aquellos conocimientos y habilidades aprendidos a lo largo de mi vida profesional para el desempeño laboral, de igual manera por medio del presente trabajado he enfatizado en el aprendizaje continuo de diferentes metodologías y temas de interés los cuales fueron muy importantes a la hora de desarrollar la práctica.

Con lo anterior; conseguí profundizar y potenciar todos los conocimientos y habilidades; para hablar un poco sobre aquellas habilidades las cuales pude desarrollar y desempeñar en el trabajo realizado, resaltan todas aquellas habilidades de comunicación e interacción interpersonal, así como todo el proceso investigativo que se realizó para dejar una estructura dentro de la RIE sobre el aprendizaje para la vida.

Por otro lado, hay que recalcar la importancia y todo el valor que tienen todos los profesores y compañeros dentro de la carrera, y que muchas veces estos conocimientos han sido ignorados u olvidados, pero que son de suma importancia para que en un futuro se pueda estructurar un servicio en la universidad sobre el aprendizaje para la vida.

Ahora si hablamos de las limitaciones personales, no hay algo que sobresalga ya que el interés y la motivación siempre existió para todas las actividades que se pudieron realizar, sin embargo, puedo dejar algunas anotaciones que serán de importancia para la continuidad de los objetivos que se tienen sobre el Aprendizaje para la Vida con la RIE, los cuales son:

1. El equipo de trabajo que se vaya a encargar de la continuidad del proyecto debería estructurar un cronograma estructurado con objetivos asignados para que se dé una correcta continuidad al proceso.

2. Que las información y documentos que existen dentro de la RIE se compartan desde el primer momento con todas aquellas personas que vayan a hacer parte de esta ya que cuando se iban a realizar actividades y se necesitaba información, no se encontraba, aunque se sabe que la información existe.
3. Aunque el presente trabajo se realizó en un momento de contingencia mundial y por lo tanto fue virtual, se recomienda de hacer reuniones presenciales o virtuales en donde se pueda conocer a las personas que hacen parte de cada proceso y que estas reuniones sean más constantes para saber lo que se está trabajando y en lo que se puede ayudar o complementar con los otros.

13. CONCLUSIONES

A continuación, se presentarán todos los resultados que se obtuvieron en el desarrollo de esta práctica y trabajo realizados, los cuales ya fueron expuestos a profundidad en el desarrollo del presente trabajo, los cuales son:

- Desarrollé y apliqué el modelo CANVA, para poder identificar factores claves; con lo cual puede tener una comprensión más clara de los siguientes factores: aliados estratégicos, segmentos de clientes, promesa de valor, canales de comunicación, actividades clave y costos e ingresos.
- Se realizó un diagnóstico estratégico de lo que sería el nuevo servicio de la RIE sobre aprendizaje para la vida, en donde se dio como resultado un DOFA, en donde se puede observar que existen muchas oportunidades dentro de este servicio, esto debido a que en la actualidad no hay empresas que abarquen de una manera completa el tema del trabajo.
- Se elaboró un análisis estratégico, el cual estuvo compuesto por una parte externa y una interna, en donde se pudo concluir que el nuevo servicio de Aprendizaje para la Vida se encuentra en un punto medio tanto interno como externamente, con lo anterior se hace necesario reforzar todas aquellas estrategias que aprovecharan las oportunidades externas y evitaran las amenazas y adicionalmente fortalecer factores que llevaran a una posición interna consolidada.
- Se creó un Manual de Imagen para la RIE, el cual tiene como objetivo conseguir posicionar la marca y además crearle una personalidad a la misma, en las diferentes publicaciones y acercaciones que pueda tener la misma con la sociedad, este manual

fue diseñado para ser entendido por los diferentes estudiantes que se puedan relacionar con la RIE y se espera que se dé continuidad del mismo.

- Se planeo y creo una campaña publicitaria dentro de las redes sociales de la RIE, esta con el objetivo de posicionar la marca y apoyando el tema del Aprendizaje para la Vida se crearon diferentes piezas que sirvieran para dar información y consejos que apoyen al público objetivo.

Concluyendo todo este trabajo, podemos decir que todos aquellos conocimientos adquiridos durante la carrera son de suma importancia para el buen desempeño de las actividades propias de nuestra profesión, pero que además es de suma importancia para tener éxito ser proactivo, investigar y estar en un continuo aprendizaje.

Todo lo anterior con el objetivo de que nos ayude a mejorar todas aquellas labores con el objetivo de llegar a ser unos excelentes profesionales y seres humanos. Recalcando que como egresados de la Universidad del Cauca debemos representar toda la calidad que en ella se nos presentó y que como profesionales tenemos y estamos en un constante aprendizaje de las competencias actuales para llegar a ser competitivos; siempre a la expectativa del cambio, para mejorar una sociedad o comunidad ansiosa de conocimiento y con deseos de crecimiento.

14. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Burnett, D. (2000). *The Supply of Entrepreneurship and Economic Development*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2020, de <http://www.technopreneurial.com/articles/ed.asp>
- CASTELLÓ MARTINEZ, Aracelli. Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales Online. Editorial Club Universitario. España, 2010. P55. (s.f.).
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Chile: INTEC Chile.
- COSTA, Joan, Análisis de Identidad visual y cultural de la Nación, Editorial Fundesco, Capítulo 8, Barcelona, (1992). Pag 1, 13. (s.f.).
- Drucker, P. (1985). La Innovación y el empresario innovador. Barcelona: Ed.Edhasa.
- Ferguson. (1948). *Historia de las Doctrinas Económica*. México: F:C:E.
- Ferreira- Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. Cooperativismo y Desarrollo, 23(107), xx-xx. doi: <https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>. (s.f.).
- Fred, D. (2003). Administración estratégica. Recuperado de <http://app.ute.edu.ec/content/3936-367-1-1-4-1/CON-ESTRATEGICA-%20FRED%20DAVID.pdf> . (s.f.).
- García, O. (1983). La administración por objetivos. *Cuadernos de administración*, 6(8), 45-60. Obtenido de https://cuadernosdeadministracion.univalle.edu.co/index.php/cuadernos_de_administracion
- García-Bullé, S. (2019, 26 abril). ¿Qué son las credenciales alternativas? — Observatorio de Innovación Educativa. Observatorio de Innovación Educativa. <https://observatorio.tec.mx/edu-news/credenciales-alternativas>. (s.f.).
- Letourneau, J. (2007). *Caja de Herramientas del Joven Investigador*. Medellín: La Carreta Editores.
- LEY 1014 (2006), *Diario Oficial No. 46.164 de 27 de enero de 2006, CONGRESO DE COLOMBIA; De fomento a la cultura del emprendimiento*. (s.f.).
- Mansilla & Massera, (2009). Manual de identidad visual corporativa, municipalidad de Chajarí, Argentina. (En red), disponible en <https://es.calameo.com/read/0044608168a02a72ede3a>. (s.f.).
- MARIN, Jose Luis. Web 2.0: Una descripción muy sencilla de los cambios que estamos viviendo NETBIBLO S.L. España. 2010. P.55 ISBN:978-84-9745-483. (s.f.).
- Observatorio de Innovación Educativa. (2019, 20 febrero). Educación universitaria y credenciales alternativas - Sean Gallagher [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Au7pEE7Dgml&feature=youtu.be>. (s.f.).
- Observatorio de Innovación Educativa. (2020a, febrero 21). Aprendizaje activo en e-learning, MOOC y microcredenciales [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=y9Sw2S39FXc&feature=youtu.be&t=6>. (s.f.).
- ORIHUELA, Jose Luis. Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red. En: Austral Comunicación, Vol 1 No 1. Buenos Aires, Argentina. Alient 2012. ISBN 978-84-92414-89-5. (s.f.).
- Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology*. usa: Universite De Lausanne. (s.f.).

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio. Bussiness Model Canvas*. (s.f.).
- SÁNCHEZ HERRERA Joaquín, PINTADO BLANCO Teresa. *Imagen Corporativa: Influencia en la Gestión Empresarial*, Madrid 2009. Pag 20. (s.f.).
- Serna, H. (2010). *Gerencia Estratégica*. (Décima Edición). Bogotá D.C., Colombia: Panamericana Editorial Limitada. . (s.f.).
- Thornton, M. (1998). *The Origin of Economic Theory: A Portrait of Richard Cantillón (1680–1734)*.

15. ANEXOS

Anexo 1

Documento sobre el Aprendizaje para la vida

Archivo Herramientas Vista RIE-APRENDIZAJE PARA LA VIDA - Word

ESTRUCTURACIÓN DE SERVICIO “APRENDIZAJE PARA LA VIDA” EN LA RUTA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

Todos sabemos que la fuerza laboral ha cambiado de manera drástica durante los últimos años debido a toda la tecnología que está surgiendo de manera acelerada, con lo anterior muchos trabajos han desaparecido y muchos otros se han ido transformando y adaptando a las necesidades que se van creando. Siendo así las personas nos debemos de empezar a adaptar a las condiciones que el medio nos ofrece para así ser competitivos.

Sabemos que los humanos y la tecnología y maquinarias nuevas hemos empezado a convivir y trabajar de la mano, y teniendo en cuenta que las máquinas y tecnología están en un constante cambio y mejora, nosotros como trabajadores debemos empezar a buscar la manera de hacer lo mismo al mismo ritmo, para ello la mejor manera de conseguirlo es por medio de un aprendizaje, pero no el convencional como lo que conocemos actualmente sino algo ágil y eficaz.

Para concluir la idea, podemos observar que en la actualidad se demandan más perfiles tecnológicos y que se adapten constantemente a los cambios, así como personas con muchas habilidades blandas. Así podemos entender que como universidad y como institución encargada de la educación en la región y el país es necesario poder formar a la comunidad como profesionales con pensamiento crítico y creatividad, para que así exista desarrollo y éxito en la región.

Como respuesta a lo anterior, se ha creado una nueva forma de aprendizaje que responde de manera correcta a las necesidades de aprendizaje que existen en la actualidad, las “credenciales alternativas o aprendizaje alternativo”, lo cual se puede definir como aquellas habilidades y competencias o resultados de aprendizaje que surgen a partir de las actividades no relacionadas con un título profesional; y que además se centran en la evaluación y se adaptan a las necesidades específicas y oportunas de la fuerza de trabajo.

En suma, para poder estructurar dentro de la universidad un programa de aprendizaje alternativo, primero es necesario poder definir o conocer que tipo de aprendizajes

alternativos existen y cual o como se estructurarían mejor, según las necesidades de la fuerza laboral de la región.

Dentro de las diferentes clasificaciones que existen sobre las alternativas de aprendizaje, la más clara y en la que nos basaremos será la del “Observatorio de Innovación Educativas”, en donde se plantearon tres grandes categorías: primero la Formación para el empleo y la acreditación, la segunda son los Cursos masivos abiertos en línea y por último están otros micro credenciales en línea y los Programas educativos basados en competencias.

1. Formación para el empleo y la acreditación: el cual se divide en tres opciones
 - 1.1. Formación en el trabajo: Son todos aquellos programas de capacitación brindada por las empresas, o toda aquella formación o prácticas que ofrecen estas para el desarrollo de sus empleados. Estos programas de capacitación corporativa y desarrollo de la fuerza laboral, son de un nivel básico y por lo

general tiene una certificación reconocida por la industria, ya sea asociada con un empleador específico u otorgada por una asociación de la industria.

- 1.2. Programas de certificación: son aquellos programas que se desarrollan en un tiempo no mayor de dos años y son ofrecidos por instituciones educativas de carreras técnicas, escuelas y talleres, instituciones privadas con fines de lucro o “colegios comunitarios” (community colleges). Las personas que suelen tomar estos programas no tienen un grado universitario y lo que buscan es poder certificarse en campos como: electrónica, mecánica, ciencias de la salud y cosmetología.
- 1.3. Cursos cortos basados en habilidades: son los programas que son certificación a corto plazo o presentarse como oportunidades para obtener habilidades específicas para el empleo. Este tipo de cursos tienen una gran popularidad en la actualidad gracias a la popularidad de los bootcamps.

```

graph TD
  A[Formación para el empleo y la acreditación] --> B[Formación en el trabajo]
  A --> C[Programas de certificación]
  A --> D[Cursos cortos basados en habilidades]
  
```

de plataformas tecnológicas que hacen posible el proceso de enseñanza-aprendizaje para miles de estudiantes.

2. Cursos masivos abiertos en línea: o también conocidos como MOC, surgieron ya que la población requería de capacitación de calidad a un bajo costo y que al tiempo puede ver resultados de aprendizaje en un tiempo corto o por lo menos en un menor al tiempo de un periodo escolar común, así se crearon los MOC. Que son clases impartidas a través

- 2.1. Micro credenciales: son aquellos certificados digitales que ofrecen evidencia de que una persona domina una habilidad o un área de conocimiento específica. Cuando la persona termine los requerimientos específicos de la micro credencial, el usuario por lo general recibe un certificado digital como prueba de finalización.
- 2.2. Insignias digitales: por lo general las ‘insignias’ con consideradas como a las actividades específicas o puntuales de aprendizaje, definidas como ‘granulares’ por su estructura corta y concreta. Aunque, en la actualidad el uso de este término se da como la representación digital para cualquier tipo de credencial.
- 2.3. Micro nano grados: Esta opción es cuando una institución educativa que ofrece diferentes opciones de aprendizaje para la vida o credenciales alternativas con duración, enfoque y rigor académico determinado según cada caso.

2.4. **Certificados profesionales en línea:** se puede entender como certificados como aquellas credenciales (generalmente dadas por instituciones educativas, plataformas en línea o empresas) en donde los estudiantes que han completado algún programa reciben una certificación que no lleva a un grado. Estos programas tienen por objetivo preparar al estudiante para aprobar un examen de certificación de la industria, y otros sirven como capacitación para tener la experiencia necesaria para iniciar una carrera en un campo específico.



3. **Programas educativos basados en competencias:** Estos son considerados como aprendizaje alternativo debido a que es un camino alternativo a un título o grado al otorgar créditos académicos cuando los estudiantes demuestran competencia en los resultados de aprendizaje en lugar de tomar en cuenta solo la finalización de un determinado curso.

Con lo anterior definido, se tendrá una idea a la hora de generar el portafolio de servicios dentro del nuevo programa de la RIE.

<https://www.icdicolombia.org/credenciales-alternativas/>

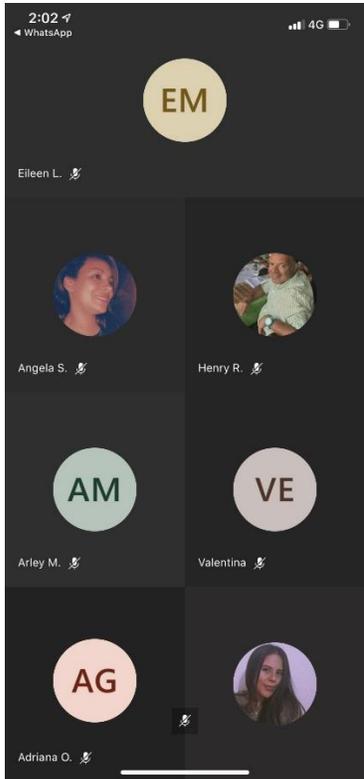
Final del documento ■

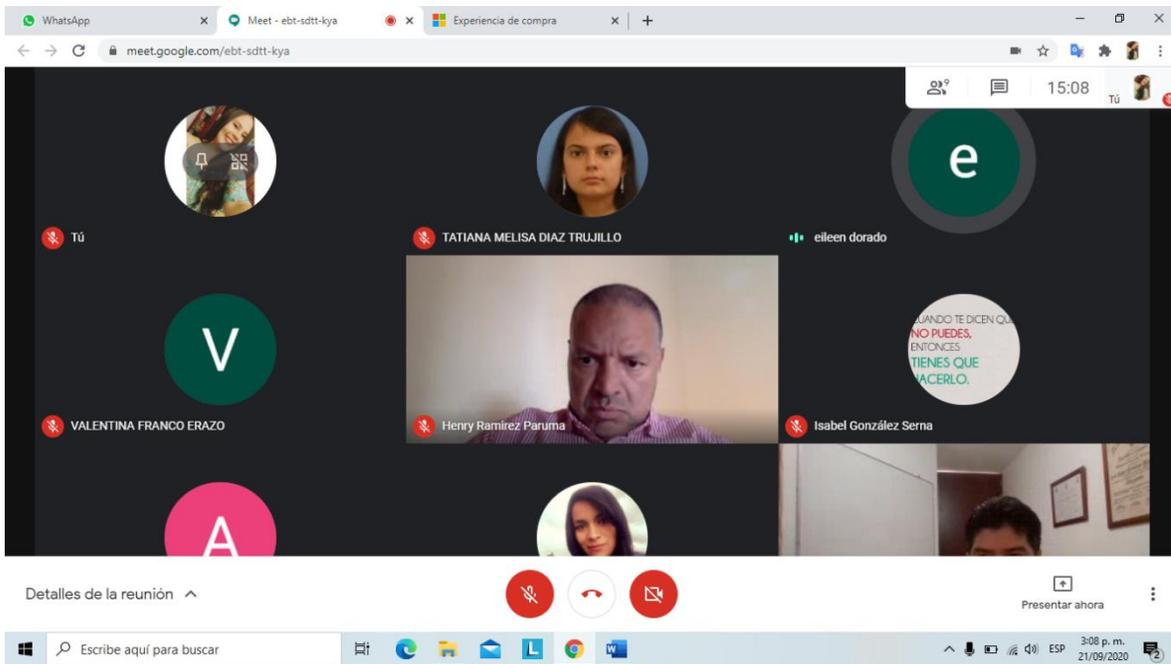
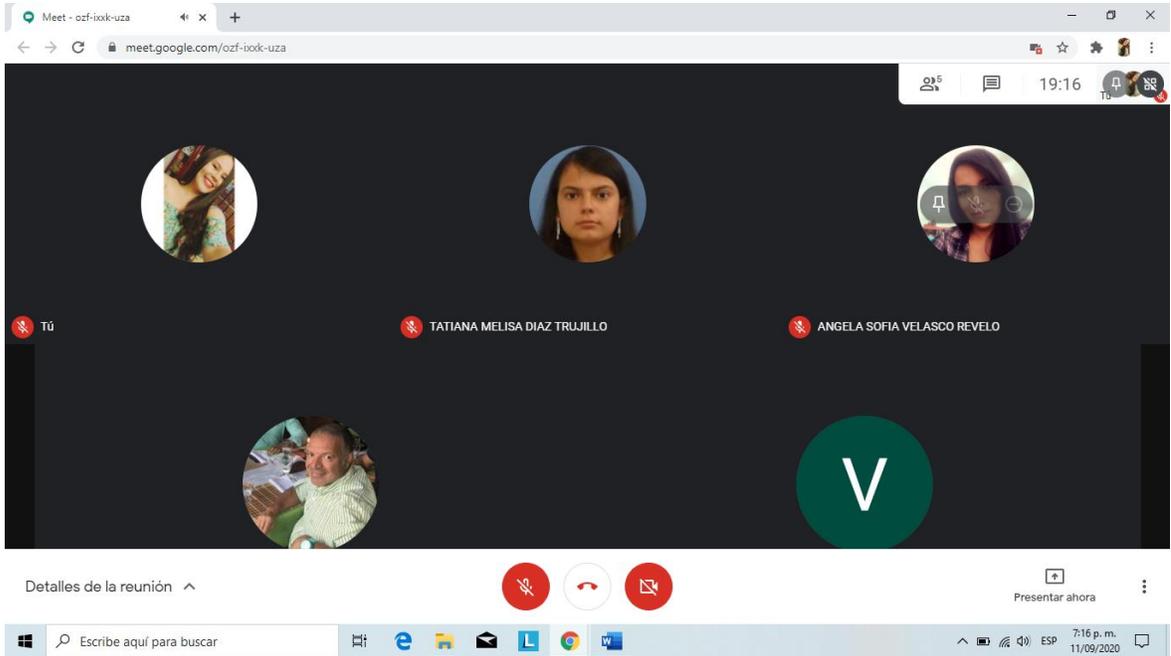
Anexo 2

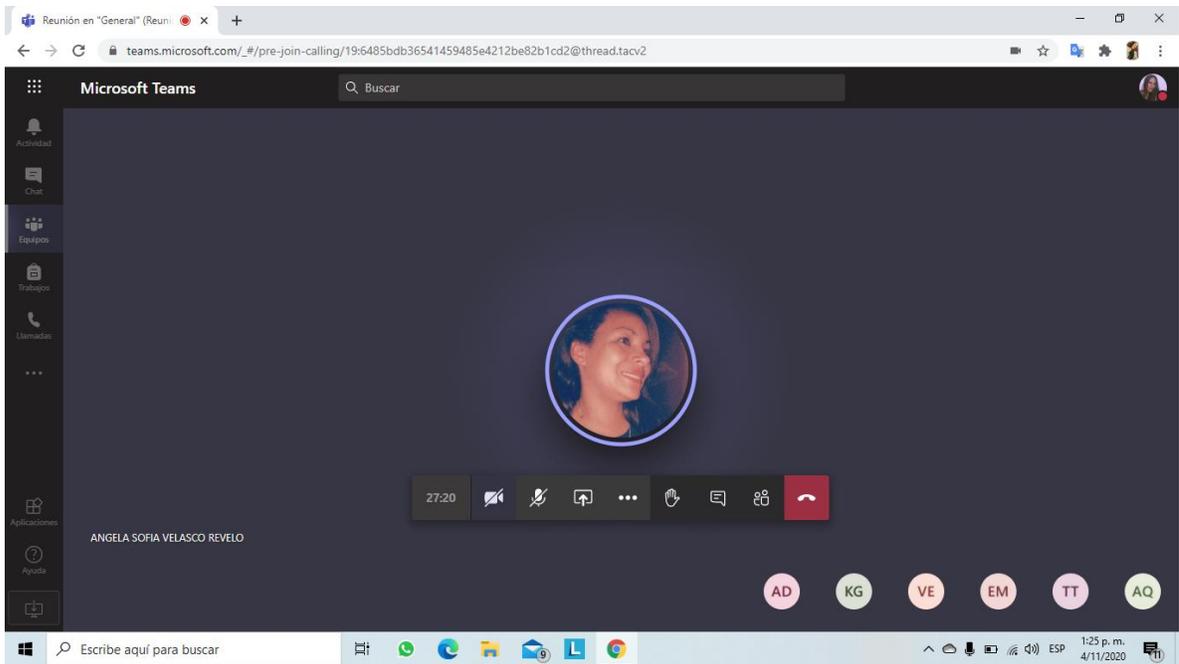
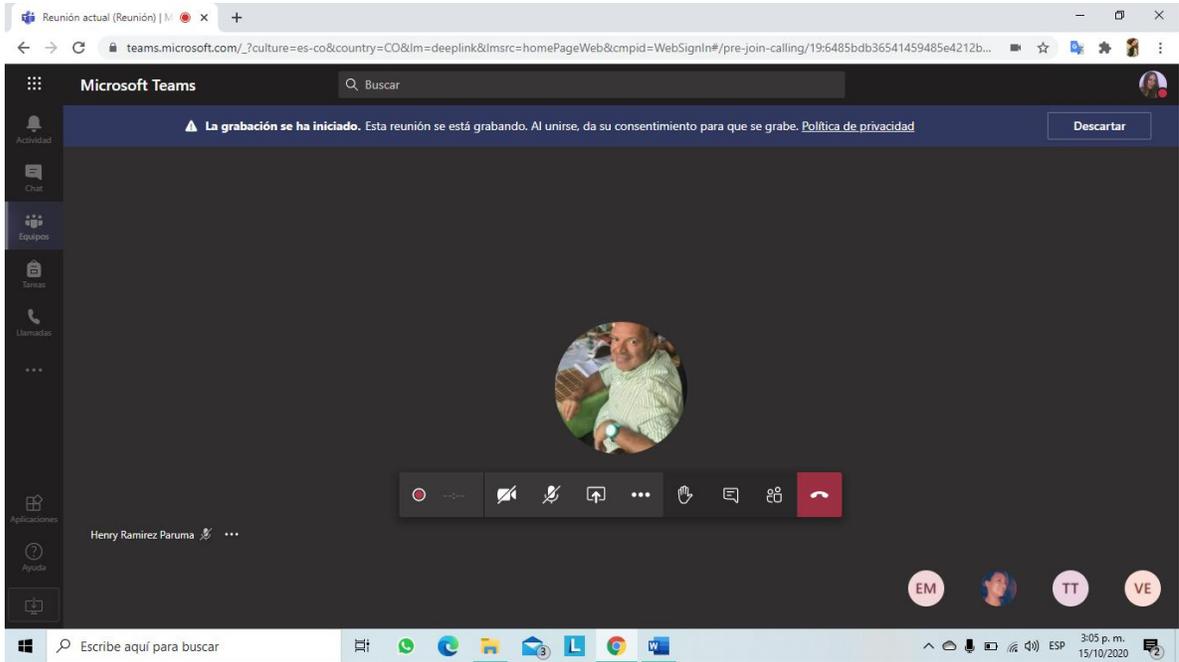
Reuniones virtuales

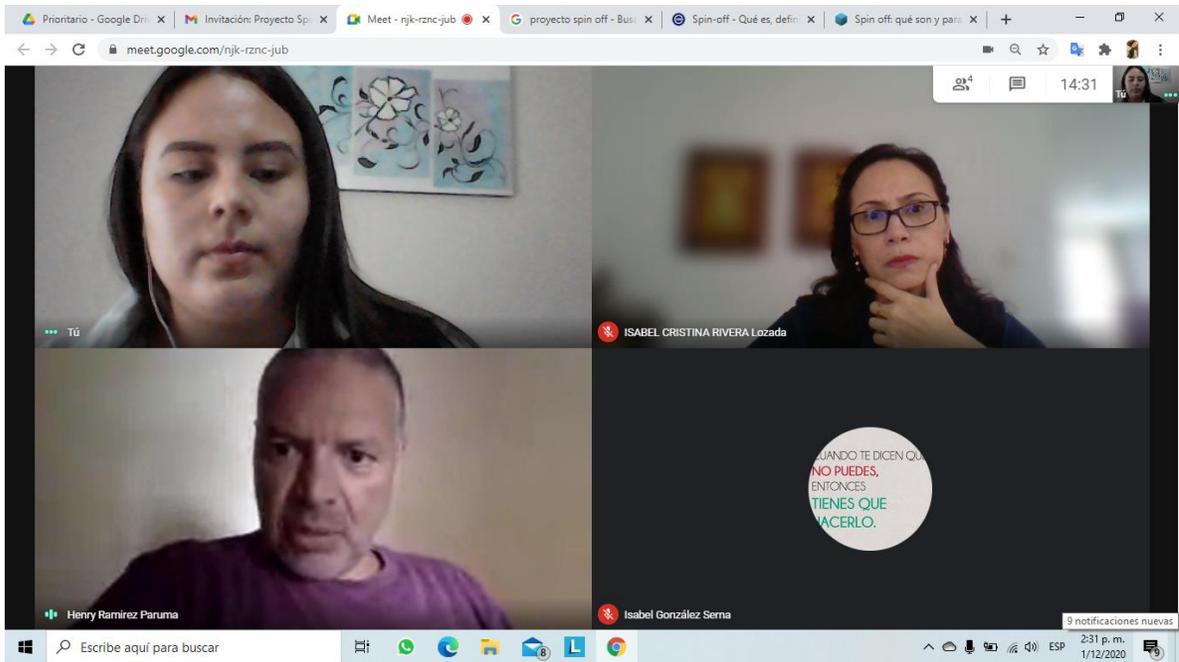
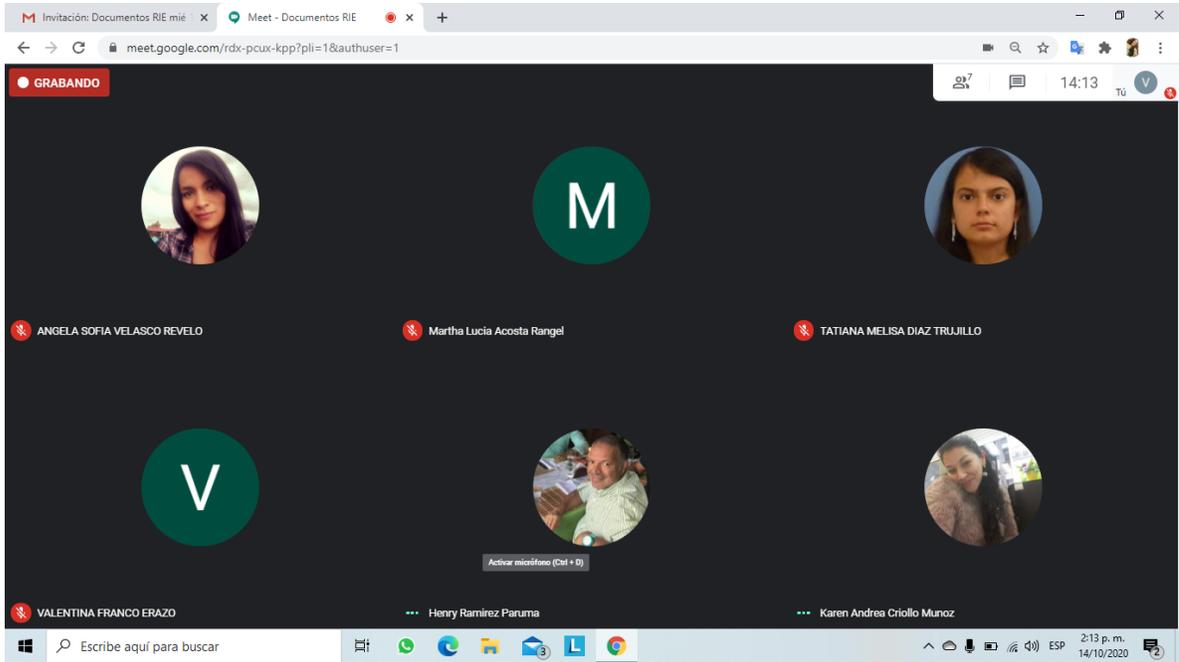
The image shows a Google Meet interface. At the top, a red banner says "GRABANDO" and "ANGELA SOFIA VELASCO REVELO está presentando". The main window displays a PDF document titled "¿Qué ES LA RIE?". The document content includes:
"La Ruta de la Innovación y el Emprendimiento – RIE del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca es una estrategia académica impulsada por la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. De esta manera la RIE busca promover iniciativas de emprendimiento en sus estudiantes y los emprendedores de la región, por medio de capacitaciones, asesorías y acompañamiento en el proceso de ideación, formulación, estructuración y formulación de empresas."
"¿Cómo LO HARÁ?"
• Fomentando el emprendimiento social, investigativo y empresarial.
• Propiciando escenarios para la difusión del espíritu emprendedor basados en el desarrollo de la creatividad e innovación."
An Adobe Acrobat PDF viewer is overlaid on the right side of the PDF, showing options like "Exportar archivo PDF", "Adobe Export PDF", and "Convertir a". The Meet interface also shows a grid of participants' avatars and a "Detalles de la reunión" sidebar on the right listing 14 people.

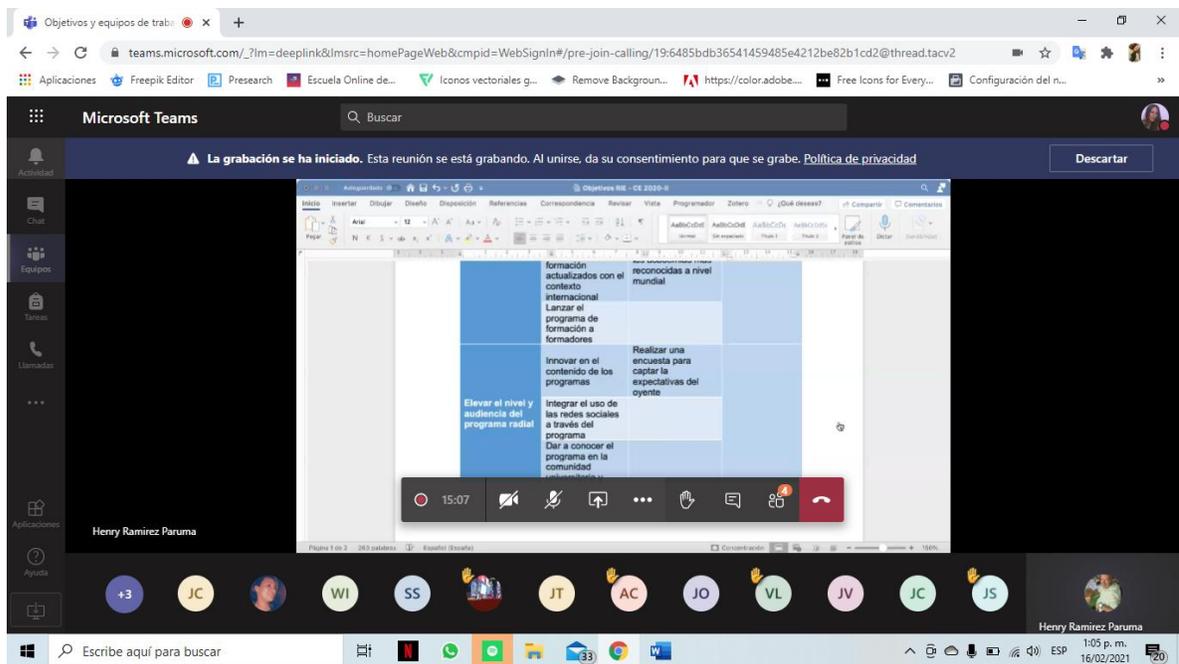
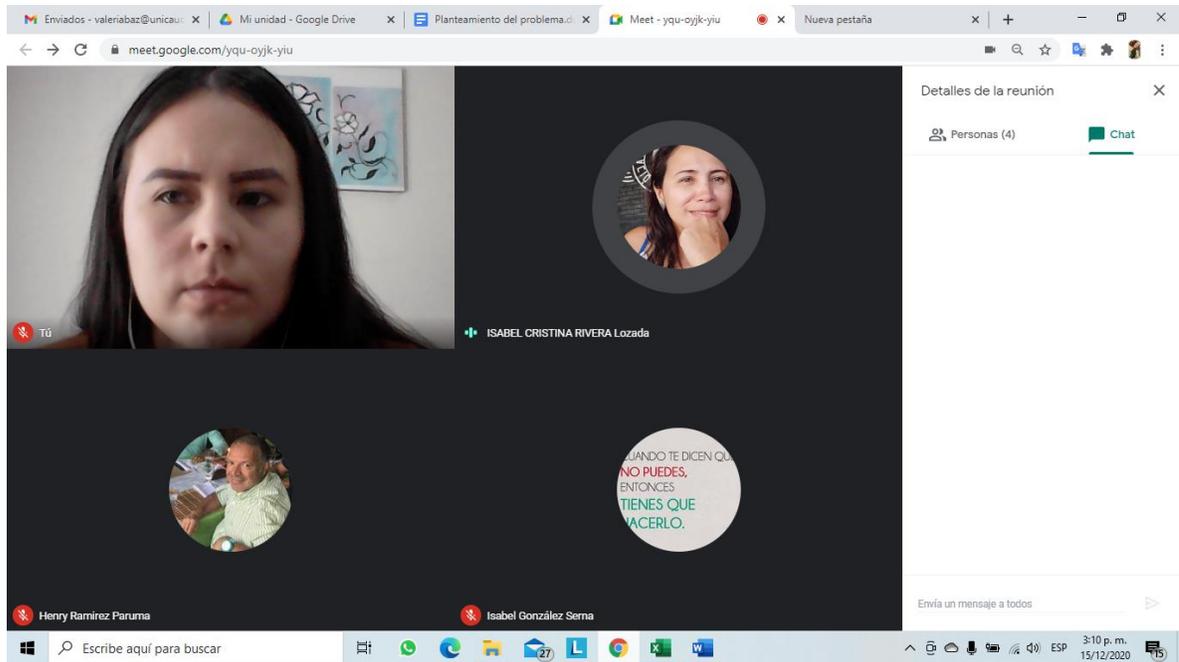
The image shows a WhatsApp group chat interface. At the top, it says "2:02" and "WhatsApp". The group name is "EM". The chat shows several participants with their names and profile pictures:
• Eileen L.
• Angela S.
• Arley M.
• Adriana O.
• Henry R.
• Valentina
There are also several circular icons with initials: "EM" (yellow), "AM" (green), "AG" (orange), "VE" (grey), and "VA" (purple).





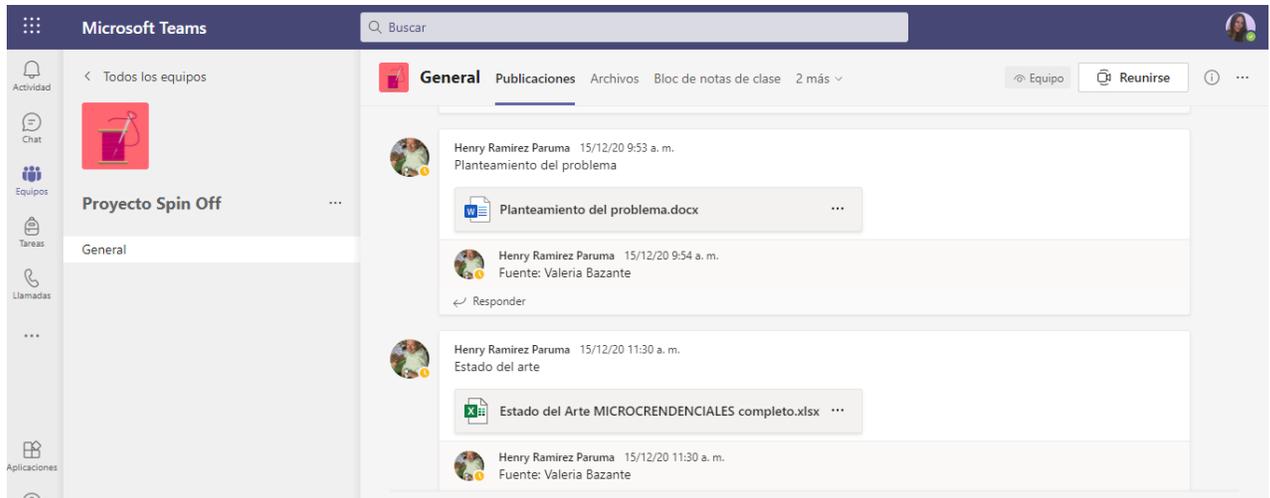






Anexo 3

Evidencia del planteamiento del problema del artículo sobre credenciales alternativas



Anexo 4

Parte del estado del arte para artículo investigativo sobre el aprendizaje para la vida

No	Título	Autores	Año	Objetivo	Metodología	Población	Conclusiones	Resultados	Link	Referencia
1	Cursos Masivos Abiertos en Línea para la educación continua para profesionales de enfermería en Perú	Guido Benderi-Quispe, Renatta Hermández-Vásquez, Fiorella Inga-Berospí, Daniel Flavio Conder	2020	Determinar la oferta global de Cursos Masivos Abiertos en Línea (MOOC) en salud y enfermería, y conocer las características de su contenido, para la formación continua de los profesionales de enfermería en el Perú.	Estudio exploratorio	Cursos de las cinco áreas de enseñanza reconocidas por el Colegio de Enfermeras del Perú (CEP) de los sitios web: Coursera, eX, FutureLearn, XuetangX y Udacity, Class Central y MOOC List.	Los Cursos Masivos Abiertos en Línea son una herramienta útil para la formación continua del enfermero peruano dada la amplia oferta, incluidos algunos específicos para enfermeros, en las diferentes áreas de la enfermería. El contenido del curso está principalmente en inglés. Ampliar la gama de idiomas o subtítulos facilitaría la participación de una audiencia más amplia.	Se encontraron un total de 654 cursos en esta modalidad en salud, que abarcan las cinco áreas contempladas por el Colegio de Enfermeras del Perú. Se desarrollaron catorce cursos específicamente para enfermería con una duración media de cinco semanas (3,2 horas semanales de actividades). Once procedían de instituciones anglosajonas, con contenido en español y uno en turco.	http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0116-1162/2020000100356&lng=en	Benderi-Quispe, Guido, Quijano-Escate, Renatta, Hermández-Vásquez, Akram, Inga-Berospí, Fiorella, & Conder, Daniel Flavio. (2020). Massive Open Online Courses foro continuing education for nursing professionals in Perú. Revista Latinoamericana de Enfermagem, 28, e3297. Epub July 01, 2020 https://doi.org/10.1590/1518-8345.3803.3297
2	Escribir para convencer: experiencia de diseño instruccional en contextos digitales de autoaprendizaje	Karen Shirley López Gil, Sergio Chacón Peña	2020	Analizar la experiencia de diseño, implementación y evaluación del curso abierto Escribir para convencer, creado por la Pontificia Universidad Javeriana (Colombia), en la plataforma eX.	Estudio descriptivo	Participantes del curso de escritura argumentativa denominado Escribir para convencer, creado por la Pontificia Universidad Javeriana (Colombia), en la plataforma eX.	El diseño y la realización del MOOC Escribir para convencer constituyó una oportunidad invaluable respecto a la configuración renovada del paradigma docente, así como el impacto en la praxis pedagógica y una mirada innovadora sobre otras formas de aprender.	En los perfiles sociodemográficos encontramos una distribución equilibrada de género: 52% de mujeres y 48% de hombres. Por otro lado en ambas versiones del MOOC identificamos que cerca de 40% de los inscriptos estuvo activo en algún momento del desarrollo del curso.	http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-6180/2020000100022&lng=en	LOPEZ GIL, Karen Shirley y CHACON PENA, Sergio. Escribir para convencer: experiencia de diseño instruccional en contextos digitales de autoaprendizaje. Apert. (Quadalaj, Jal.) [online]. 2020, vol.12, n.1, pp.22-38. Epub 16-Sep-2020. ISSN 2007-1094. https://doi.org/10.32370/ap.v12n1.1807
3	Cursos online abiertos masivos (Mooc) como entornos heuragógicos	Nikoleta Agonías, João Filipe Matos	2020	Mapear la literatura de los dos campos de investigación implicados, concretamente en el área de Mooc y heuragología para proporcionar una comprensión amplia y profunda sobre el potencial de la teoría heuragológica para el diseño de un Mooc.	Estudio exploratorio	Temas: heuragología, la teoría del aprendizaje autodeterminado, análisis del diseño de Mooc.	Durante la revisión del alcance, se encontró que la mayoría de las publicaciones encontradas en el área de la heuragología son de carácter teórico, centrándose en la descripción y discusión de la propia teoría. Se han identificado pocas publicaciones que describan estudios empíricos en los que se ha puesto en práctica la heuragología o el aprendizaje autodeterminado.	Los resultados indican que existe una brecha entre la alta autonomía que requiere el entorno de aprendizaje de Mooc y la audiencia de Mooc que no está preparada. Lo que aumenta la necesidad de comprender mejor a los alumnos en términos de su disposición para aprender en un Mooc.	http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-6681/2020000100017&lng=en	Agonías, Nikoleta, & Matos, João Filipe (2020). Os Cursos Online Abertos e Massivos (Mooc) como ambientes heuragógicos. Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos, 101(257), 17-33. Epub June 24, 2020 https://doi.org/10.24109/2176-6681.rbep.101257.4329
4	Competencias digitales en la formación de tutores virtuales en la Universidad Técnica del Norte, Ibarra-Ecuador	Andrea V. Bazantes-Andrade, Marcos Cabezas-González, Sonia Casillas-Martin	2020	En este artículo se presenta un estudio de caso que identifica y ratifica la importancia de las competencias digitales en la formación de los docentes relacionados con la educación virtual.	Esfuerzo mixto (cual-cuantitativo)	La población o universo para el desarrollo de la investigación estuvo conformado por 208 personas (85,87% hombres y 43,13% mujeres), las cuales, se inscribieron en el curso online para la "Formación de Tutores Virtuales", ofertado por la Empresa Pública "La U emprende EP" de la Universidad Técnica del Norte.	En conclusión, la formación de tutores virtuales en competencias digitales es esencial para desarrollar el pensamiento crítico, habilidades, conocimientos, actitudes y estrategias de uso eficiente y seguro de las tecnologías de información y comunicación en la educación en línea.	El 87% de los encuestados afirman haber mejorado sus competencias durante el desarrollo del curso en línea.	https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-2060/202000000269&lng=en	Bazantes-Andrade, Andrea V., Cabezas-González, Marcos, & Casillas-Martin, Sonia. (2020). Competencias digitales en la formación de tutores virtuales en la Universidad Técnica del Norte, Ibarra-Ecuador. Formación Universitaria, 13(3), 269-282. https://doi.org/10.4067/0718-20602000000269
5	La consultoría y asesoría: Alada estratégica para el fortalecimiento empresarial de las MIPYMES en Colombia	Diana Esther Álvarez Contreras, Karina Andrea Jiménez Lyons	2020	Determinar la necesidad de la asesoría y consultoría administrativa y tecnológica en las Mipymes, como alada estratégica para el fortalecimiento empresarial en Colombia	Metodología cuantitativa	Revisión documental, relacionada con la consultoría y asesoría administrativa y tecnológica, publicada desde el año 2009 en adelante y se tuvo en cuenta el estudio realizado por la OIT (Organización Internacional del Trabajo) sobre la consultoría de las empresas.	Las macro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), constituyen económica y socialmente un componente fundamental de desarrollo en los países al ofrecer gran diversidad de bienes y servicios de gran rotación y alta empleabilidad de los factores productivos. Sin embargo, estas virtudes no las exoneran de las exigencias regulatorias y la volatilidad con la que funciona el mercado, básicamente porque en su mayoría no cuentan con personal interno especializado que les permita tener una visión global y claridad de los mercados domésticos e internacionales.	Los servicios de consultoría y asesoría son necesarios para entender los cambios y desafíos del mercado y las dinámicas macroeconómicas; permitiendo ser sostenibles en el tiempo, independiente de su tamaño o actividad.	http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-8692/2020000100252&lng=en	Álvarez Contreras, Diana Esther, & Jiménez Lyons, Karina Andrea. (2020). LA CONSULTORÍA Y ASESORÍA: ALADA ESTRATÉGICA PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA. Tendencias, 21(1), 252-271. https://doi.org/10.22264/rtmtd.202101.136

Anexo 5

Manual de Imagen de la RIE

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

1. INTRODUCCIÓN
 2. LA MARCA
 • Representación
 • Construcción y modulación
 • Área de protección
 • Color
 • Tamaños
 • Tipografía
 3. VARIANTES Y OTROS USOS
 4. USOS NO CORRECTOS
 5. APLICACIONES

RIE

INTRODUCCIÓN

El estilo y la consistencia en las comunicaciones de una compañía definen su personalidad y su identidad corporativa, lo que la hace identificable en el mercado.

La finalidad de este manual es reunir las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la Ruta de la Innovación y Emprendimiento RIE. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todos aquellos responsables de interpretar, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

Como elementos propios establecen las pautas de construcción, el uso de tipografía, forma y color del logotipo, creando una unidad en los orígenes y usos de los diferentes canales de comunicación.

2 LA MARCA

RIE

REPRESENTACIÓN LOGOTIPO

REPRESENTACIÓN RECOMENDACIÓN

RIE
RIE

Tipografía: **Roboto Bold Condensed** Colores: **Corporativos**

CONSTRUCCIÓN Y MODULACIÓN

El logotipo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor X.

Se establece como unidad de medida, de esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas

AREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección alrededor del logotipo. Esta área deberá estar evanta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "M". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).

COLOR

PANTONE 648 C
 CMYK C: 100 M: 89 Y: 0 K:88
 RGB R: 0 G: 45 B: 91
 HTML: #002E8D

PANTONE 2035 C
 CMYK C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0
 RGB R: 255 G: 0 B: 0
 HTML: #FF0000

PANTONE 11-0601 TPO Bright White
 CMYK C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
 RGB R: 255 G: 255 B: 255
 HTML: #FFFFFF

COLOR USO CON FONDO PANTONE 2035C

PANTONE 2035 C
 CMYK C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0
 RGB R: 255 G: 0 B: 0
 HTML: #FF0000

TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN

Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción impresa y digital

IMPRESIÓN
 130mm 35mm

DIGITAL
 190px 132px

TIPOGRAFÍA

Roboto Bold Condensed
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Roboto Condensed
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Roboto Condensed Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

La familia tipográfica que se recomienda, es la **Roboto Bold Condensed**.

Se eligió esta tipografía para dar continuidad al estilo del logo y por su claridad, estilo sencillo y buena legibilidad.

La tipografía Roboto, tiene licencia DaFont y se puede encontrar en: <https://www.dafont.com/w/roboto.font>

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Quicksand Bold
 ABCDEFGHJKLMNPQRSTUWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Quicksand Book
 ABCDEFGHJKLMNPQRSTUWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Quicksand Light
 ABCDEFGHJKLMNPQRSTUWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

La tipografía Quicksand, tiene licencia DaFont y se puede encontrar en: <https://www.dafont.com/w/quicksand.font>

TIPOGRAFÍA USO PUBLICITARIO Y EDITORIAL

ubuntu-title
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Para el material publicitario, proponemos el uso de la tipografía Ubuntu. Ya que se complementa con la tipografía corporativa

La tipografía Ubuntu, tiene licencia DaFont y se puede encontrar en: <https://www.dafont.com/w/ubuntu-title.font>

3 VARIANTES Y OTROS USOS

RIE

USO EN FONDOS DE COLOR E IMÁGENES

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en escala de grises.

Fondo de color claro de contraste

Imagen e fotografía con predominio oscuro

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que imperar en todos los aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse de la manera original o en sus escala de grises, en función de la luminosidad del fondo.

Fondo de color oscuro de contraste

Imagen e fotografía con dominante clara

USO SIN DENOMINACIONES

4
USOS NO CORRECTOS

19

MAL USO O MODIFICACIÓN DE LOS COLORES CORPORATIVOS

USOS INCORRECTOS
Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta de la marca. El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de la misma.

20

DISTORSIÓN DE LAS PROPORCIONES HORIZONTAL Y VERTICAL

USOS INCORRECTOS
Estas recomendaciones son para todas las variantes de la marca.

21

USOS INCORRECTOS SOBRE DIFERENTES FONDOS

USOS INCORRECTOS SOBRE DIFERENTES FONDOS

22

USOS INCORRECTOS SOBRE DIFERENTES FONDOS

23

EJEMPLO PRACTICO De uso incorrecto de la marca.

24

5
APLICACIONES EJEMPLOS

RIE

25

APLICACIONES IDEAS ARTICULOS PUBLICITARIOS

26

APLICACIONES IDEAS ARTICULOS PUBLICITARIOS

27

APLICACIONES IDEAS ARTICULOS PUBLICITARIOS

28

APLICACIONES IDEAS ARTICULOS PUBLICITARIOS

29

APLICACIONES IDEAS ARTICULOS PUBLICITARIOS

30

APLICACIONES IDEAS ARTICULOS PUBLICITARIOS

31

APLICACIONES IDEAS ARTICULOS PUBLICITARIOS

32

APLICACIONES IDEAS ARTICULOS PUBLICITARIOS

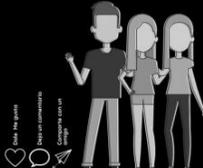
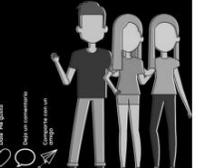
33

PARA MÁS INFORMACIÓN
rie@unicauca.edu.co

Ruta de la Innovación y emprendimiento | unicauca | RIE_unicauca

34

Diseño de las piezas publicitarias para la campaña de la RIE

<p>RIE</p> <p>HERRAMIENTAS PARA GENERAR UNA BUENA IDEA DE NEGOCIO</p> <p><small>Ruta de la Innovación y emprendimiento generalizadora</small></p>	<p>RIE</p> <p>Hoy te compartimos unas de nuestras herramientas favoritas para generar las mejores ideas de negocio.</p> <p><small>Ruta de la Innovación y emprendimiento generalizadora</small></p>	<p>RIE</p> <p>DESIGN THINKING</p> <p>Es un método de solución de problemas, mediante el cual los datos recolectados se expresan visualmente con el fin de crear nuevas estrategias, formas y métodos para solucionar problemas, crear oportunidades y fortalecer debilidades.</p> <p><small>Ruta de la Innovación y emprendimiento generalizadora De Visually</small></p>	<p>RIE</p> <p>MODELO CANVAS</p> <p>El modelo canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en 9 bloques que son los principales aspectos del negocio y la propuesta de valor.</p> <p><small>Ruta de la Innovación y emprendimiento generalizadora De Visually</small></p>	<p>RIE</p>  <p><small>Crear tu propia Ruta de Innovación y Emprendimiento Compartirla con un Buen amigo</small></p>
<p>RIE</p> <p>HERRAMIENTAS PARA DAR A CONOCER TU IDEA DE NEGOCIO</p> <p><small>Ruta de la Innovación y emprendimiento generalizadora</small></p>	<p>RIE</p> <p>El día de hoy te queremos enseñar las mejores herramientas para dar a conocer tu idea de negocio. ¡Desliza!</p> <p><small>Ruta de la Innovación y emprendimiento generalizadora</small></p>	<p>RIE</p> <p>STORYTELLING</p> <p>Es el arte interactivo de usar palabras y acciones para mostrar los elementos e imágenes de una historia mientras se estimula la imaginación del oyente. Esta herramienta te es útil para hacer un buen Pitch.</p> <p><small>Ruta de la Innovación y emprendimiento generalizadora De Visually</small></p>	<p>RIE</p> <p>ELEVATOR PITCH</p> <p>Es la presentación de un emprendedor acerca de su modelo de negocio, dirigida a alguien que quiera proporcionar financiación a su Startup. Tiene una duración de 1 a 3 minutos!</p> <p><small>Ruta de la Innovación y emprendimiento generalizadora De Visually</small></p>	<p>RIE</p>  <p><small>Crear tu propia Ruta de Innovación y Emprendimiento Compartirla con un Buen amigo</small></p>

Anexo 7

Piezas publicitarias de la campaña para la RIE





Anexo 8

Interacción en redes con las piezas de la campaña de la RIE

< **Comentarios** ...

 **rieunicauca** 5 canciones para motivarte cuando te sientes derrotado. 🥱
 La música 🎵 es el mejor aliado para toda nuestra vida y nuestras emociones, por eso hoy te compartimos algunas de nuestras canciones favorita que nos inspiran y nos llenan de la mejor energía. ¿Cuáles son esas canciones que te inspiran? 🎵
 Recuerda comentar guardar y compartir con alguien que le interese. 😊
 #Colombia #Popayan #Unicauca
 #Universidaddelcauca #emprendedor #emprender
 #negocio #tipsemprendimiento #marketing
 #marketingdecontenidos #emprededorpopayan #rie
 #publicidad #cursos #trucos #educacion
 #tipseducativos #educacion #marketingonline
 #musica #inspiracion #motivacion
 #cancionesparamotivarse #song

2sem

 **caicedocarola** Que no se les olvide que el contenido es para un público de habla hispana. En español deben haber canciones interesantes también. ❤️

2sem Responder

 **rieunicauca** @caicedocarola nosotros compartimos algunas canciones que nos inspiran 😊 pero claro lo tendremos en cuenta para la próxima, cuéntanos qué canción te inspira a ti ? ❤️

2sem Responder

— Ver una respuesta más










 Agrega un comentario como rieuni...

Anexo 9

Estadísticas de Instagram de la primera semana de la campaña

Alcance	
Últimos 7 días ▾	
Impresiones	451
+105,9% vs. 11 mar - 17 mar	
Actividad de la cuenta	23
Visitas al perfil	23
+4,5% vs. 11 mar - 17 mar	
Toques en el botón "Correo"	0
0% vs. 11 mar - 17 mar	
Toques en el botón "Llamar"	0
0% vs. 11 mar - 17 mar	
Principales publicaciones	Ver todo
Según el alcance	
	102 cuentas alcanzadas 23 mar
	89 cuentas alcanzadas 19 mar
	74 cuentas alcanzadas 24 mar
Principales historias	Ver todo
Según el alcance	

Anexo 10

Estadísticas de Instagram en el ultimo mes de la RIE



Anexo 11

Pantallazo de correo de diapositivas para evento que la RIE participó

Gmail interface showing an email titled "Presentación modelo CANVA". The email is from Valeria Bazante Lopez, dated Monday, November 9, 2020, at 18:40. The email content includes a message: "Hola Sofia te envié las diapositivas con lo que había que agregar" and a reference to a previous email from the same sender on Monday, November 9, 2020, at 18:40. An attachment titled "Modelo Canva Vale..." is visible, with a thumbnail showing text: "TALLER: Business Model generation Modelo CANVA". The interface includes a left sidebar with navigation options like "Redactar", "Correo", "Enviados", "Borradores", "Chatear", "Salas", and "Reunión". The top bar shows the search bar with "in:sent" and various utility icons.