

POLITICA INSTITUCIONAL DE EMPRENDIMIENTO EN LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA

Carlos Alberto Palacio Londoño

Economista, M. Sc.

Administración de Proyectos, UCI de Costa Rica

Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia

Unidad de Emprendimiento

RESUMEN

Una Política Pública es el reconocimiento oficial desde la alta dirección, para que un área específica como gestión de calidad, extensión académica, riesgos profesionales e investigación, sean reconocidos y avalados en el presente y futuro por todos los actores de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia.

Es así como la Unidad de Emprendimiento y Empresarismo adscrita a Extensión Académica y Proyección Social, presenta la propuesta de generar a través de un acto administrativo la **POLITICA INSTITUCIONAL DE EMPRENDIMIENTO EN LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA.**

El trabajo parte del Marco regulatorio, describe la concepción de Políticas Públicas, continúa con la descripción de política d emprendimiento, pasa al modelo de diseño de la Política Institucional de Emprendimiento y termina con el acto resolutorio de acogimiento para dicha Política.

PALABRAS CLAVES:

Política Pública, emprendimiento, resolución, actores, IES

ABSTRACT:

Public Policy is the official recognition from top management, for a specific area such as quality management, academic outreach, and research occupational hazards are recognized and guaranteed in the present and future for all stakeholders of the university's College Antioquia. This is how the unit attached to Entrepreneurship Entrepreneurship and Academic Outreach and Social Projection, presented the proposal to create through the administrative act INSTITUTIONAL POLICY ON ENTREPRENEURSHIP INSTITUTION COLLEGE HALL OF ANTIOCH.

The work of the regulatory framework, describes the design of public policies, continues with the description of enterprise policy, goes to the design model of the Institutional Policy on Entrepreneurship and ends with the decisional act of welcome to the policy.

KEYWORDS:

Public policy, entrepreneurship, resolution, actors, IES

1. MARCO REGULATORIO

La ambientación legal, en la necesidad de una Política Institucional en la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA, se basa en estos ítems:

- La propuesta Rectoral en su campo de acción Institución, numeral 2.3, se propone crear en el Colegio Mayor una cultura de emprendimiento que sea transversal a todo el currículo de la Institución
- El Plan de Desarrollo 2009-2011 de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA, propende por definir unas metas a través de ideas innovadoras que se transformen en realidades empresariales, estructurando y consolidando la Unidad de Emprendimiento y Empresarismo.
- Que el Decreto 1192 de 2009 en su: Artículo 1°.Promueve la Red Nacional para el Emprendimiento. La Red Nacional para el Emprendimiento (RNE), adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Ley 1014 de 2006 en su capítulo II establece:“Que todos los estamentos de educación del país, entendiéndose como centros de educación básica, formal y para el trabajo y desarrollo humano no formal, deberán contar con unidades de emprendimiento, desarrollo empresarial, y/o programas académicos o sistemas de información que estimulen la formación al emprendimiento y a la creación de empresas, cuya implementación

reconozca que el emprendimiento es objeto de conocimiento y de investigación.”

- La visión de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia propuso: “Como una entidad Pública de Educación Superior, será reconocida en el 2019 como líder en el contexto académico por la calidad de sus procesos, la pertinencia de sus programas y el impacto de sus Graduados en el medio local, regional, nacional e internacional.”
- Que La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, como entidad Pública de Educación Superior, por medio del ejercicio académico, investigativo y de proyección a la comunidad, contribuye con responsabilidad social a la formación integral de seres humanos que aporten al desarrollo del país.

2. CONCEPCIÓN DE LAS POLÍTICAS PUBLICAS

Las políticas públicas desde una visión axiológica tienen varias interpretaciones:

- 1) Concebida como el ámbito del gobierno de las sociedades humanas
- 2) Concebida como la actividad de la organización y lucha por el control del poder
- 3) Concebida como la designación de los propósitos y programas de las autoridades públicas

Las políticas públicas son el conjunto de acciones que manifiestan una determinada modalidad del Estado o de una Organización en relación a una cuestión que concita atención, interés y movilización de otros actores de la sociedad es lo que se denomina una Política Pública. (O´donell & Oszlack, 1990) y que, dentro de sus características importantes se encuentran:

- Cuentan con un respaldo de normas de cumplimiento obligatorio y en consecuencia,
- tienen repercusiones en la sociedad afectando la vida de las personas e influyendo en su interpretación de la realidad
- El reconocimiento de una política implica decisión
- Tienen una intencionalidad expresada en resolver una problemática, aprovechar una potencialidad o antevenir a ciertos intereses

- Reconoce el carácter público de la decisión: atender un problema de interés público, pasar por un debate público y emplear recursos públicos

La construcción de una política pública tiene tres ópticas o dimensiones:

- **La dimensión simbólica o conceptual**

Corresponde al proceso de construcción de problemas, explicitación de demandas, elaboración de discursos apoyados en determinados valores, marcos cognitivos, sistemas de creencias y finalmente la conformación de la agenda pública de actuación (agenda pública)

- **Dimensión sustantiva**

Corresponde al proceso de formulación de políticas y toma de decisiones. Es decir, a la fase en que se negocian los contenidos, y opciones de fondo y se formalizan por medio de las decisiones jurídicas respaldadas (agenda de gobierno)

- **Dimensión operativa**

Implementación de la política: corresponde al proceso de implementación. En él se ponen en marcha mecanismos de producción de servicios, programas y proyecto

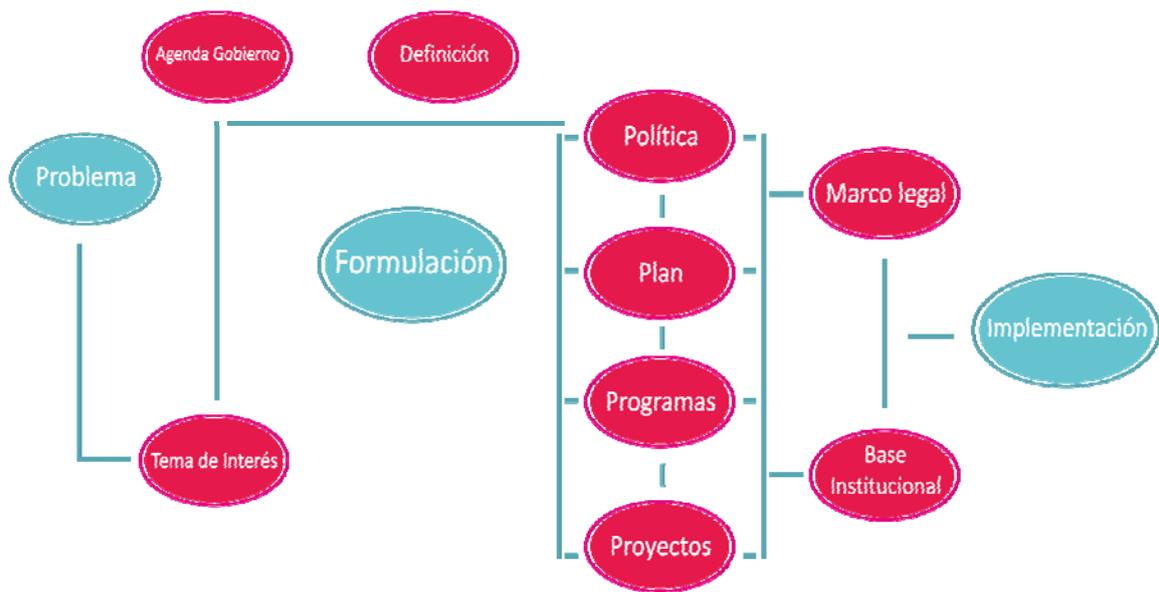
Las fases para la construcción de una política pública son:

1. Formación de la agenda que produce la agenda de gobierno
2. Formulación de la política que produce proposiciones de la política: Fines, metas y medios efectivos de actuación.
3. Implementación de la política que produce acciones de la política y acciones del programa. Esto conduce a: Efectos de la política, evaluación de sus efectos y decisiones sobre el futuro de la política.

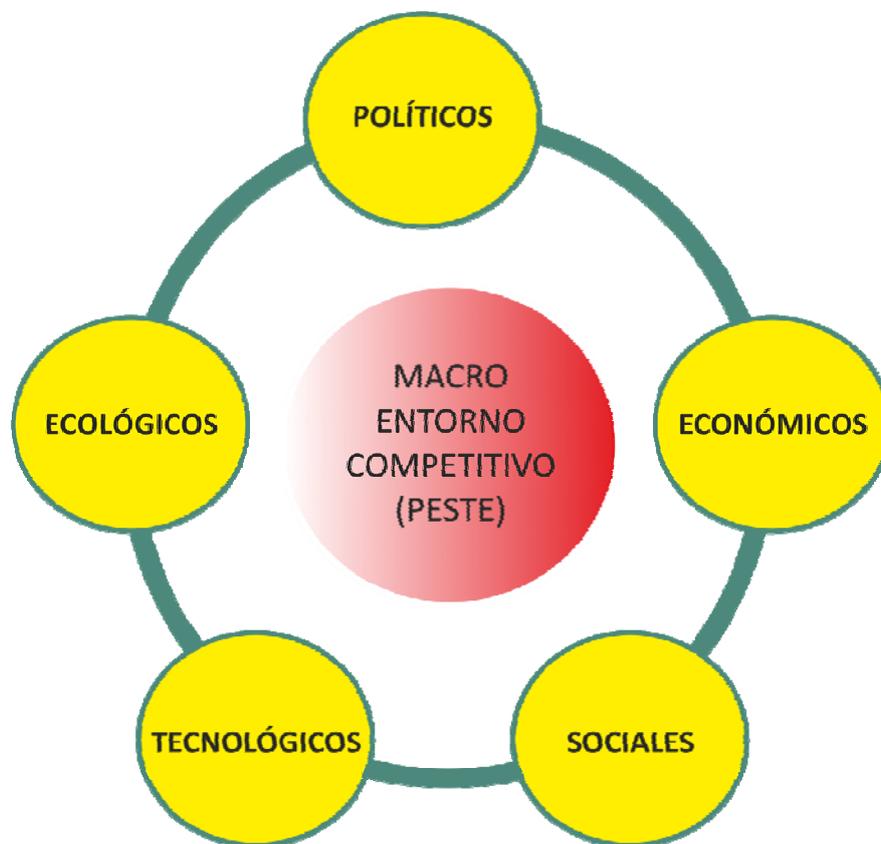
3. POLITICA DE EMPRENDIMIENTO

Son acciones organizadas por parte del estado frente a las consecuencias sociales, económicas y culturales de la acción de emprender en la población y en el individuo.

La ruta crítica de la política de emprendimiento es:



Los factores de formulación de una política de emprendimiento es el macro entorno competitivo y el análisis PESTE, factores: Políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos.



Existen 5 pilares para la formulación de una política de emprendimiento:



1. Investigación:

- Alianzas estratégicas con los Grupos de profundización, o los grupos de Investigación: desarrollo de proyectos de alto impacto
- Investigación aplicada y emprendimiento: llamados a generar, actuar y concretar las acciones
- Desarrollo de investigación en desarrollo del espíritu emprendedor

2. Formación y docencia:

- Docentes capacitados permanentemente (según saberes, a la medida)
- Desarrollo de redes colegajes – interinstitucionales
- Flexibilidad curricular
- Multidisciplinariedad
- Incentivos académicos para profesores y consultores (escalafón)
- Espacios de confrontación de los estudiantes respecto al emprendimiento

3. Extensión:

- Identificación efectiva de los segmentos de mercado y los productos de interés (valor y uso)

- Efectividad en la divulgación y comercialización de productos
- Productos a la medida de las necesidades de los clientes y usuarios

4. Gestión:

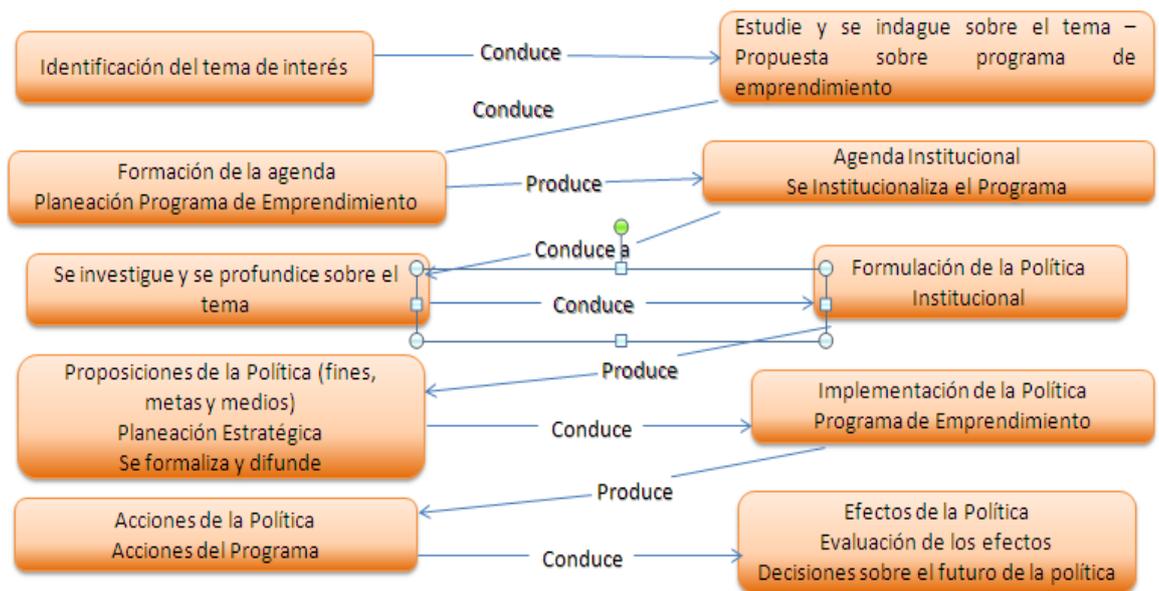
- Eficiencia en procesos administrativos
- Gestión del conocimiento: documentación, registro de productos, sistematización de la experiencia del equipo
- Flexibilidad de la Unidad
- Acceso a un presupuesto institucional: de diferentes dependencias (investigación, extensión, docencia y administración)
- Política clara sobre emprendimiento: direccionamiento claro institucional, no solo rectoral.
- Descentralizar Emprendimiento, emprendimiento es de la Universidad, no de una oficina ni de un departamento: desarrollo de una estructura emergente

5. Operación

- Continuidad y constancia en el desarrollo de los procesos
- Especialización de los roles y funciones y complementariedad
- Rapidez de respuesta en el desarrollo y entrega de productos y servicios
- Personalización
- Flexibilidad, disposición dinámica
- Efectividad en la divulgación y comercialización de productos
- Claridad en procesos de financiación
- Desarrollo de intra-networking
- Desarrollo de redes de trabajo interinstitucionales

4. MODELO DE DISEÑO DE POLITICA INSTITUCIONAL DE EMPRENDIMIENTO

Una Política Institucional de emprendimiento es aquella que se construye a partir de las diferentes dependencias de la IES(Institución de Educación Superior), en la búsqueda de un objetivo específico, con el fin de buscar el logro de bienestar común. Una Política Institucional parte de la estructuración de acciones construidas participativamente en torno a un determinado Interés Común y que trasciende los intereses del direccionamiento del Rector de turno. En la siguiente figura se describe visualmente el modelo de diseño para una política institucional de emprendimiento.



Los parámetros generales para instaurar la POLITICA INSTITUCIONAL DE EMPRENDIMIENTO en la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia son:

- Realizar Acciones Participativas
- Contemplar Planeación Prospectiva
- Desarrollar Análisis Situacionales
- Identificar Recursos Disponibles en el entorno competitivo
- Conocer Experiencias Exitosas
- Asegurar Adecuada Difusión
- Identificar al Líder Institucional

- Definir Compromisos Políticos
- Aplicación a Nivel Institucional
- Realizar Monitoreo y Evaluación

El diseño de la política institucional de emprendimiento en IUCMA, tiene los siguientes estados:

- Enfoque y Principios
- Diagnóstico por Componentes PESTE - DOFA
- Objetivos General y Específicos
- Estrategias, Acciones, Metas e Insumos
- Indicadores y Sistema de Seguimiento y Evaluación
- Instancias Responsables y Fuentes de Financiación

5 RESOLUCION DE APROBACIÓN DE POLITICA INSTITUCIONAL DE EMPRENDIMIENTO EN LA IUCMA

RESOLUCION

“Por medio de la cual se definen políticas de emprendimiento y empresarismo en La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia”

LA RECTORA DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA, en uso de sus atribuciones legales y estatutarias, y

CONSIDERANDO:

La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia propuso en su visión “Como una entidad Pública de Educación Superior, será reconocida en el 2019 como líder en el contexto académico por la calidad de sus procesos, la pertinencia de sus programas y el impacto de sus Graduados en el medio local, regional, nacional e internacional.”

Que La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, como entidad Pública de Educación Superior, por medio del ejercicio académico, investigativo y de proyección a la comunidad, contribuye con responsabilidad social a la formación integral de seres humanos que aporten al desarrollo del país.

Que desde la Alcaldía de Medellín, se viene impulsando de manera institucional la generación de una cultura emprendedora entre los habitantes de la ciudad de Medellín.

Que La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia tiene como ejes orientadores:

- Formación de Ciudadanos que participen activamente en la sociedad.
- Difusión de las manifestaciones de pluralismo y diversidad cultural.
- Promoción de valores universalmente aceptados.
- El fomento de la innovación y la interdisciplinariedad
- El fomento de valores universalmente aceptados.
- El impulso de la universalidad del conocimiento.
- La Potenciación del desarrollo investigativo, científico, tecnológico, artístico y humanístico.

Que La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia desde el año 2007 viene formando a sus estudiantes en el desarrollo de competencias emprendedoras y empresariales que den lugar a iniciativas empresariales innovadoras y sostenibles.

Que La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia hace parte de los programas de emprendimiento Ciudad E, Fondo Emprender, Cultura E, Antójate de Antioquia y posee alianzas estratégicas con Tecnoparque Colombia, Institución Universitaria Salazar y Herrera y la Institución Universitaria de Envigado

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º. Adoptar la Política de Emprendimiento y Empresarismo en La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, en los términos siguientes:

1. CONTEXTO

1.1 CONTEXTO INTERNO

En el contexto de proyección institucional se establece el Emprendimiento como proyecto prioritario que se propone implementar la cultura del emprendimiento en el Colegio Mayor de Antioquia, transversal al currículo de la institución, convirtiendo la entidad en nido de nuevos proyectos empresariales enmarcado en un proceso sistemático.

El Colegio Mayor promoverá el emprendimiento creando las bases para que los estudiantes puedan, además de hacer sus primeros acercamientos empresariales, desplegar toda su iniciativa y creatividad.

Es fundamental establecer alianzas estratégicas con las entidades que ya han avanzado sustancialmente en el campo del emprendimiento, tales como el Sena, la Universidad de Antioquia, ITM, EAFIT, Fundación COOMEVA el Municipio de Medellín y el Banco de las Oportunidades, para garantizar el acompañamiento y la financiación de las iniciativas e ideas de negocio que se generen desde los diferentes campos del saber.

Acciones

Introducir el tema del emprendimiento en todos los currículos como competencia transversal.

Establecer alianzas estratégicas con entidades que tienen experiencias significativas.

Involucrar la Política de Emprendimiento en el Sistema de Gestión de Calidad institucional.

El Plan de desarrollo institucional 2.008-2012 del Colegio Mayor de Antioquia establece los derroteros que tracen el camino proyectado de “saber para dónde vamos”. Además, integra las estrategias que orientan el proceso de adaptación y cambio que vincula efectivamente la Institución con el Municipio de Medellín y ofrece los elementos esenciales para darle sentido y claridad a los diversos planes de acción.

Por ello el Plan de Desarrollo 2008-2012 de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, constituye el producto del pensamiento colectivo, que interpreta y articula el espíritu de los diferentes Planes: nacional, sectorial, decenal, departamental, municipal y la propuesta rectoral, para atender las necesidades locales en materia de formación integral, sin perder de vista las tendencias mundiales de la educación superior para la construcción de un mundo más armónico y civilizado.

La Institución se concibe la planeación del desarrollo como un proceso continuo y sostenido en el que toda la comunidad académica acuerda un proyecto común orientado al beneficio de todos, lo cual es garantía para la búsqueda de la solución a los problemas y conflictos de la sociedad, y la obtención de cambios trascendentales para afirmar que la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia se inserta de manera proactiva y dinámica en las exigencias educativas y estructurales del Siglo XXI.

Para facilitar su inserción en el contexto internacional y realizar alianzas estratégicas con otras IES, a través de redes interuniversitarias, se hace necesario que la Institución Universitaria incorpore la dimensión internacional en sus funciones sustantivas a través de la definición de una política que modifique la misión y la visión y permee las actividades del quehacer universitario además del apoyo decidido desde las altas directivas universitarias.

En la propuesta rectoral en el numeral 2.3 establece los fines y objetivos para el EMPRENDIMIENTO, así:

“En un contexto de desempleo, pobreza, saturación del mercado laboral y tendencia hacia el autoempleo y el desarrollo empresarial, se hace necesario crear en el Colegio Mayor una cultura de emprendimiento que sea transversal a todo el currículo de la Institución. Una sociedad con profesionales actualizados, reflexivos,

críticos y emprendedores tendrá un horizonte más amplio y mayores probabilidades de supervivencia en un mundo cada vez más competitivo y globalizado.”

1.2 CONTEXTO EXTERNO

La ley 1014 del 26 de enero del 2006, busca fomentar LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, entre estudiantes, graduados, empleados y público en general. El espíritu de la Ley son: la formación integral del ser humano, promoción de asociatividad, fortalecimiento de procesos de trabajo productivo, y apoyar los procesos de emprendimiento sostenibles de carácter: social, cultural, ambiental, regional e internacional.

Objetivos de la Ley de Emprendimiento colombiana

- *Promover la innovación y la creatividad.*
- *Fortalecer las unidades productivas existentes.*
- *Promover el espíritu emprendedor.*
- *Desarrollar y fomentar la cultura emprendedora.*
- *Que Colombia tenga emprendedores con ideas de negocios exitosas.*
- *Crear un vínculo ente el sistema educativo, la empresa, el estado y el emprendimiento.*
- *Generar empresas competidoras y reconocidas en el mercado nacional e internacional.*

Estrategias para fomentar el emprendimiento colombiano

- *Con la enseñanza obligatoria del emprendimiento desde el preescolar hasta la universidad.*
- *Creando sistemas de comunicación y orientación profesional en convenio con el SENA, ICFES y COLCIENCIAS.*
- *Estructurando formadores emprendedores.*
- *Con programas de acompañamiento para la consolidación de empresas a través de actividades como asesorías, plan padrino y otras.*
- *Generando programas de comunicación y promoción hacia la cultura emprendedora.*
- *Defendiendo la cultura del emprendimiento, con estrategias de posicionamiento a través de los medios de comunicación y los centros educativos.*

El Plan de desarrollo de la ciudad de Medellín 2004 – 2007 y el de 2008 – 2011 impulsan de manera fuerte la generación de una cultura emprendedora y empresarial en la ciudad de Medellín y para ello se genera el Programa Cultura E “Cultura del Emprendimiento” el cual esta conformado por una serie de Programas dirigidos a la población de la ciudad y muy especialmente a los jóvenes universitarios medellinenses, con instrumentos como concursos de ideas y planes de negocio en los ámbitos: barrial, base abierta, base tecnológica y base cultural.

Esto le ha dado a la ciudad una dinámica especial la pone a la vanguardia institucional de generar cultura emprendedora y empresarial.

Desde la propuesta rectoral se establece:

“En un mundo globalizado del Siglo XXI, la Institución tendrá que vincularse a redes nacionales e internacionales, que ofrezcan oportunidades para sus estudiantes, docentes y egresados, relacionadas con pasantías, doble titulación, investigación compartida, entre otras.

De otra parte, el Colegio Mayor de Antioquia deberá tener un papel protagónico dentro de las instituciones que conforman el denominado “Corredor Educativo” propiciando sinergias con las IES vecinas, y especialmente con las adscritas al Municipio de Medellín, ITM y próximamente el Pascual Bravo, no sólo para ampliar en la ciudad la oferta educativa sino para establecer alianzas para investigación, ofrecer programas conjuntos y articulados por ciclos, convenios de extensión, bienestar y cooperación, consolidando así el Sistema Universitario Municipal.

Para ello se establecen estas acciones

1. Establecer alianzas con el Sector Productivo, entes territoriales y comunidad
2. Diseñar estrategias de cooperación interinstitucional con IES-Corredor Universitario
3. Proyectar la Institucional en los ámbitos regional, nacional e internacional
4. Vincular la Institución a redes académicas nacionales e internacionales”

2. POLITICA DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO

La Política de Emprendimiento y Empresarismo del el Colegio Mayor de Antioquia desarrolla la caracterización del Emprendimiento y el Empresarismo en el Colegio Mayor de Antioquia, los parámetros para lograr la preincubación, formación, investigación, desarrollo e innovación, acceso a redes, alianzas estratégicas y cursos cortos de formación además de los procedimientos para la presentación de proyectos para la creación de empresas innovadoras y sostenibles.

2.1. DESCRIPCIONES GENERALES

2.1.1. **Emprendimiento** en El Colegio mayor de Antioquia el emprendimiento es una forma de pensar y actuar centrada en: Orientación al logro, creatividad e innovación, amplitud perceptual, Visión holística y Trabajo en equipo.

2.1.2. **Empresarismo** en El Colegio mayor de Antioquia se considera como la Etapa posterior del proceso emprendedor, se convierte en la estrategia que coadyuva en la construcción del tejido empresarial local, regional y nacional mediante la consolidación en la práctica de los planes de negocio, que conlleva a la creación de nuevas empresas, y su incidencia con acciones de capacitación y asesoría para su fortalecimiento, sostenibilidad y crecimiento, que a su vez se implementan en la atención a empresas constituidas de capital privado o de

economía solidaria, en la búsqueda de mayores niveles de productividad y competitividad.¹

2.1.3. Cultura Emprendedora: Es el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el EMPRENDIMIENTO, que surgen en la interrelación social, los cuáles generan patrones de comportamiento colectivos y establece una identidad entre sus miembros y lo identifica y diferencia de otro grupo. Esta cultura se sustenta en los siguientes principios:

1. Formación integral en principios y valores como: el desarrollo integral del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad, desarrollo del gusto por la innovación, el estímulo a la investigación y el aprendizaje permanente.
2. Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo, en torno a proyectos productivos con responsabilidad social.
3. Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad.
4. Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde las perspectivas: social, económica, cultural, ambiental, regional y local.²

2.1.4. Formación para el Emprendimiento: La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia percibe este concepto como el eje generador de la cultura del emprendimiento a partir de las cinco competencias básicas impulsadas por el ecosistema del emprendimiento en Medellín.

2.1.5. Competencias Emprendedoras: Serie de habilidades, destrezas, conocimientos y características que le permiten a un individuo tener un desempeño más elevado en la planeación y ejecución de iniciativas emprendedoras.³

2.1.6. Idea de negocio: La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia percibe la idea de negocio como es un breve boceto de lo que será su negocio (por lo general, no tiene más de 2 páginas de extensión).⁴; basada en el conocimiento, la creatividad y la innovación.

2.1.7. Proyecto Empresarial: La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia considera proyecto empresarial “aquel deseo de establecer una nueva unidad productiva o empresa que este respaldado por un estudio que determine su viabilidad técnica y financiera y su pertinencia social y académica.”⁵

2.1.8. Empresa: Una **empresa** es una **unidad económico-social**, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los **factores productivos** (trabajo, tierra y capital).⁶ Es una

¹ <http://www.ufpso.edu.co/secciones.php?se...>

² TOMADO DE POLITICA DE EMPRENDIMIENTO ITM

³ Ítem

⁴ Tomado <http://www.ventures.com.co/content/view/33/94/>

⁵ TOMADO DE POLITICA DE EMPRENDIMIENTO ITM

⁶ <http://definicion.de/empresa/>

entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la Finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

2.1.9. Plan de Negocios Es un documento único que será la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad económica de su iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales. Un "Plan de Negocios" (Business Plan, en inglés) debe entenderse como un estudio que, de una parte, incluye un análisis del mercado, del sector y de la competencia, y de otra, el plan desarrollado por la empresa para incursionar en el mercado con un producto y/o servicio, una estrategia, y un tipo de organización, proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permitan determinar el nivel de atractivo económico del negocio, y la factibilidad financiera de la iniciativa; y a largo plazo, mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente

2.1.10. Spin Off: Las spin-off son empresas que se crean en el seno de otra empresa o entidad ya existente, y normalmente, como iniciativa de algún empleado de la misma. La gran mayoría de las spin-off nacen de las universidades o de los centros de investigación públicos. Estas empresas o entidades de las que surgen hacen la función de matriz o incubadora, y sirven de apoyo para el despegue de las spin-off.

Las spin-off tienen su propia personalidad jurídica, con independencia de la empresa o entidad matriz. Por lo tanto, son empresas de nueva creación.

Las empresas spin-off que surgen de las universidades ayudan a transferir el conocimiento y la investigación científica al mundo empresarial, buscando su aplicación directa en los procesos productivos, incluso su comercialización. Además, mejoran la comunicación entre las universidades, el mercado y la sociedad. Normalmente estas empresas están fundadas por profesores, alumnos o miembros del personal administrativo y de servicios. Tienen apoyo institucional pero persiguen intereses privados.⁷

2.1.11. Empresa de Base Tecnológica –EBT.:

El concepto de empresas de base tecnológica (EBT) son aquellas empresas que surgen a raíz de proyectos de investigación de las universidades o de grandes empresas, o bien de parques tecnológicos. Sin embargo, también se acepta la posibilidad de que una empresa tradicional cumpla con los criterios para ser denominada EBT., a través de la aplicación sistemática de conocimientos técnicos y científicos.

2.1.12. Programación Neurolingüística.:

⁷ Tomado Política de Emprendimiento ITM

“La Programación Neurolingüística (PNL) es un trabajo terapéutico que estudia como los individuos se comunican consigo mismos, de tal manera, que originan estados de óptima disponibilidad de sus recursos y por lo tanto crean el mayor número posible de opciones de comportamiento: es un marco de referencia sistemático para dirigir el propio cerebro y lograr resultados deseables”⁸. El emprendimiento en La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, tiene como eje fundamental el SER y como estrategia de acercamiento la PNL con sus diferentes estrategias de intervención.

2.2. AREAS Y PROGRAMAS

La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia implementa su política de Emprendimiento y Empresarismo a través de programas y procedimientos en cabeza de la Unidad de Emprendimiento y Empresarismo adscrita a Extensión Académica y Proyección Social Institucional. Internamente se manejan tres áreas: Generación de cultura emprendedora, apoyo a creación de empresas y apoyo al fortalecimiento empresarial

2.2.1. AREA GENERACION DE CULTURA EMPRENDEDORA

La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia implementara estrategias para la sensibilización, difusión y aprehensión de una cultura emprendedora y empresarial cuyo fin holístico es tener la comunidad Colmayorista inmersa en pensamiento emprendedor y empresarial.

2.2.1.1. Programa Sensibilización e inducción

2.2.1.1.1. Objetivo Generar en la Comunidad Colmayorista la cultura emprendedora y empresarial para el desarrollo socio- económico del ecosistema regional, derivando en unidades productivas innovadoras y sostenibles en el tiempo.

2.2.1.1.2. Alcance: Diseñar, Planear y Ejecutar actividades de sensibilización y difusión, indispensables para la aprehensión de pensamiento emprendedor y empresarial en la comunidad Colmayorista

2.2.1.1.3. Indicadores

% Cobertura Sensibilización = # Personas Sensibilizadas anual/
Comunidad Colmayorista Objetivo anual

Actividades a desarrollar:

- **Semana del desarrollo profesional:** Un evento para desarrollar construir relaciones y desarrollar habilidades emprendedoras, a partir de la técnica del Workshop en emprendimiento
- **Inducción emprendedora:** En este lugar se dan a conocer todos los servicios de acompañamiento ofertados por la Unidad de emprendimiento que está adscrita a Extensión académica y proyección social.
- **Semilleros de Emprendimiento:** Espacio para promover la investigación científica y aplicada en emprendimiento, al igual que la diseminación y apropiación de resultados investigativos altamente novedosos.

⁸ <http://www.espaciologopedico.com/recursos/glosariodet.php?Id=236>

- **Feria Empresarial COLMAYOR:** Evento al que acuden la comunidad estudiantil y académica , con el fin de mostrar sus empresas en marcha o ideas de negocio. El evento cuenta con la participación de estudiantes, graduados y comunidad en general interesada en conocer y apoyar los proyectos expuestos. El evento se convierte en un espacio estratégico para lograr contactos de negocio e identificar potenciales aliados e inversionistas

2.2.1.1.4. Registros: Como constancia de las actividades que se desarrollen se deben llevar los siguientes registros mínimos, por parte del Coordinador de Unidad de Emprendimiento o el Docente designado según lo establecido por el sistema de gestión de calidad:

- Planilla de asistencia
- Planilla para Evaluación de actividades
- Registro en medio magnético y en el sistema de información de Extensión Académica y Proyección Social.

2.2.1.1.5. Planillas

- Planilla de Asistencia a Actividades
- Planilla de Evaluación de Actividad

2.2.1.2. Programa de Formación

2.2.1.2.1. Objetivo: El eje de Formación busca promover la adquisición de conocimientos, al igual que el desarrollo de actitudes y habilidades emprendedoras altamente valiosas en todos los ámbitos de actuación de la comunidad COLMAYORISTA permitiendo la generación de nuevas empresas innovadoras y sostenibles.

2.2.1.2.2. Alcance: Diseñar, Planear y Ejecutar actividades de formación y capacitación, , indispensables para la aprehensión de pensamiento emprendedor y empresarial en la comunidad Colmayorista.

2.2.1.2.3. Indicadores

% Cobertura Formación = # Personas formadas anual/Comunidad Académica
Objetivo anual

% Cobertura Capacitación = # Personas certificadas anual/Personas inscritas
anual

2.2.1.2.4. Actividades a desarrollar:

- **Cátedra de Emprendimiento e innovación:** Espacio oficial y formal de formación establecido en las mallas curriculares de los programas académicos y soportados en tres núcleos específicos: Idea de negocio, Plan de Negocio y Modelo de Negocio.
- **Cursos de Extensión académica:** Ofertados directamente por la Unidad de educación continuada, en intereses específicos de emprendimiento y empresarismo y soportados técnicamente por la Unidad de Emprendimiento.
- **Puesta en marcha de las Actividades Del Programa de Formación:** Bajo la coordinación de la Unidad de Emprendimiento, se llevarán a cabo las cátedras formales y los cursos de extensión; de manera conjunta con las Unidades productivas de Extensión Académica: Graduados, Educación Continuada y

Virtualidad. Originando informes, planilla de asistencia y registro en el sistema de información propio de Extensión Académica.

2.2.1.2.5. Registros

Mallas curriculares

Asistencias a actividades

Resultados de Evaluación docente

Cronograma de Actividades

2.2.1.2.6. Planillas

- Planilla de Asistencia a Actividades
- Planilla de Evaluación de Actividad
- Planilla de seguimiento al Desarrollo Curricular

2.2.2. AREA DE APOYO A LA CREACION DE EMPRESAS

La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia tendrá las herramientas adecuadas para realizar asesoría a las ideas y proyectos productivos en todo el ciclo de la cadena emprendedora: idea de negocio, plan de negocios y la puesta en funcionamiento de nuevas empresas innovadoras y sostenibles.

2.2.2.1. Programa de Reclutamiento

2.2.2.1.1. Objetivo: Ofertar a la comunidad Colmayorista las herramientas necesarias para presentar su plan de negocio o proyecto productivo, a concursos y convocatorias lanzados por los diferentes actores del ecosistema en el propósito supremo de la Ley de Emprendimiento: Promover el desarrollo de emprendimientos de alto potencial económico o social, soportados en las áreas de actuación estratégica y en los vínculos con actores públicos y privados.

2.2.2.1.2. Alcance Recepción, valoración y enrutamiento de las propuestas empresariales Colmayoristas en los diferentes concursos y convocatorias del ecosistema de Emprendimiento.

2.2.2.1.3. Indicadores

$\% \text{ de colocación} = (\text{Número de Iniciativas recibidas por convocatoria} / \text{Meta por convocatoria}) * 100$

2.2.2.1.4. Descripción

Divulgación de Las Convocatorias

Consiste en la recepción de las diferentes ofertas de convocatorias y concursos emitidos por el ecosistema emprendedor para enviar a los empresarios vía correo electrónico, publicación en pagina web Unidad de emprendimiento, página Facebook y medios impresos, para los emprendedores en todo lo referente a la campaña de expectativa, lanzamiento, y cierre de la respectiva propuesta

Inscripciones y entregas de documentación

Con el aval de la Unidad de emprendimiento se verifica la información contenida en cada formato del concurso o convocatoria, antes del envío a la entidad receptora vía email o en formato físico

Confirmación De Recepción

Una vez pase el primer filtro por parte de la entidad receptora, se citara al equipo de trabajo para alinearlos desde la PNL, y así dar máximas garantías de acompañamiento para lograr el cumplimiento del indicador % de colocación

2.2.2.1.5. Registros

Registro digital y físico de Convocatoria

Términos de referencia Convocatoria

2.2.2.1.6. Planilla

Formato de Identificación de Oportunidad –FIDO

Formato de Plan de Negocios

Formato de formulación y evaluación de proyecto

2.2.2.2. Proceso Evaluación y Selección

2.2.2.2.1. Objetivo Llevar a cabo la evaluación y elección de los prospectos empresariales recibidos para participar en los concursos y convocatorias para brindarles acompañamiento desde los parámetros de cada entidad convocante

2.2.2.2.2. Alcance Evaluar prospectos empresariales recibidos para seleccionar las que harán parte del proceso de acompañamiento según los términos de cada concurso y convocatoria

2.2.2.2.3. Indicadores

Número de Prospectos Empresariales Recibidos

Número de Prospectos Empresariales Validados

Número de Prospectos Empresariales Seleccionados para participar en concurso o convocatoria

2.2.2.2.4. Descripción

Evaluación por Experto

Los Prospectos Empresariales se direccionan según los 8 Clústeres establecidos por Medellín Ciudad Clúster. Luego se remiten a especialistas en las áreas de conocimiento para una evaluación puntual por parte de docentes, personal administrativo, empresarios o expertos externos.

Evaluación sicotécnica del Equipo Emprendedor.

Se lleva a cabo un test sicotécnico a todos los integrantes del equipo emprendedor para saber si cumplen con las cinco competencias manejadas por el ecosistema de emprendimiento: Orientación al logro, amplitud perceptual, visión sistémica, Creatividad e innovación y trabajo en equipo. Complementado con algunos tópicos de Programación Neurolingüística.

Esta valoración la realizan psicólogos de las IES dentro del marco de Ciudad E , con conocimientos amplios en emprendimiento.

Reunión con el equipo de trabajo

Una vez se tengan los resultados de la prueba sicotécnica, se realiza una reunión con el equipo emprendedor para determinar: Origen del Prospecto empresarial, mercado potencial, modelo de negocio y aporte de cada emprendedor a la iniciativa.

Evaluación Y Selección

“La selección de las iniciativas empresariales que iniciarán el proceso de Preincubación se realiza mediante un Comité de evaluación y selección, integrado mínimo por tres personas se presentan las conclusiones a las que se llegó en cada una de las fases anteriores. El comité selecciona las iniciativas que iniciarán proceso de Planeación por medio de una matriz de evaluación que contempla los criterios definidos por la Institución. El responsable de la evaluación y selección es el Comité”⁹.Dicho comité esta compuesto por las personas relacionadas en la estructura organizacional.

⁹ Política pública de Emprendimiento, ITM

Envió información de selección

El líder del Prospecto Empresarial recibirá vía correo electrónico la decisión del comité evaluador sobre aceptación o rechazo, con aspectos positivos y los de mejoramiento. En forma posterior se entregara en medio físico, para dejar evidencia ante organismos de control interno y externo. El responsable de este comunicado será el Coordinador de la Unidad de Emprendimiento.

2.2.2.2.5. Registros

Pruebas sicotécnicas individuales
Planilla de asistencia a reunión con el equipo de trabajo
Prospectos empresariales seleccionados
Informe de evaluación y selección
Comprobante envió e evaluación y selección

2.2.2.2.6. Formatos

Formato de evaluación sicotécnica
Planilla de asistencia
Formato de Evaluación Prospectos Empresariales
Formato de evaluación y selección
Formato de envió e evaluación y selección

2.2.2.3.” Proceso Pre incubación

2.2.2.3.1. Objetivo Acompañar mediante asesorías especializadas, la elaboración o revisión del Plan de Negocios de las iniciativas que iniciaron proceso de Planeación y/o Gestión que permita determinar la viabilidad de su implementación.

2.2.2.3.2. Alcance Elaboración y/o ajuste del Plan de negocios que contenga las variables que determinan la viabilidad o no del proyecto.

2.2.2.3.3. Indicadores

- Número de Iniciativas que terminan el Plan de Negocios
- Número de Iniciativas que firman compromiso de acompañamiento y acta de confidencialidad

2.2.2.3.4. Descripción

Definición de Modelo de Negocio: Consiste en brindar una capacitación de conceptos claves para la definición del modelo de negocio; una vez recibida, se realiza una asesoría personalizada con el emprendedor para revisar y validar el modelo de negocio más adecuado para la iniciativa. Esta actividad es desarrollada por el Asesor Empresarial.

Acompañamiento construcción Plan de Negocio: Conjunto de actividades que permiten estructurar, documentar e identificar la viabilidad de cada uno de los módulos del plan de negocios, a través de capacitaciones, asesorías personalizadas y virtuales, validaciones, etc.

Comité Interno: Equipo de personas de la comunidad académica COLMAYOR que se reúnen con el ánimo de observar la presentación que los emprendedores hacen de sus proyectos empresariales, y se asigna una calificación a cada uno de los criterios a evaluar en la Ficha de Comité de proyectos. Finalmente emite recomendaciones y sugerencias que permitan al proyecto continuar en el proceso, autorizando su presentación ante el comité de proyectos.

Comité De Proyectos: Equipo interdisciplinario de personas expertas quienes después de asistir a la presentación del proyecto por parte de los emprendedores, asignan por medio de consenso, la calificación a cada uno de los criterios a

evaluar en la Ficha de Comité de proyectos, determinando el grado de madurez del proyecto, y autorizan la continuidad del mismo a la siguiente etapa de acompañamiento en la estructuración Empresarial.

2.2.2.3.5. Registros

- Modelo de Negocio
- Plan de Negocio
- Asesoría empresarial
- Asistencia a actividades
- Evaluación asesoría
- Evaluación capacitación

2.2.2.3.6. Formatos

Formato compromiso

Formato de Modelo de Negocio

Formato de Diagnóstico Profundo

Formato de Plan de Negocio

Actas de asesoría

Formato de evaluación de asesoría

Formato de validación comercial

Formato Único de Asistencia A Capacitación

Formato Único de evaluación de capacitación

Formato de acta de evaluación

Formato de evaluación de proyectos

Formato Acta de confidencialidad

3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es el Talento humano que permite dar viabilidad a la política pública de Emprendimiento en la Institución, y ser un referente a nivel nacional e internacional sobre un trato asertivo de la cultura emprendedora, posibilitando prospectar la Unidad de Emprendimiento como un **EMPRENDIMIENTO CORPORATIVO**. Dicha estructura se conforma así:

3.1. COORDINADOR UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO

La Coordinación de Emprendimiento de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, es la encargada de liderar la Política Pública de Emprendimiento, aplicando todas las herramientas de planeación estratégica para consolidar y generar un pensamiento emprendedor dentro de la comunidad COLMAYORISTA. Además de fomentar la Cultura Emprendedora y Empresarial en la comunidad COLMAYORISTA propiciando unidades productivas en el tiempo.

3.2. COORDINACIÓN DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Este rol es desempeñado por un Docente Ocasional, y quien es el encargado de planear y velar por la realización de actividades que permitan la sensibilización y difusión de la Cultura Emprendedora y Empresarial en la comunidad COLMAYORISTA.

3.3. COORDINACIÓN FORMACIÓN

Este rol es desempeñado por un Docente Ocasional, y quien es el encargado de planear y velar por las actividades concernientes con el desarrollo curricular del núcleo de formación en pensamiento empresarial en los programas del Colegio

mayor, así como por la planeación y ejecución de programas de educación continua en el área del emprendimiento empresarial. Actividades que llevan el propósito de formar en pensamiento emprendedor y empresarial en la comunidad COLMAYORISTA.

En estrecha coordinación con la Unidad de Educación Continuada adscrita a Extensión Académica y Proyección Social, tendrá a su cargo el seguimiento a los docentes cátedra con los que cuente la institución para servir las asignaturas de empresarismo.

3.4. DOCENTES CÁTEDRA

Personal Vinculado semestralmente con el fin de dictar la asignatura de Emprendimiento e innovación del COLMAYOR

3.5 COORDINACIÓN CENTRO DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Este rol es desempeñado por un Docente Ocasional, y quien es el encargado de planear y velar por las actividades concernientes con el acompañamiento a las iniciativas y proyectos empresariales que se encuentren debidamente registradas en la Coordinación de Emprendimiento y Empresarimo del COLMAYOR tendrá a su cargo el seguimiento a los asesores empresariales

3.6. ASESORES EMPRESARIALES

Personal contratado por outsourcing con el fin acompañar las iniciativas y prospectos empresariales registrados en la Coordinación de emprendimiento y empresarismo La Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia.

ARTÍCULO 2º. La presente resolución rige desde la fecha de su expedición y deroga todas las normas que le sean contrarias.

ARTÍCULO 3º. Vigencia. La presente Resolución rige a partir de la fecha de expedición.

CONCLUSIONES

Las políticas públicas son el conjunto de acciones que manifiestan una determinada modalidad del Estado o de una Organización en relación a una cuestión que concita atención, interés y movilización de otros actores de la sociedad es lo que se denomina una Política Pública

El marco regulatorio se basa en: La propuesta Rectoral. El Plan de Desarrollo 2009-2011 de la INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA, el Decreto 1192 de 2009 y Ley 1014 de 2006

Instaurar una Política institucional de Emprendimiento, es entender que este paso de ser una moda a una necesidad enmarcada dentro de la responsabilidad social que obliga a la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, a ser protagonista en el futuro de una Antioquia Solidaria y competitiva.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA ROJAS, Sérvulo. “De la idea a tu Empresa”. México, Limusa, 2001

DRUCKER, Peter F. “La innovación y el empresariado innovador”, Colombia, Editorial Norma, 1986

GEORGE, Claude S. “Historia del pensamiento Administrativo”, México, PrenticeHall, 1974

IBARRA VALDÉS, David. “Los primeros pasos al mundo empresarial”, México, Limusa. 2000

KUSHELL, Jennifer. “Sólo para emprendedores”, Colombia, Grupo Editorial Norma. 2001

LAMBING, Peggy. KUEHL, Charles. “Empresarios, pequeños y medianos”. México, PrenticeHall. 1998

MUCHNIK, Daniel. “Negocios son Negocios”, Colombia, Grupo Editorial Norma. 2001

SAPOROSI, Gerardo. “Pasión Entrepreneur”, Buenos Aires, Argentina. Ediciones Macchi. 1991

VARELA, Rodrigo. “Innovación Empresarial”, Bogotá, Colombia. PrenticeHall. 2001