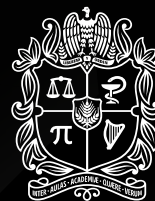


Productos académicos cátedra **NOVUS** Manizales



cátedra
NOVUS
Manizales



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

El presente documento de naturaleza divulgativa es el resultado del proceso académico desarrollado con los estudiantes de la asignatura Cátedra Novus Manizales: **Innovación y emprendimiento, de la creatividad a la acción** durante el semestre 2020-2.

Se autoriza la divulgación digital con fines académicos y de consulta. Las posturas, reflexiones y opiniones aquí contenidas son responsabilidad absoluta de los autores y no representan necesariamente las posturas de la Universidad, los docentes, ni los miembros de la comunidad académica.

Equipo Docente:

Gloria Hoyos Bustamante (PhD)
ghbustamante@unal.edu.co

Liliana María Meza Montes (Esp.)
lmmezam@unal.edu.co

Andrés Felipe Roldán García (PhD)
anroldang@unal.edu.co

Agradecimientos especiales para los estudiantes del curso, quienes hacen posible los proyectos y productos de innovación y emprendimiento, así mismo, para los talleristas, conferencistas, emprendedores y panelistas invitados que ponen sus conocimientos y experiencias al servicio y disposición de los estudiantes y especialmente para la profesora Paula Andrea Escandón Suárez, el profesional especializado del consultorio administrativo Ricardo Hoyos Giraldo, y la estudiante monitora del curso María Camila Escobar Valencia, quienes participan y brindan soporte permanente al proyecto Cátedra Novus - Manizales.

Innovación y emprendimiento: de la creatividad a la acción

Cátedra Novus

¿Cómo hemos llegado hasta aquí? Tras diversas versiones de competencias maratónicas en el área de innovación y emprendimiento, finalmente, en el 2016, se dio inicio a la Cátedra Novus en la Sede Medellín. Ésta fue creada desde el Centro de Desarrollo e Innovación (CDI) de la Facultad de Minas, con el fin de atender tanto retos empresariales como de otras Sedes de la Universidad Nacional. Tras el planteamiento de una metodología exitosa, soportada por su propio modelo de negocio, la cátedra ha llevado a cabo varias versiones, las cuales incluyen su apertura en otras Sedes. Primero se unió Palmira, después Bogotá, y nosotros, Sede Manizales, a partir del segundo semestre del 2019.

En nuestra Sede, la apertura de Cátedra Novus se inscribe en el marco estratégico de relacionamiento empresarial y social a través del trabajo interdisciplinar, implementado durante la Vicedecanatura Académica de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura (FIA) 2018 – 2020. Con este propósito, emerge en la Sede la Escuela de Arquitectura y Urbanismo (EAU) como pionera y líder del relacionamiento con el medio y el trabajo interdisciplinar. Así, Cátedra Novus nos planteó la posibilidad de pensarnos como Universidad Nacional de Colombia en clave de nación, con una visión global y un actuar desde lo local a lo nacional.

Hoy en día, durante las tres versiones consecutivas de Cátedra Novus en Manizales, hemos superado la perspectiva disciplinar en busca del trabajo interdisciplinar, con miras a obtener, de una vez por todas, resultados de corte transdisciplinar: aquellos de los cuales no es posible señalar de qué lado de la mesa proviene la solución aportada. Así, hemos establecido vínculos académicos y personales con los integrantes de Novus en otras Sedes y nos hemos tejido como Sede: ¡nos hemos reunido quienes jamás

nos cruzábamos en los campus y mucho menos dentro de las aulas! Hemos aportado soluciones a dependencias de nuestra institución, establecido contacto con las empresas, firmado convenio con ellas y cumplido a satisfacción. No lo habíamos hecho antes, pero hemos aprendido juntos, porque, así como Cátedra Novus convoca a los estudiantes de Sede a través de los proyectos y la asignatura, también nos hemos reunido los docentes.

Trabajamos desde la EAU, FIA, en unión con el Parque de Innovación Empresarial, la Facultad de Administración y la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales. Porque hacer nos convoca; porque innovar en el aula nos mantiene vivos; porque creemos en la pertinencia de hacer presencia en el medio; porque creemos en la necesidad de introducir al estudiante en el medio laboral de manera temprana; porque la retroalimentación del medio y de nuestros egresados señalan como urgencia la preparación para la vida a través de la formación en habilidades blandas, el trabajo colaborativo desde la diferencia y el respeto, y la urgencia de ordenar la información, el intelecto y la teoría, orientados a la planeación y a los ejercicios de corte práctico y de emprendimiento.

En el 2020, en el contexto de pandemia, distanciamiento social, confinamiento y virtualidad ¡estamos presentes! Recalculamos la ruta, redireccionamos recursos, rediseñamos ejercicios, y aquí estamos, en pleno fortalecimiento como asignatura, a la espera de lo que nos depare el futuro. Lo que sabemos es que sea lo que sea, seguiremos en pie, con el ánimo de responder a las necesidades de la educación en la contemporaneidad. Saludos a todos aquellos que han hecho parte de Novus y una bienvenida para quienes quieran acompañarnos.

Cordialmente,

Equipo docente Novus 2020

Índice

Casos de éxito	7
Ensayo reflexivo	75
Panel de expertos	121

Casos de éxito

G R U P O S

Ataraxia

Haikyu

JEMB-C Remote

Los jaguares y el Jabiru

Milenium

Teamnovation

Ataraxia

Cristian Felipe Hernández Zuluaga

Solvey Isleny Santacruz Zambrano

Ángel Felipe Quintero Corrales

Andrés Zuniga Acosta

Juan Pablo Casas Taborda

Manuel Anaya Carvajal

Casos de éxito:

EQUIPO 4R

EQUIPO VIERNES 13/ KELLERHOUSE

EQUIPO COVIECO



EQUIPO 4R

El equipo 4R es un grupo de emprendimiento conformado por estudiantes de diferentes carreras de la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales; cuyo proyecto consiste en la reutilización de residuos porcelánicos de los transformadores, evitando la llegada de estos a una escombrera. Su idea consiste en moler estos residuos y utilizarlos como reemplazo en cementantes. Este proyecto surge en la Cátedra Novus como parte de un reto propuesto por CHEC (comercializadora de energía eléctrica de Caldas) para la reutilización de residuos sólidos; gracias a la ayuda del parque de innovación de la Universidad Nacional de Colombia de la sede Manizales, se logró mejorar la idea de negocio y finalmente se pudo postular en la convocatoria llamada INNOVATE CHEC. "Mientras estuve en cátedra me enamoré del proceso, del apartado de construcción y de la parte ambiental" estas fueron las palabras de uno de los integrantes del equipo. El nombre 4R surge a partir de una palabra que empieza por la letra 'R' la cual identifica a cada integrante del equipo.

Inicialmente, el grupo de trabajo se conformó por 5 integrantes elegidos arbitrariamente en la clase de la **Cátedra NOVUS** de la universidad; de los cuales actualmente 3 se encuentran desarrollando este emprendimiento. Los precursores del proyecto fueron:

María Valentina Ávila (Química práctica)
Laura Cardenas (Ingeniería Química)
Miguel Ángel Chaparro (Ingeniería Química)
Jefferson Cepeda (Arquitectura)
Stiven González (Administración de empresas)

Para el desarrollo de su proyecto, identificaron una problemática propuesta por la CHEC acerca de la reutilización de residuos sólidos, tales como los residuos porcelánicos de los transformadores. El polvo cementante se empezó a reemplazar y se realizaron pruebas para alcanzar una resistencia de 2000 psi, que es la resistencia necesaria para el uso estructural en diversas empresas y mobiliarios. Así mismo, comprobaron con parte del cemento y parte del polvo, si hay una pequeña pérdida de capacidad de compresión, pero vieron que funcionaba de buena forma.

Para sus fines económicos, encontraron una empresa llamada Ideas en concreto, cuyas resistencias varían entre 2000 a 3000 psi y a quienes planeaban vender su producto. El producto generado a partir de estos desechos, está dirigido a ser comercializado en principio por constructoras, grandes empresas, ferreterías y pequeños generadores de construcción en Manizales.



El equipo se caracteriza por ser pionero en el campo de la reutilización de materiales en el departamento de Caldas, diferenciándose así de la competencia convencional. Esto debido a sus diferentes fortalezas como el compañerismo, respetando la libre opinión y la compenetración como equipo gracias a las cualidades aportadas por cada integrante. “Yo era en gran parte el generador de ideas y se ajustaban estas ideas a lo que buscábamos y a las áreas de conocimiento de los otros compañeros”, fueron las palabras aportadas por el líder del equipo.

El objetivo general de 4R es la utilización viable, económica, ambiental y técnica de los aisladores cerámicos que tenía CHEC. Específicamente buscaban encontrar una viabilidad técnica en la utilización del polvo de los cerámicos en los cementantes del concreto y la interconexión con las empresas distribuidoras, facilitando el transporte a un bajo costo y la obtención de polvo fino.

Fue de gran importancia para el desarrollo del emprendimiento la orientación de los docentes y compañeros de la cátedra Novus, los cuales aportaron conocimientos esenciales en diferentes áreas como: la ciencia de resistencia de materiales, aspectos básicos de las mezclas de concretos, habilidades para el desarrollo de proyectos y emprendimiento. Señalan que buscaron salir de la zona de confort, trabajando en equipo y conectando con personas primordiales en el desarrollo del trabajo. “La Cátedra te da alas, te da sueños, te abre la mente para apuntar a cosas que uno jamás pensaba” esto lo mencionó un miembro de 4R, quien también declaró el gusto por continuar en el proyecto.



En el transcurso del desarrollo de su proyecto, estos emprendedores se vieron enfrentados a diferentes situaciones problemáticas, especialmente con la falta de liderazgo e indecisión por parte de los integrantes del equipo, lo que condujo a la falta de comunicación y la falla en la asignación de tareas individuales, provocando la dispersión del tiempo de trabajo.

Por otra parte, uno de los grandes obstáculos que se les presentó fue conseguir una moladora para realizar los experimentos concernientes. Para afrontar los problemas presentados durante el desarrollo de la idea, fue muy importante el trabajo en equipo y el acompañamiento de entes de la universidad y de la cátedra Novus. Otra problemática importante desencadenada por la pandemia del Covid 19, fue la poca adaptación al nuevo modelo de trabajo, ya que la imposibilidad de poder reunirse ocasionó la división del equipo. Actualmente, intentan proyectar su emprendimiento por medio de Machine Learning, para convertir su proceso técnico en uno inteligente. El proyecto les ha generado grandes alegrías por la posibilidad de llegar a resultados viables gracias al apoyo de diferentes entidades y por la posibilidad de presentarse en una rueda de prensa como la de Induma.



EQUIPO VIERNES 13/ KELLERHOUSE

El emprendimiento Manizaleño Kellerhouse, es una idea muy innovadora por parte de 3 personas que realmente esta abordando una problematica que no es nueva en parte pero que realmente se vio con mucha necesidad en época de pandemia donde los estudiantes no tienen como guardar sus pertenencias ya que son muy costosos los envíos de la mercancía entre muchos otros enseres ,realmente estamos envueltos en un problema costoso y engorroso que se puede gestionar en un proyecto logístico económico para la parte no solo estudiantil sino de muchas personas del común que satisfecerá a una parte de población con escasez de recursos o medios para el bodegaje de enseres.

El nombre surgió con el objetivo de que fuera algo similar a lo que traduce al inglés la palabra bodega. El equipo está compuesto por dos integrantes, únicamente dos, debido a la deserción de algunos integrantes, ya que no tenían el suficiente interés y poca afinidad con el proyecto, lo integrantes actuales son: Jesús David Sequeda Segovia, estudiante de ingeniería química y Daniel Alexander Morales, estudiante de Arquitectura, a lo largo del proyecto se repartieron los trabajos necesarios para sacar la empresa adelante ,sus cargos fueron Atención al cliente para Jesús David y Daniel se mantuvo a cargo de la bodega.



El proyecto se basa en la prestación de dos servicios esenciales , servicio de almacenamiento y servicio de envíos al estilo airbnb los cuales prestan un factor logístico amplio para lograr una bodega con todas las restricciones tanto del cuidado de los enseres como de la desinfección del mismo en tiempos de COVID-19, este es un servicio muy novedoso que realmente tiende a tener un gran mercado laboral, debido a que las grande ciudades cuentan con diversidad de universidades y personas estudiantes que son foráneos este es su público objeto de estudio principal , logrando entrar a un mercado poco estudiado y poco trabajado, teniendo una mejor aceptación por parte del público .

Este proyecto surgió mediante la observación de una problemática que acoge tanto a los emprendedores como a sus allegados compañeros de la universidad, amigos foráneos que debían regresar a sus hogares , pero que el costo logístico del empaquetado, embalaje y envío era muy costoso, ya que la mayoría debería de regresar después de pandemia a culminar sus estudios, generando un doble gasto innecesario, visto desde esta perspectiva, decidieron emprender , viendo la necesidad de los estudiantes por almacenar de forma efectiva y segura sus pertenencias mientras pasa la pandemia y vuelve la normalidad académica.

En el desarrollo del proyecto se estructuró una segmentación para los posibles clientes, basada en el estudiante promedio con pocas pertenencias en su lugar de estadía, al igual que el estudiante pasajero, con pocas pertenencias, el cual necesitará de un almacenamiento para albergar sus inmuebles. En la ejecución del proyecto se iniciaba con un servicio gratuito de revisión de sus de los estudiantes, después ya se cobraba el montaje y el embalaje de las mismas de sus enseres , después de esto ya se pasaba a firmar un contrato de arrendamiento, contrato el cual no tuvo influencia de abogados ni de ninguna parte externa, y en el cual se incluyen y establecen una serie de normas que el cliente debe cumplir y así mismo unas garantías de protección para la empresa tales como que los electrodomésticos tienden a dañarse por el no uso de los mismos y Kellerhouse no se hará responsable de este tipo de problemática . La idea actualmente está dirigida sólo a la ciudad de Manizales. Esta iniciativa responde a un modelo de negocio.

La idea apuntaría a ser de escala nacional ya que la necesidad de almacenamiento en los estudiantes es generalizada en todo el país. En cuanto a la competencia se observa que al menos en la ciudad de Manizales no existe la competencia, a pesar de que se evidencia una gran demanda de un servicio similar, no existe un proyecto que le dé solución real a esta problemática, solución que si se dio en el proyecto mencionado. En este proyecto se evidenció una serie de inversiones y gastos financieros, los cuales fueron el pago del arriendo al lugar donde se almacenaban las pertenencias de los estudiantes, y como gasto se menciona el hecho de que cuando los estudiantes no cancelaron el servicio, les correspondía a los integrantes del equipo responder por este pago.

Los integrantes del grupo vieron una gran problemática que acoge a la mayoría de estudiantes y que puede ser una gran oportunidad para ellos para formar emprendimiento. La época de pandemia, muchos estudiantes tuvieron que retornar a sus hogares correspondientes que quedan en lugares donde un trasteo de bienes, puede llegar a ser muy costoso, ya que su avance de carrera no les da para tener estos gastos, aún más ya que con su estudio de mercado se pudieron dar cuenta de que el estrato socio económico, no era el más favorable, tenían que tener una revolución de ideas siempre con costos bajos y siendo muy accesible al mercado, realmente es un emprendimiento más de logístico, pero que realmente se puede maximizar a nivel país, ya que muchos de los estudiante de las principales universidad de las capitales de Colombia son foráneos, lo cual es una gran oportunidad.



En cuanto a la influencia que tuvo la cátedra NOVUS en el proyecto, se evidencia gran apoyo al proyecto, apoyo basado en el desarrollo del perfil del cliente y en establecer cómo iba a ser la comunicación con el mismo. Cabe mencionar y resaltar que el proyecto nació en NOVUS, con el acompañamiento de la profesora Liliana Meza (Docente directora de la Cátedra NOVUS), además del apoyo que se sintió en el proyecto, se resalta experiencias y conocimientos que fueron dejados donde los integrantes del equipo mencionan: "Algo demasiado importante es que para el cliente, lo que usted ofrezca tiene que resolver una necesidad" "Si ustedes no se enfocan en resolverle un problema al cliente, es muy complicada la aceptación".

Las grandes falencias al iniciar este proyecto es la falta de capital por parte de los emprendedores y visionarios estudiantes, ya que al contar con un proyecto de subarriendo de bodegas para el almacenaje de víveres y enseres, se necesita una estructura inmobiliaria que acapara todos estos inmuebles, por lo cual conlleva a un arriendo, que tiene que ser pagado inmediatamente, tengan o no tengan clientes, por lo cual puede ser muy riesgoso a la hora de iniciar este proyecto, por cuestiones monetarias.

Segun Jesús David Sequeda Segovia, estudiante de ingeniería química y Daniel Alexander Morales, estudiante de Arquitectura, por lo que no son estudiantes culminantes de carrera, su tiempo es escaso para dedicación del proyecto, falencia importante ya que este emprendimiento realmente necesita mucho tiempo, tanto para el mercadeo por redes sociales, como el establecimiento de relaciones con los posible arrendatarios.

En la actualidad se tiene un proyecto que es viable y muy rentable, ya que no solo se puede dar por los tiempos de pandemia, si no también en recesos escolares, vacaciones tanto de mitad como de fin de año ya que los estudiantes se podrían ahorrar unos meses de arriendo costoso, por tener sus enseres, se les da practicidad a la hora de la recolección, entrega y movimiento de los mismo, que se tiene unas falencias como son el tiempo y el dinero por parte de los emprendedores que se puede solucionar con la contratación de personal.



EQUIPO COVIECO

En un panorama actual, donde la contaminación del aire y del medio ambiente es una realidad que no podemos evitar, un grupo de emprendedores deciden apostarle a una iniciativa poco común.

¿Qué locos se atreverían a trabajar con tejas hechas de plástico reciclado?

Este es el caso de Daniel Cardona Gómez y Maria Camila Sánchez, unos jóvenes estudiantes de la Universidad Nacional de Colombia a quienes les apasiona generar soluciones medioambientales a través de su campo de conocimiento. La ingeniería civil y el campo de la construcción donde Daniel y Camila se desempeñan, es un ámbito que pese a necesaria, genera un golpe ambiental inmenso. Ellos conscientes de esta realidad, decidieron trabajar en esta iniciativa.



COVIECO (Construcción de viviendas ecológicas), que por el propio significado de sus siglas apuntaba a trabajar VIS (Vivienda de interés social) de manera sustentable y amigable con el medio ambiente, al cabo del tiempo asimiló el gran reto que suponía trabajar en un campo tan amplio y tan anclado a temas políticos y de gestión de recursos públicos. Decidieron enfatizar un poco más su proyecto llegando al punto de realizar un estudio y analizar realmente lo que el mercado pedía sin dejar de lado la sensibilidad ambiental que los caracteriza como equipo. Allí entró también la ayuda de la Cátedra NOVUS con la que lograron concluir que las tejas de plástico reciclado eran el camino correcto para fomentar la construcción sustentable que desde siempre fue su bandera y su causa.

“El asbesto cemento era un material antes de uso frecuente en Colombia. Tras saberse de su daño a la salud de las personas sale una resolución que prohíbe a Eternit y a empresas distribuidoras de asbesto seguir comercializando este tipo de material para la construcción. También se marca la necesidad de ir reemplazando paulatinamente el asbesto existente en los hogares de Colombia por otro material de menor impacto”.

COVIECO entonces resulta ser una alternativa más para la elaboración de tejas con menor impacto en la salud de las personas.

La proyección del proyecto es a mitigar el impacto ambiental de la construcción tradicional apostándole a la difusión de tejas ecológicas elaboradas a partir del plástico reciclado inicialmente dado y aplicado en la ciudad de Manizales. Como un emprendimiento con una gran proyección, se busca a lo largo del tiempo y del trabajo, llegar a impactar con el proyecto a una escala regional e incluso nacional segmentado sus clientes potenciales en tres categorías:

- Constructoras,
- Ferreterías
- Pequeñas empresas de remodelaciones

En realidad en Colombia no se ha visto mucha incidencia de mercado de tejas de plástico reciclado, la competencia real es con los tipos y materiales de tejas actualmente en el mercado, ya que las tejas planteadas por COVIECO realmente no apuntan a un mercado de tejas económicas, ellos compiten con tejas de pvc y un estilo de tejas más estéticas y con unas

características técnicas especiales tales como una teja idealmente liviana, más resistente que las demás, más durabilidad a través del tiempo, se busca que la instalación sea mucho más fácil que una teja común y también así aprovechando las propiedades del plástico permiten muchos años de uso.

Algo que destaca a este gran equipo de cualquier otro es la responsabilidad, esfuerzo y dedicación que han invertido en sacar el proyecto adelante, numerosas pruebas de laboratorio, estudio de materiales y apartados técnicos que logran trabajar con una cierta facilidad puesto que en sus carreras conciben el temas de diseño, materiales.

Ellos tienen sus objetivos muy bien planteados, tales como llegar a impactar con esta iniciativa a nivel regional ya que están conscientes de que se debe incentivar el reciclaje a nivel local, regional y nacional, empezar a crear cultura respecto a este tema, gracias a un estudio detectaron que de todo el plástico generado sólo el 2% es aprovechado, igualmente también así lograr fomentar en constructoras el uso de materiales alternativos para darle fuerza a la construcción sustentable a diferentes niveles.



Al emprendimiento después de unos cuantos meses las únicas inversiones económicas hasta el momento han sido la preparación de un molde y la compra de tejas de varios materiales para hacer diferentes pruebas. La universidad ha brindado muchas ventajas para entrar al laboratorio y poder realizar pruebas, ensayos para avanzar con el proyecto que realmente surgió fuera de NOVUS. El verdadero desarrollo y enfatización del mismo si surgió en la dirección de la Cátedra NOVUS. El apoyo que sintieron de este programa y las personas relacionadas con el mismo fue realmente significativo para sacarlo adelante y continuar con el mismo, debido a que antes de entrar a la cátedra estaban llenos de dudas, desenfocados, sin claridad de lo que realmente querían lograr y aquí fue donde entró la cátedra NOVUS, a partir del momento en que empezaron a trabajar y a asesorarse, consiguieron que su idea se conformara de mejor manera y se viera más materializada en un futuro cercano.

“En NOVUS descubrimos que para hacer cualquier cosa, se requiere de planeación, un conocimiento extenso para saber donde ir. Uno a veces cree que las cosas son sencillas, que todo se puede ejecutar pero en NOVUS aterrizan al estudiante y orientan de qué puede ser, que no”, “Por nuestros programas no tenemos mucha afinidad con finanzas y administración pero Ricardo Hoyos de la Unidad de emprendimiento e innovación, ha ayudado bastante en ese proceso que es sumamente importante”

En el mundo de **COVIECO**, aunque el apartado físico de los materiales, y sus propiedades constructivas, representa un ítem en el que Daniel y Maria Camila se desenvuelven, en la esfera global de su iniciativa se presenta una dificultad al requerirse el trabajo conjunto con la ingeniería química. La ingeniería química para COVIECO es de fundamental importancia, pues de ella depende el proceso de saber que componentes mezclar para ir logrando a través de ensayos de laboratorio una teja del tamaño de sus sueños y expectativas.

En el panorama COVIECO, entre el proceso de trabajo en equipo y de trabajo investigativo han surgido otras dificultades. En primer lugar, el diseño formal de la teja, sus especificaciones y medidas ha significado, pese a las habilidades del equipo, un reto para poder cumplir el objetivo de contribuir y **darle al mercado un producto de calidad**. En segundo lugar, el equipo COVIECO es

consciente del papel fundamental que juega la industria en el proceso de producción masiva de tejas para su posterior comercialización. Ellos no han sido ajenos a este sentir y han visibilizado la problemática que supone no disponer de una maquinaria base para la producción de tejas prototipo. Máquinas de inyección, hasta máquinas de termoformado y por supuesto de extrusión, se vuelven fundamentales en el proceso de producción del equipo COVIECO.



COVIECO como iniciativa

empresadora juvenil en la que los altos y bajos se vuelven agentes con los que se debe convivir, han tenido que atravesar además de dificultades técnicas, por dificultades de comunicación y de diálogo entre los miembros del equipo y debido a ello han tenido que sufrir la deserción de dos de ellos. Una deserción que en primera instancia se daría principalmente por poca afinidad con la idea, representa ahora y será para el futuro un reto que Daniel y Maria Camila en representación de sus sueños deberán asumir.

Para nadie es un secreto que el presente año 2020, ha sido un año de sorpresas y en su gran mayoría un año que ha planteado al mundo, retos por asumir y sobre todo, situaciones a las que todos deben adaptarse. En un panorama global donde el virus COVID - 19 ha dejado a la humanidad en jaque y ha llevado a que macro campos como el de la

educación y la economía tengan que reinventarse, las sociedades mismas han precisado y generado estrategias para restar fuerza al escenario de pandemia. El caso de COVIECO no es ajeno a la realidad que plantea el panorama actual y para Daniel y Maria Camila el tiempo de aislamiento ha significado un espacio idóneo en el que **su proceso investigativo y de consulta ha adquirido mayor rigurosidad**. COVIECO además de encontrar en la adversidad un potencial de evolución interna, ha sabido acoplarse a los nuevos métodos de comunicación y esto ha facilitado el contacto con profesores y asesores de su emprendimiento.

En el equipo COVIECO, apostar por soluciones reales a problemas ambientales siempre ha sido el pilar central y el eje principal de su iniciativa. A raíz de esta idea matriz y del acompañamiento idóneo por el curso **Cátedra NOVUS: Innovación y emprendimiento** la idea de COVIECO, en primer lugar se orientó y precisó, y en segunda instancia, hoy por hoy ha venido tomando forma y es objeto de estudio, de horas de investigación y al fin y al cabo es una iniciativa en la que tanto Daniel como Maria Camila depositan sus deseos y anhelos.

El enfoque que ha empezado a tomar este equipo de emprendedores está reglado por el interés de adquirir máquinas artesanales con las cuales puedan generar sus tejas tipo. En esta búsqueda de soluciones el asesor y profesor de la Cátedra NOVUS, Andrés Felipe Roldán, ha mostrado a COVIECO el proceso que otros estudiantes tuvieron en la generación de una máquina extrusora artesanal y lo ha expuesto como alternativa que podrían usar para iniciar procesos de producción controlados.

El equipo, además de observar y evaluar alternativas y estrategias para su proceso de producción, ha profundizado teóricamente en los componentes químicos y los aditivos a emplear en sus tejas y se ha acercado a diferentes empresas para examinar y estudiar procesos en la industria de las tejas y la construcción.

COVIECO es hoy por hoy un motor joven lleno de ilusiones y expectativas...COVIECO es hoy, una iniciativa que llena de alegría las vidas de los jóvenes Daniel Cardona y Maria Camila Sánchez.

“Alegrías nos ha brindado muchas. El sólo hecho de que empezamos con una idea y se note el avance, más que alegría, brinda satisfacción. Es reconfortante saber que personas del medio nos dan el aval de que la idea es buena y de que podemos seguir trabajando”.

“Algunas personas sueñan con tener éxito; otras se levantan cada mañana y lo hacen realidad” Wayne Huizenga

¡Que nuestros sueños, siempre sean más grandes que nuestros miedos!

CÁTEDRA NOVUS

Haikyu

Juan Diego Vallejo Restrepo - Ingeniería Industrial

Andrés Moreno Sandoval - Arquitectura

Ivan Darío Camacho Escobar - Ingeniería Química

Sebastián Quintero Rosero - Administración de Empresas

Juan Felipe Valencia Buitrago - Ingeniería Química

Caso de éxito:

PSG



PSG: el concepto de un modelo a seguir

PSG, acrónimo de pasión, sabor y gusto, características que describe Santiago Alvarez Velásquez como los pilares fundamentales de SERRANO y BRETTON, dos de los restaurantes que más resuenan en la cabeza de todo Manizalita a la hora de pensar en un lugar elegante, lujoso, ideal para compartir en familia, amigos o pareja, celebrar eventos importantes o simplemente tener una comida y una experiencia inolvidable.

Es de esta forma que tras 7 años de historia, se han posicionado como referentes en todo el Eje Cafetero y son vistos como los pioneros en conceptos diferentes de gastronomía, revolucionando todo el mercado de la gastronomía con un desde adentro con un concepto totalmente diferente que marcaría los pasos para sus competidores, y destacando con su propio modelo de negocio para llegar a su posición actual.

Iniciaba el año 2020 para Santiago y Camilo Alvarez, fundadores y emprendedores que son los responsables tras este gran proyecto, y qué mejor manera de iniciar el año que oficializando la elaborada idea tan esperada por todos en la ciudad. El 2 de enero de tal dicho, se inaugura PSG Bretton, un restaurante que elevaría el potencial gastronómico de la ciudad por los cielos, literal y metafóricamente, ya que se ubica en el piso 11 del edificio Pranha, conocido como el nuevo

centro de negocios de la ciudad, con una vista 360° a toda la ciudad y un concepto de comida totalmente innovador dentro de la región.

Adicionalmente, por esa época se celebraba la sexagésima cuarta Feria de Manizales, conocida a nivel mundial, por lo cual los inicios de Bretton fueron agitados, con grandes cantidades de gente que iba a conocer un poco de Manizales y su arte culinaria, ya que el restaurante ofrece la posibilidad de ver Manizales en todo su esplendor tanto visual como gastronómicamente. Así lo describe Camilo Uribe, administrador y actual bartender de Bretton, que asegura que las ferias fueron un “caos controlado”, ya que aunque todo salía a la perfección para los comensales, que salían con la mejor experiencia, se debían mejorar y ajustar prácticas de funcionamiento, sin embargo, debido al trajín de las Ferias, no se disponía del tiempo para hacerlo. No obstante, acabaron las ferias y se empezaron a establecer las bases para el funcionamiento óptimo del restaurante, pero en el mes de Marzo llegaría la pandemia ocasionada por el COVID-19, que afectó a todo el sector gastronómico debido a las restricciones de movilidad, aglomeraciones y en general de contacto entre personas. ¿Cómo sobrevivían la pandemia y seguirán a ritmo creciente después de ella?

CÓMO SURGIÓ PSG

Transcurría la década de los 2000, y un joven de Manizales, Camilo Alvarez Velasquez, apasionado desde pequeño por el arte de la gastronomía decidía perseguir su sueño de crear su propio restaurante, y para conseguirlo, se va a estudiar artes culinarias a Argentina y al momento de volver empieza a evaluar las alternativas para alcanzar su meta. En un inicio, sus padres le recomendaron que buscara experiencia laboral, así que consiguió trabajo



como chef en un restaurante de la ciudad, y con esta experiencia formó una idea de cómo administrar y manejar su restaurante; después de adquirir esta experiencia crea una empresa con un nombre que le trajera recuerdos felices, de allí surge Serrano, debido a Plaza Serrano, su lugar favorito de Argentina.

Camilo renuncia a su trabajo, y en colaboración con algunos de sus familiares que deciden invertir en su idea, crea en con su hermano su propio negocio, que curiosamente inició como un restaurante de empanada en Dosquebradas, Risaralda, sin embargo, sus clientes al ver las condiciones físicas y las adecuaciones del restaurante preguntaban “¿Que tipo de carnes van a vender?”. Debido a esto, Camilo con su amplio conocimiento gastronómico y su hermano Santiago, que ya tenía experiencia en el sector, pensaron en llevar estos comentarios de sus clientes a la realidad.

Después de un año en Dosquebradas, volvieron a Manizales y así en el año 2013 nació Serrano, que con apenas 3 mesas y una decoración poco llamativa, pero con un concepto de venta de carne de búfalo y cordero que causó gran expectativa. En un inicio no tuvieron gran afluencia de gente, pero las pocas personas que iban salían muy contentos, y gracias al voz a voz de los comensales fueron creciendo hasta que debieron mudar el restaurante a su ubicación actual. Camilo dirigiendo la cocina, Santiago dirigiendo el servicio en las mesas y ambos tomando decisiones estratégicas los llevaron a fortalecer su propuesta de valor, la cuál era crear un restaurante diferente en Manizales, este diferencial en principio se lograría con cortes de carne de búfalo y cordero, que eran totalmente nuevos en la ciudad ya que ningún otro restaurante los ofrecía. Además, el sacrificio fue muy grande, pues todo el primer año trabajaron sin sueldo, apostando fuertemente por su iniciativa emprendedora.

Gracias al trabajo constante sobre el restaurante, lograron posicionarse poco a poco en el mercado y después de 6 años llegaría a ser uno de los restaurantes más reconocidos en toda la ciudad. Este reconocimiento impulsó a los hermanos a crear una filial de Serrano y para el año 2020 nacería PSG Bretton, la nueva empresa con la que Camilo y Santiago impactaron en el mercado gastronómico de la ciudad.

DE PEQUEÑOS SOÑADORES A ÍCONOS REGIONALES

Pero, ¿Cómo se dio la transición de ser apenas un restaurante de 3 mesas a tener dos de los restaurantes más representativos de la región?. Según Santiago, todo se basó en la pasión por lo que hacían y la alegría que les causaba crecer poco a poco en el sector. Siempre han buscado sus sueños manteniendo la felicidad de hacerlos realidad y disfrutar del camino. Por esto mismo, él describe que la mayor alegría que les ha traído el restaurante, es poder crecer con la gente, sus clientes, su familia y sus empleados, todos ellos han sido parte fundamental del emprendimiento.

Bretton en su etapa de construcción 



Así mismo, creen fuertemente que el proyecto aún tiene un desarrollo pendiente y que no está en su punto máximo de crecimiento, pues su ambición empresarial ha permitido que el proyecto no se estanque y que cada vez que cumplen una meta se fijen otra para continuar creciendo, por dicha razón se está idealizando como meta a corto plazo expandirse por fuera de Manizales. Santiago resalta la fundación y la acogida de Bretton como la principal alegría que les ha dado el proyecto, ya que esto significa que van por buen camino y que el emprendimiento con ambos restaurantes se presta para más.

El proyecto ha tenido tanto potencial que han recibido ofertas de querer comprar algún porcentaje del negocio, sin embargo, son propuestas que no han sido evaluadas debido a la conformidad de ellos con los restaurantes. Creen tanto en su potencial que ven como objetivo ubicar ambos restaurantes como dos de los mejores de Colombia, pero por el momento, su proyección más inmediata es posicionarse en el Eje Cafetero. Las bases de este reconocimiento las encontramos en sus bases de negocio, resaltando siempre la calidad, el servicio y el buen ambiente, así, aseguran que ir al restaurante va más allá de pagar por un plato, se trata de disfrutar el momento y la comida, y pagar por una experiencia.

En este momento se evalúa la posibilidad de llevar a Bretton fuera de Manizales, ampliando sus horizontes a ciudades como Pereira y Armenia.

Además, se tiene en consideración convertir al actual Serrano en un concepto de infraestructura totalmente moderno y diferente, demoliendo el restaurante actual y reconstruyendo este para seguir creciendo e innovando como empresa.

PSG, CÁTEDRA DE VIDA

Más allá de todo el crecimiento y la expansión económica que ha tenido el proyecto, Santiago resalta las enseñanzas que les ha dejado este no solo para el funcionamiento empresarial sino para el desarrollo personal.

De estos destaca el saber luchar por sus sueños, no rendirse por mas dura que parezca una situación, cumplir las metas y a medida que se alcancen dichas metas trazar otras más grandes, a una escala mayor y de mucho más impacto. De todo esto, llama la atención que su principal enseñanza sea el ser siempre feliz en lo que se hace, hacerlo con pasión y llevarlo a otro nivel, ya que si se disfruta del proyecto y de su camino, este estará encauzado hacia la prosperidad.

Nunca ha sido una opción abandonar el proyecto o dejar la idea, pues siempre ha funcionado y crecido de la manera que lo deseada; consideran que han trabajado de la manera correcta y sobre todo, han sentido gusto en todo momento por sacar el proyecto adelante. Han tenido momentos difíciles, tales como el primer año de fundación, y sobre todo la pandemia en el mes de marzo, que frenó un poco su crecimiento, ya que afectó a todos los negocios restauranteros y en general a todo el sector gastronómico. Pero Santiago describe este período no como una problemática que los angustiaba, sino como una pausa táctica que les sirvió para refrescar ideas, aclarar la mente, tomar aire y reiniciar.

No se detuvo la propuesta y las ganas de salir adelante con el proyecto, que al día de hoy vuelve con más fuerza que nunca y sigue su buen curso, guardando como enseñanza post-pandemia el hecho de tomar las cosas con calma y sobre todo apreciar el trabajo, a las personas, lo que ofrecen y lo que se hace en el día a día.

HASTA DÓNDE CRECER

Santiago y Camilo son personas que no tienen límites, que todo lo que imaginan y sueñan lo consiguen, es por esto que su crecimiento ha sido exponencial y que proyectan a mejor en corto y largo plazo.

Citando al escritor Wayne Dyer, "El cielo es el límite", se concluye que nunca se parará el desarrollo mientras se quiera que este continúe, se tenga la mente clara, se organicen las ideas y se cuente con la motivación suficiente, no hay proyecto que pare de crecer. Serrano y Bretton, Santiago y Camilo, son ejemplos vivos de esto.

Mientras exista el deseo de prosperar, la fuerza para luchar, la perseverancia y las ganas de emprender, se puede sacar un proyecto adelante. Todos pueden ser emprendedores, sin embargo, solo aquellos que encuentran su verdadero propósito e inspiración en este, podrán ser exitosos con su idea. Con todo esto, la lección más valiosa de este estudio es que la base del éxito se encuentra en hacer las cosas como lo describe su nombre, *PSG, pasión, sabor y gusto*.

Restaurante Bretton en funcionamiento 



JEMB-C Remote

Bryam Steven Mora Trujillo
Juan David Redin Castañeda
Manuela Ardila Duque
Erwin Ulises Landazuri Rosero
Cristian David Ortiz

Caso de éxito:

HUEVOS NUTRI



HUEVOS NUTRI

No tengas miedo al fracaso, el primer paso no te lleva a donde quieres estar, pero te saca de donde estabas

Sebastián Benavides Tonguito es el protagonista de esta historia de emprendimiento que narraremos a continuación. Sebastián es uno de los socios de la empresa familiar Nutri, esta empresa avícola está ubicada en el municipio de Funes en Nariño al suroccidente colombiano.

Hoy en día esta microempresa familiar cuenta con una pequeña granja compuesta por un galpón que tiene una capacidad para tres mil quinientas gallinas aproximadamente, pero no siempre fue así.

Sebastián y sus primos son muy emprendedores, siempre han tenido esa habilidad de ser creativos y desarrollar ideas; a medida que cursaban sus estudios universitarios pensaban en la creación de un negocio familiar que no solo les generara utilidades, sino que también les permitiera dejar un legado en su familia y a sus futuras generaciones. Fue así como nació Nutri una empresa que se dedica al comercio de Huevos, un producto muy consumido por las personas con excelentes aportes nutricionales para el organismo y principal fuente de proteína.

Conozcamos un poco de la historia de Nutri

Nutri nace en el 2018 con la idea de Sebastián Benavides un estudiante de ingeniería de la Universidad Nacional de Colombia y sus tres primos quienes decidieron crear una empresa avícola para el comercio de huevos. Preocupados por el desarrollo de nuevas enfermedades y la manera de prevenirlas mediante la ingesta de una buena nutrición, deciden estudiar una lista de alimentos más consumidos por las personas para analizar sus aportes nutricionales y poder brindar a la gente un alimento nutritivo, de buena calidad y 100% natural, es así como surge la idea del comercio de huevos.

En sus inicios Nutri comenzó con un equipo compuesto por seis integrantes que posteriormente se redujo a cuatro debido a que los otros dos socios decidieron renunciar porque no compartían las mismas proyecciones para la empresa. Al momento de desarrollar la idea los cuatros socios de Nutri no contaban más que con los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación académica, una motivación emprendedora y un galpón para criar cerdos, pero esto no fue impedimento para poner en marcha su idea de negocio. Impulsados por las ganas de emprender y sin miedo al fracaso, el equipo de Nutri decide hacer la compra de cinco gallinas para estudiar su proceso de adaptación bajo ciertas condiciones, al cabo de pocos días las primeras gallinas habían respondido bien ante las condiciones que se les brindaba en el galpón para cerdos y ya habían puesto el primer huevo, lo que despertó en el equipo de Nutri una felicidad inmensa, esto motivó más al equipo para seguir trabajando. Una vez seguros de que las gallinas responderían bien a las condiciones del lugar, deciden llevar a cabo la construcción de su propio galpón para gallinas con una capacidad de albergue para tres mil gallinas, para ello deciden hacer uso de un terreno donado por su abuelo y para financiar la construcción realizan un crédito de cuarenta millones con el Banco Agrario. Luego de terminado el galpón el equipo decide empezar a trabajar con mil gallinas las cuales se adaptaron de manera muy rápida al nuevo lugar, de esta manera fue como se consolidó la idea de negocio Nutri.



En esta imagen se observa a tres de los socios en el proceso de construcción del primer galpón



Las ideas de emprendimiento deben tener una razón de ser

El equipo de Nutri está seguro de sus convicciones y piensa que

“Toda idea de emprendimiento debe estar acompañada de un propósito más allá de las utilidades económicas y es la satisfacción de poder contribuir ya a sea con el medio ambiente, con las comunidades minoritarias o vulnerables o apoyar algún proceso de formación académica”.

Es por eso por lo que vemos a muchas organizaciones apoyando a otras organizaciones sin ánimo de lucro como fundaciones u ONG. En el caso de Nutri es brindar un alimento 100% natural para los consumidores, por esta razón se preocupan por una nutrición adecuada para las gallinas de la granja haciendo un balance entre la alimentación concentrada y la alimentación natural de esta manera los huevos de Nutri tienen mayor aporte nutricional que contribuye con la salud de sus consumidores. La tendencia de alimentarse de forma natural como son las huertas casaras, los alimentos sin químicos los motivó a fijarse en los aportes nutricionales del huevo como un alimento muy complejo.

Las barreras que deben enfrentarse al emprender

Para el equipo de nutri desarrollar su idea de emprendimiento fue todo un reto, puesto que en el ejercicio de emprender se presentan múltiples barreras que debes vencer sino quieres que tu idea de emprendimiento quede solo en ideas. Barreras psicológicas como el miedo al fracaso, barreras económicas como no contar con el capital inicial, barreras físicas como adecuaciones del lugar para el negocio etc.

Para Nutri su primera barrera fue no contar con la disposición de un lugar adecuado para el sostenimiento de las gallinas, esta parte constituía la mayor inversión, pues para nadie es un secreto que adquirir un terreno y construirlo representa un gasto bastante elevado. El conseguir el terreno fue una de las actividades que tomó más tiempo, ya que en el Municipio de Funes Nariño no hay granjas de galpones para desarrollar este tipo de idea. Inicialmente el equipo de Nutri disponía de una casa abandonada y una marranera, pero ambos espacios eran pequeños. Desesperados por poner en marcha su idea de negocio decidieron hablar con algunos familiares para escuchar algunas sugerencias, fue ahí donde el abuelo de los socios le planteo la idea de donarles la parte de un terreno con un espacio óptimo para criar las gallinas. El equipo de Nutri decide ver las condiciones del terrero y establecieron que era el lugar

apropiado para iniciar la construcción de su propio galpón ya que el galpón que tenían hasta el momento era para criar cerdos y además era muy chico. Otra barrera fue adquirir los conocimientos avícolas, era un gran avance la construcción del galpón, pero ahora enfrentaban otro reto y era el de saber cómo criar y sostener a las gallinas pues querían darles a los animales una crianza de calidad para ofrecer un buen producto. Uno de los socios quien disponía de mayor tiempo se encargó de meterse de lleno al negocio y era quien encargaba del cuidado total y alimentación de las gallinas mientras los otros socios se encontraban fuera del municipio estudiando.

Experiencias significativas se obtuvieron con el desarrollo de esta idea de emprendimiento

“El poner en marcha una idea de negocio es un logro bastante satisfactorio como cuando compras tu primer carro o tu primera casa, nada como obtener lo propio”.

Estas fueron las palabras Sebastián Benavides quien expresó que a lo largo de este proceso ha adquirido muchas experiencias entre ellas la más significativa es que nadie es imprescindible, esto lo aprendieron cuando uno de los socios que era una pieza importante del negocio renunció. El equipo de nutri manifestó que fue un momento difícil pues este socio era quien se encargaba de lleno al cuidado de las gallinas, nunca pensaron que esta persona renunciaría. El equipo tuvo que replantear la estructura de la organización y equilibrar las actividades. Otro de los aprendizajes más importante para los socios de Nutri es el trabajo en equipo, ellos contaron con la colaboración de sus familiares quienes participaron en la construcción del galpón, también han ayudado en las actividades de alimentación de las gallinas, venta y despacho del producto.



En esta imagen se puede apreciar el galpón ya
construido con capacidad para tres mil gallinas



Trazarte metas al momento de desarrollar una idea de emprendimiento te permite acercarte a los objetivos a lograr

Es indispensable que los emprendedores plasmen metas para el desarrollo de su idea, ya que esto permite que se logren los fines para los cuales se está llevando a cabo el emprendimiento. Para el caso de Nutri, el equipo tiene metas a corto y largo plazo. Para el corto plazo tiene metas como la mejora continua, es decir estar en el continuo ejercicio de hacer el trabajo más eficiente cada día y empezar a optimizar sus procesos. A largo plazo el equipo de Nutri quiere implementar otras líneas de productos entre ellos está la leche de marca

Nutri, dentro de las proyecciones a largo plazo, el equipo nutri se ve en cinco años como una empresa certificada en calidad para ellos se están haciendo capacitaciones con instituciones como ICA y FENAVI para entender más el funcionamiento de este tipo de negocios. En cinco años Nutri espera hacer la construcción de su segundo galpón para albergar una mayor cantidad de gallinas.

Alegrías deja el poner en marcha una idea de negocio

Para el equipo de Nutri el poder desarrollar su idea ha sido una de las más grandes alegrías, ellos recuerdan el momento cuando pudieron comprar las primeras cinco gallinas para llevar a cabo el estudio de adaptación de los animales bajo las condiciones iniciales, estaban muy contentos pues las gallinas habían respondido de una excelente manera.

“Pensamos que las gallinas no se adaptarían con estas condiciones, pero en pocos días ya presentaban un buen comportamiento y para agrandar más esta felicidad las gallinas ya habían Puesto el primer huevo en este tiempo, casi lloramos de la emoción entonces nos motivamos más en trabajar duro pues sabíamos que esto representaría un gran reto para nosotros”.

El equipo de Nutri se dedicó a trabajar arduamente y al cabo de poco tiempo ya tenía comprada trecientas gallinas para comenzar en forma. Esto fue el inicio de una la satisfacción más grande, pues nunca pensaron llegar a esa cantidad, pero eso fue el fruto de un esfuerzo arduo.

Posibles alianzas y estrategias para el grupo

El equipo de Nutri tiene pensado llevar a cabo diversas estrategias como es la implementación de una economía circular dentro de su proceso productivo, esta economía busca aprovechar los materiales de “desechos” para la elaboración de nuevos productos, entre estos materiales esta la gallinaza, plumas y cascara de huevos para ellos se están generando estrategias con otras organizaciones que permitan hacer una mejor utilización de estas materias primas, pero en el momento estas estrategias solo están plasmadas como ideas.

Fracasos que han tenido que superar para seguir sosteniendo su idea de emprendimiento

Hasta el momento los socios de Nutri expresan que no han tenido que afrontar ningún fracaso como tal, pues han tenido momentos difíciles, pero los han sabido sobre llevar por medio del diálogo y estrategias. El equipo de Nutri atravesó un difícil momento cuando empezó con las primeras gallinas debido a que el precio del huevo estaba por el piso en ese momento, esto generó pérdidas para la empresa, pero los socios lograron desarrollar actividades externas para seguir manteniendo a las gallinas. Ellos afirman que lo único que cambiarían en el desarrollo de este proyecto es la razón social del mismo ya que en el afán de poner en marcha su idea escogieron ese nombre sin percatarse luego de que muchas otras empresas tiene el mismo nombre, esto podría presentar una desventaja frente a sus competidores debido a que las personas podrían confundir su publicidad con la de las otras compañías de este mismo sector

Estrategias que debe implementar un emprendedor para diferenciar su producto

Para Nutri el brindar un producto de calidad se ha convertido en la prioridad de la compañía. El equipo se ha preparado para que los consumidores adquieran huevos de la mejor calidad, Nutri se cerciora de que cada huevo desde que se recoge en la granja hasta que se entrega al consumidor final cumpla con los requerimientos especificados en la política de calidad. En el momento la Empresa Nutri solo tiene un solo competidor que es la empresa huevos Kike's, pero no lo consideran un competidor directo puesto que tiene diferentes segmentaciones de mercados. Huevos Kike's tiene un mercado orientado a panaderías, cocina y culinaria en general. Mientras tanto el segmento de mercado de Nutri está enfocado a consumidores que se preocupan por mantener una buena alimentación como son los deportistas de alto rendimiento. El marketing y la publicidad juegan un papel muy importante a la hora de diferenciar el producto, las estrategias de mercado inicialmente han sido la voz a voz para llegar a las tiendas del municipio, posterior a esto se hicieron avisos por radios para que las personas supieran en que tienda podían encontrar el producto de Nutri, la compañía también cuenta con redes sociales en Facebook e Instagram.

Los socios de Nutri realizando las labores de venta y despacho del producto



Aportes haría el equipo Nutri a los nuevos talentos emprendedores

Los socios de Nutri aconsejan a todos los jóvenes emprendedores a lanzarse, a correr los riesgos y a perder el miedo.

“Si tienes una idea de emprendimiento desarróllala, lo más importante es comenzar”.

Para el equipo de Nutri el papel de la educación superior es muy importante especialmente el aporte de las habilidades duras como son las matemáticas para desarrollar la parte financiera y también es muy importante para la ayuda de otras ciencias como el marketing y otras estrategias de negocio. El paso por universidad para los socios de Nutri les ha permitido desarrollar muy buenas habilidades para contribuir con su idea de emprendimiento.

Los jaguales y el Jabirú

Juan Felipe López Herrera - Ingeniería Civil

Juan Felipe Marín López - Ingeniería Industrial

Julián Andrés Salazar Parias - Ingeniería Electrónica

Jonathan David Sánchez Bautista - Administración de Empresas

Luis Felipe Guarín Buitrago - Arquitectura

Caso de éxito:

GDI



GDI (GESTIÓN DOCUMENTAL INTELIGENTE), HAY MUCHO DETRÁS DE UN FINAL FELIZ

Colaboradores de GDI, archivando documentos



GDI, una empresa que nació de las circunstancias:

Era 1999 cuando Don Jorge Hernán López Marín se encontraba trabajando en Seguros Atlas. En esta empresa él ejercía como contador, sin embargo, en la mente de Don Jorge ya rondaba hace un tiempo la idea de montar su propio negocio y así poder independizarse, su deseo era como el de muchos emprendedores pasar a ser su propio jefe, conseguir mayor autonomía en el manejo de su tiempo y aumentar sus ingresos. Para ese momento, en el año 1999, su idea de emprender no era más que un sueño, pero todo iba a comenzar a cambiar cuando los directivos de la empresa donde trabajaba, "Seguros Atlas", les comunicaron a todos los empleados que debido a las altas pérdidas financieras que mostraban sus estados financieros, no había otra opción que comenzar con el proceso de liquidación de la empresa.

No era una decisión fácil para la empresa, eran muchos años de trayectoria e iban a ser más de 250 empleados que quedarían desempleados, por lo cual la empresa adoptó la estrategia de preparar de alguna forma a los empleados para que en el momento de salir a la calle se pudieran "defender". Fue en una de las reuniones, de tantas que les hicieron en su preparación para quedar sin trabajo, que se mencionó la posibilidad de que alguien se quedara con el archivo de la empresa, algo que por ley es obligatorio para las empresas, quienes deben guardar sus archivos después de liquidadas. Fue en ese encuentro, que en palabras de Don Jorge "surgió la primera semilla de lo que es el negocio hoy, lo que es Gestión Documental S.A".

El proceso de liquidación de la empresa no fue de un día para otro; Don Jorge continuó trabajando como contador en Seguros Atlas durante 4 años más, sin que absolutamente nada pasara. No obstante, durante ese periodo de tiempo, Don Jorge, se dedicó a preparar su mente para montar un negocio, es decir, se preparó para ser capaz de visualizarlo y de ver las oportunidades cuando estas llegaran. "Leí mucho, me reuní con personas, escuchaba atento, leía cifras, toda la información que yo consideraba importante para en cualquier momento montar un negocio", comenta Don Jorge. Es por eso que, aunque aparentemente fuese un tiempo de inactividad fue un tiempo que abonó el terreno para lo que vendría más adelante.

En el mes de junio de 2003, la terminación de la liquidación de la empresa se estaba aproximando, y de manera "coincidental" un día Don Jorge entró a la oficina del liquidador, el cual en ese momento estaba sosteniendo una conversación telefónica. Mientras hablaba él escuchaba la conversación; en ella el liquidador expresaba su preocupación por no encontrar qué hacer con el archivo. A continuación, expresa Don Jorge, "me atreví a preguntarle que necesitaba, que cual era su preocupación y me dijo: - Jorge Hernán es que necesito guardar el archivo de la empresa durante 20 años y no encuentro quien me lo reciba, no hay una empresa que haga eso, no sé qué hacer con él, estoy encartado. Ese fue un momento de verdad para el surgimiento de la empresa, ahí fue donde hizo clic". Aunque pudo haber sido indiferente y cambiar el tema, gracias a ese deseo y preparación de su mente para emprender, Don Jorge aprovechó el momento, y sin pensarlo dos veces, le dijo al liquidador: "Doctor, dígame que hay que hacer que a mí me interesa el tema". Él liquidador, se emocionó con la respuesta de Don Jorge e inmediatamente le respondió - "Haga un presupuesto a 20 años, cuanta plata necesita usted para tener ese negocio durante 20 años, usted tiene que asumir todos los gastos y dentro de 20 años tiene que responder por todos los documentos que se le entreguen".

Como bien lo recalca Don Jorge, fue cuestión de oportunidad, él no tenía claro a qué negocio apuntar, pero las circunstancias de la vida le mostraron cuál era su negocio. Para el momento en el mercado no había quien lo hiciera, era un negocio relativamente nuevo para ese tiempo, y mucho más para don Jorge, cuya formación había estado en la contaduría pública y no conocía nada de la gestión de archivos.

Ya con la empresa constituida legalmente en julio de 2003, y con dos clientes, Seguros Atlas y Coodecaldas (que en ese entonces también estaba liquidando), Don Jorge contrató a 3 empleados y así arrancó a operar. Cabe anotar, que, debido a la falta de capital, fue necesario recurrir a un inversionista, una compañera de la universidad y el esposo, con quienes se dividió por partes iguales (50% para ellos y 50% para Don Jorge) los derechos sobre la empresa.



Colaboradora de GDI organizando documentos



La evolución es un camino con tropiezos:

El comienzo fue difícil, el desconocimiento del negocio era total, no sabían cuales debían ser las características de la bodega, de cómo debían adecuarla, ni mucho menos sobre la extensa normatividad acerca del tema de los archivos. Se intentó encontrar a alguien que los asesorara, pero no fue posible, por lo cual el arranque fue muy intuitivo y les tocó aprender sobre la marcha. Los dos primeros años se dedicaron ineficientemente a organizar el archivo de los primeros clientes, en una bodega que construyeron y que les quedó pequeña, ya que a pesar de tener una buena altura (6 metros), solo se estaban utilizando 2 metros con la estantería que habían comprado, una estantería de 6 entrepaños metálicos, de las que se ven comúnmente en las tiendas. En resumen, pasaron aproximadamente 2 años arreglando el archivo inicial y pasaron aproximadamente ¡3 años más! sin conseguir un solo cliente. La razón de esto se encuentra en que Don Jorge y los socios carecían de formación de ventas, y eso les estaba jugando una mala pasada.

Ya para en el año 2007, Don Jorge entró en un momento de crisis que lo llevó a repensar su negocio y su vida. Para aquel entonces seguía trabajando paralelamente como contador independiente, y a pesar de ser bien remunerado le estaba absorbiendo todo el tiempo, ya no le quedaba tiempo ni para su empresa, ni para su familia.

Don Jorge llegó a la conclusión de que estaba desperdiciando una oportunidad inmensa con GDI y decidió organizarse para dedicarle mayor tiempo. En ese año (2007) se matriculó a un diplomado que hizo la Universidad de Manizales sobre mercadeo y ventas, duraba unas 100 horas. Don Jorge comenta sobre esta experiencia, "aprendí muchísimo, eso me abrió los ojos de una forma impresionante, me enseñaron de las ventas, de la satisfacción del cliente, de como uno no vende, sino que satisface las necesidades de los clientes, de cómo hay que ir a buscar al cliente, de como uno tiene que ser distinto para ofrecer sus servicios, todo este tipo de cosas". De esta experiencia formativa, surgieron en la mente de Don Jorge muchas ideas, entre las cuales el conseguir a una persona que fuera muy fuerte para el área comercial. Se contrató a un vendedor, el cual salía a pedir citas en frío, llamaba a las empresas, se reunía con las personas que correspondiera, y si le tocaba esperar 2 horas esperaba, si tenía que estar 3 meses detrás de un negocio lo estaba. El buen trabajo de este vendedor se tradujo en 6 clientes nuevos entre los años 2007 y 2009, impulsando de esa manera a la empresa hacia adelante. Además, se trabajó durante este periodo de tiempo para superar los problemas de espacio, adquiriendo una estantería de 5 metros, con la que pudo aprovechar la altura del lugar, logrando quedar con casi el 75% de la bodega lista para ser ocupada por los archivos de los nuevos clientes, lo que los hizo aún más conscientes de la buena rentabilidad del negocio.

Para el 2010, ya tenían 10 clientes que les pagaban el servicio de guardar sus archivos, lo que técnicamente se llama "custodia de archivos", el único servicio que ofrecían para ese entonces. Durante el año 2010 y 2012, se les llenó la primera bodega de archivo y tuvieron que construir otra contigua a la primera. El negocio ya tenía un mayor movimiento, ya eran 8 los empleados contratados y cada vez entraban nuevos clientes. Por ese mismo tiempo se comenzó a diversificar la cartera de servicios, incluyendo

el servicio de digitalización de archivos (algo novedoso para la época), el cual consiste en pasar los archivos físicos a imágenes digitales.

Pero este tiempo de gracia no le duró mucho a GDI, pues nuevamente entró en un periodo de estancamiento, en parte debido a problemas con los socios que terminaron desencadenando la pérdida del buen vendedor que hasta ese momento todavía laboraba en la empresa. Finalmente, Don Jorge concluyó que lo mejor para el negocio, era comprar el 50% de participación a los socios, y entre el año 2013 y 2014 se finiquitó el acuerdo. No fue nada fácil, fue una negociación lenta y cargada de mucha tensión, además para lograrlo Don Jorge tuvo que incurrir en una deuda muy alta, lo cual hizo entrar en un periodo de crisis a la empresa. A pesar de todo valió la pena, en 2015 dice Don Jorge “la empresa tuvo un resurgir, un nuevo punto de inicio, el primero de enero de 2015 ya no estando los socios, yo ya no tenía que estar compartiendo opiniones de personas que pensaban distinto a mí y pude repensar muchas cosas del negocio. Si se miran los estados financieros de la empresa en ese año no hubo crecimiento, pero sí sirvió para replantear hacia el futuro”.

En febrero de 2016, Don Jorge tuvo la oportunidad de vincular la empresa a un ecosistema de emprendimiento muy reconocido en la ciudad llamado Manizales Más, en el cual participan distintas instituciones: la alcaldía, la gobernación, varias universidades de la ciudad, la fundación Luker y la universidad de Boston (EEUU). Este programa le enseñó a Don Jorge mucho más sobre ser empresario y ayudó para impulsar la empresa comercialmente, pues continuamente salían en la prensa o en la radio. Ese año GDI abrió dos nuevas oficinas: una en Pereira y otra en Armenia. Sin embargo, a pesar de que las ventas para el año 2016 fueron el doble de las reportadas en el 2014, el fracaso financiero fue tenaz, ya que no se alcanzó ni siquiera el punto de equilibrio. Eran demasiadas las deudas, embargos, secuestros judiciales, cuentas corrientes embargadas, deudas de impuestos, deudas con empleados, muchas situaciones. “el periodo comprendido entre 2017 y 2018 fue supremamente duro por la absoluta iliquidez de la empresa” comenta su gerente.



Colaboradora del área de digitalización 

Un presente del que sentirse orgulloso:

Actualmente, para el 2020, las ventas y la situación financiera de la empresa es distinta, ya tienen 34 empleados, se ha diversificado más el portafolio de servicios, incluyendo el servicio de destrucción segura de documentos, la validación de datos y están incursionando en el manejo de la información a través de un software que están diseñando, porque como bien lo dice Don Jorge “el negocio de archivos es un tema de tecnología, no de papel y la empresa tiene que evolucionar hacia eso”.

Las ventas en GDI se comportan supremamente bien, últimamente han llegado a tener un crecimiento de hasta 30%, se han pagado muchas de las deudas que habían contraído, no han vuelto a adquirir créditos, ha mejorado mucho el tema de liquidez, y además hay que resaltar que Don Jorge se ha esmerado por mejorar mucho la calidad del personal vinculado, lo que ha sido clave para llevar la empresa a otro nivel, pues tal y como lo expresa su dueño: "si yo hace 6 años hacía todo en la empresa desde ser mensajero hasta ser el gerente y dirigir el tema de producción, actualmente yo me dedico más a pensar la empresa, a atender solo la parte comercial porque todos los otros temas están delegados en personas muy pilosas, en jóvenes muy buenos y muy comprometidos con la empresa (algo clave para que encajen en nuestra cultura) ". Adicionalmente para remarcar el buen presente de la empresa, hay que decir que ya cuentan con una estructura organizacional mejor conformada: con cuatro áreas, el área de validación de datos, el área de inventarios, el área de digitalización y área administrativa, cuentan con 199 clientes, el servicio de la digitalización está muy bien posicionado, y esperan crecer mucho en el tema de tecnología.

En cuanto a la competencia, en el eje cafetero hay alrededor de 5 empresas que se dedican al negocio de archivos, entre las cuales Don Jorge considera que son la segunda mejor posicionada en temas de archivística y documentación, lo que se explica con sus factores de diferenciación, "uno tiene que ver con que tenemos todos los servicios del mercado, es decir, hay muchas empresas de tecnología que trabajan con documentación y hay empresas que prestan servicios de custodia y administración de archivos pero lo hacen separadamente, nosotros prestamos todos los servicios", dice su gerente.

En cuanto a la tecnología el avance ha sido notable, lo que se evidencia al ver la diferencia entre los equipos de última tecnología que actualmente tienen, comparados con los contados equipos obsoletos que tenían en el 2015.

Y las cosas no terminan ahí, porque gracias a la visión de seguir mejorando por parte de su gerente, hoy en día están trabajando en la certificación de la norma ISO-9001 que es una norma básica de calidad y sobre la norma ISO-27001 con el fin de asegurar la información, lo que a ojos de Don Jorge les brinda una imagen muy positiva ante los clientes, quienes los empezarán a considerar con mayor seguridad como proveedores de muy alta calidad. Entendiendo que todos los días ganan clientes de mayor tamaño, entre los cuales se distinguen empresas como Efigas, Mabe, Servicio de Tránsito de Manizales (STM), Progel, Madeal, entre otras.

Conductor de GDI, cargando el camión de envíos. 



La innovación nace de la necesidad y requiere visión:

“La innovación, no significa dar pasos tan extraños, tan grandes o que rompan esquemas, sino simplemente hacer las cosas diferentes a como se vienen haciendo” Jorge Hernán López Marín.

Según cuenta Don Jorge, han sido muchos los retos que se le ha presentado a GDI en la medida en que iba creciendo, uno de ellos tuvo que ver con la estantería que habían comprado inicialmente, que pecaba por ser fija y necesitaba que el mismo señor que la diseñó la montara y desmontara, generando gastos innecesarios. La solución a este problema nació de un empleado en el 2016, quien propuso reemplazarla por una estantería industrial que se podía ser armada y desarmada por los mismos empleados de la empresa, debido a su facilidad de manejo; lo cual redujo en más del 50% los gastos en la gestión de las estanterías.

Otro de los retos que promovió la creatividad dentro de la empresa, fue la implementación del servicio de destrucción segura de documentos. Don Jorge pretendía aumentar la fidelización de sus clientes y hubo una cliente que expresó su inconformismo por estar pagándole por el servicio de custodia de archivos por documentos que ya no necesitaba, entonces lo que hicieron fue proponerle a él que de los documentos que tenía en custodia, seleccionara aquellos que podían necesitar (previamente consultado con su personal) y los protocolos que requiriera, que ellos les destruirían ese papel de forma segura para que los documentos cerraran su ciclo. Y así sucedió, como cuenta Don Jorge, “nosotros le destruimos el archivo seleccionado en la maquina destructora que compramos, le entregamos la evidencia en video, la constancia de la eliminación que se hizo y se les bajó la factura inmediatamente”. GDI, se queda con el papel de reciclaje del cual obtienen los recursos que les han permitido bajar sus precios y, al mismo tiempo aumentar la fidelidad de los clientes, quienes han mostrado quedar muy satisfechos con el servicio.

Otra anécdota de innovación tiene que ver con que, en el año 2019, presentaron algunos proyectos al SENA para tratar de conseguir financiación y capacitación, entre ellos DOCU, un software con el cual pretenden eliminar el papel de las empresas. Se presentó también al ministerio de cultura y fue seleccionado como empresa de economía naranja, es decir que la empresa ya es reconocida como una empresa de tecnología más allá de ser una empresa estrictamente de archivos; con ese aval y con la exención tributaria que les genera les ha permitido irse financiando

Palabras finales para terminar una gran historia:

Cuando se le pregunta como visualiza a la empresa en un futuro, Don Jorge responde: “me la imagino como una empresa muy grande que preste todos los servicios que tenga que ver con soluciones de archivo y manejo de información, que tenga mucho reconocimiento, que podamos utilizar nuestra marca para vender, que simplemente la gente llegue y por ver nuestra marca pueda comprar con tranquilidad sin que tenga que intervenir la empresa en esos procesos. Ojalá llegar a ser un referente en Latinoamérica”.

¿Qué es lo mejor de ser empresario? “lo mejor de ser empresario es mirar hacia atrás y ver cómo ha crecido la empresa, en 1999 era un sueño, en 2003 era un lote de terreno y en 2020 es una empresa consolidada y con un futuro aun muchísimo mejor”.

Fin.

Milenium

Angie Vanessa Meneses Vinueza - Est. de Ing. Química

**María Angélica Corcho Castaño - Est. de Gestión Cultural
y Comunicativa**

Luz Victoria Serna Cardenas - Est. de Administración de Empresas

Sofía Hernandez Arredondo - Est. de Ing. Industrial

Sebastián Martínez Arenas - Est. de Ing. Civil

Caso de éxito:

PLANTA PANELERA ROJAS GUZMÁN SAS



Planta Panelera Rojas Guzmán SAS: Los retos de innovar en el sector panelero

La emprendedora, Alexandra Rojas Guzmán, rompe con la cultura del machismo en sector panelero y decide hacer realidad su sueño, crear su propia empresa. Siendo la primera de 5 hermanos siguió los pasos de su padre Jaime Rojas, quien dedicó gran parte de su vida al cultivo de caña panelera, dejando cómo herencia luego de su muerte, 2 trapiches, uno en San Bernardo Guaitara y otro en Sandoná. Alexandra afirma que su padre fue una persona muy visionaria que a pesar de sus pocos años de estudio fue capaz de hacer de la panela un negocio rentable que le permitió cosechar grandes logros. Al haber crecido en una familia que toda la vida al cultivo de la caña y a la producción y comercialización de la panela, decide iniciar su propio camino de forma independiente y es por eso que aun sabiendo que tendría que desenvolverse en un medio donde la cultura y tradición hace que los hombres tengan el control del trapiche y las mujeres realizan labores secundarias, decide iniciar sus estudios, recibiendo una formación en el programa técnico

de Agroindustria Panelera mediante una alianza Institucional entre el Municipio de Sandoná y el Sena, además adelantó cursos que le permitieron afianzar mejor sus capacidades y aprender con propiedad de la industria en el campo. A lo largo de su carrera y experiencia en el sector panelero trabaja por obtener calidad, desarrollar innovación, exploración de nuevos mercados y a la adquisición de tecnologías, que sumaron para abrir su panorama empresarial y poner en práctica los conocimientos aprendidos. Gracias a su gran visión ha obtenido grandes logros, entre ellos recibir el Premio al Liderazgo Empresarial que otorgó la Cámara de Comercio de Pasto en su versión 2018.

Planta panelera Rojas Guzmán S.A.S.

La planta “es una productora y comercializadora de panela, con un alto grado de innovación y desarrollo” que genera empleo y promueve el desarrollo de la región, localizada en el municipio de Sandoná Nariño en el sector Porvenir.

Misión

La planta panelera Rojas Guzmán, tiene como misión la producción y comercialización de panela de excelente calidad en diferentes presentaciones, aprovechando todo el recurso humano y calidad en la materia prima, se compromete a ofrecer productos sanos y de alto valor nutritivo para todos los segmentos del mercado.

Visión

Ser una empresa reconocida como líder en calidad, innovación, tecnología y altamente competitiva por el bajo costo en la producción de los productos que contribuye al bienestar de la comunidad y al medio ambiente.



Historia de la planta panelera Rojas Guzmán S.A.S.

La actual gerente y fundadora de la empresa, Alexandra Rojas, con su fuerte motivación de independencia laboral y con su inmenso deseo de implementar una planta panelera basada en conocimiento, tecnología y práctica profesional y no empíricamente cómo aún se realiza en algunos de los trapiches presentes en Sandoná, inició su proceso con el Fondo Emprender ofrecido por el Sena, a pesar de no haber sido aceptado su proyecto en la convocatoria a nivel regional, su proyecto fue un caso exitoso a nivel nacional, aprobado con un capital semilla por un valor total de 124'101.724 pesos colombianos, los cuales fueron distribuidos en el molino, el tren de pailas, un molino pulverizador, mesones en acero inoxidable, bateas en acero inoxidable entre otros rubros estipulados en su proyecto; a pesar del gran apoyo ofrecido por el Sena, la planta requería mucha más financiación para poder avanzar en modificaciones al terreno en el cual se construyó la planta debido a que el diseño del funcionamiento lo requería, es así como Alexandra decide vender parte de herencia asignada por su padre con el fin de solventar las necesidades faltantes, es claro que este emprendimiento corresponde a un todo por el todo. La empresa se empezó a construir en noviembre del año 2016, se legalizó en cámara de comercio el 25 de enero del año 2017 y empezó a funcionar el 13 de noviembre del año 2017.

Funcionamiento y generalidades de la planta.

Es preciso resaltar que inicialmente, la empresa ha sido única en Nariño, se dice única debido a la tecnología de cámara war que maneja que aunque es "pequeña" en comparación a los trapiches presentes en la región, ya que el promedio de producción es de los demás es de 10 toneladas de panela semanal y el de la planta es de 6 toneladas semanales; el diseño y la forma de trabajar internamente fue ideada gracias a la visita que Alexandra pudo hacer a diferentes municipios del centro de Colombia, entre ellos a Villeta Cundinamarca, de la cual adoptó algunas características significativas y en

particular las siguiente: la mayoría de los trabajos lo realizan las mujeres, la infraestructura de ésta es en PVC, una hornilla con cámara Ward (con tan sólo 6 pailas), más calidad humana y sin necesidad de asignarle ningún producto químico perjudiciales para la salud, que se han utilizado para darle un color más amarillo a la panela. Para obtener un buen producto, es decir, de buena calidad, se debe hacer toma de muestras y proceder a medir con cintas indicadoras el pH del guarapo, con el refractómetro se miden los grados brix de la caña para saber la madurez de la caña a moler, puesto que difieren según la climatología, y la variedad de esta, la toma de estos datos es muy necesaria e importante para lograr obtener panela de buena calidad.

En referencia al trabajo realizado por el personal y a sus funcionalidades será preciso mencionar que, su horario de trabajo es bastante extenso y exhaustivo considerando que va desde la 1 de la mañana hasta las 3:00 , iniciando el día lunes a jueves y el día viernes hasta las 10:00 de la mañana. La empresa genera 26 empleos directos distribuidos en las siguientes labores: 2 cañeras, 1 moledor, 1 hornero, 1 descachazadora, 1 melador, 2 moldeadores, 3 empacadoras, 5 acarreadores, 5 corteros, 1 chofer, 3 alzadores y 1 trabajadora de oficios varios, el valor del pago de cada trabajador varía dependiendo el grado de dificultad y se realiza cada 8 días. Como se observa, se logró implementar roles a las mujeres que por lo general, en la mayoría de las empresas paneleras son trabajos que sólo lo realizan los hombres debido a la infraestructura rústica que se maneja, la cual requiere de mayor fuerza bruta.

Productos y canal de distribución

Cuenta con una marca registrada ante la SIC (Superintendencia de Industria y Comercio) como *Oro dulce* presente en el empaque de la panela; la empresa ofrece su panela en diferentes presentaciones exactamente en bloque de libra y kilo, redonda de 833 g y 750 g, panelín de 1000g, 912g, 835g y 500g, cuadro de 1000g y 500 g, piloncillo de 215 g, pastilla de 500 g, pulverizada natural y saborizada de 1000 y 500, melote, miel invertidas. Resaltando

la comercialización de panelín y pastilla, las toneladas que se producen semanalmente difieren según los productos que en esa semana se laboren en mayor proporción, sin embargo, oscila en un rango entre 5.5 y 6 toneladas.

Por otro lado, la empresa no llega al consumidor final, su canal de distribución se remite directamente a los supermercados grandes del municipio de Sandoná, y a través de intermediarios se ha realizado productos como el piloncillo que se sabe que es de exportación para México, también estuvo en el supermercado de cadena Alkosto, pero no fue posible continuar debido a que el pago de la venta era cada 45 días y la empresa no posee suficiente capital de trabajo que le permita sostenerse por sí solo todo este tiempo, a manera de resumen la empresa prácticamente funciona a modo de contra entrega, siendo esta una debilidad que de cierto modo impide su crecimiento.



Situación actual de la empresa

Debido a que la infraestructura es pequeña y la demanda del producto es bastante se busca obtener un capital de trabajo, para ingresar a nuevos mercados que permitan obtener mejor rentabilidad y poder así lograr ampliar la infraestructura y mejorar la hornilla, es por ello que ha trabajado en proyectos para este mejoramiento y se ha presentado a Colciencias y a Sennainnova.

Hoy en día los productos que se están comercializando en mayor cantidad son, las presentaciones de panelín y pastilla. Alexandra agrega también que respecto al tema de la pandemia del Covid-19 que nos acecha a todos, resultó ser favorable para la empresa y no sólo a ella, sino a todo el sector panelero, ya que aumentó el consumo de panela y por ende el precio también, pero se requiere que este precio no sea por temporadas sino que sea constante que tenga un precio justo, porque muchas veces se trabaja a pérdida, aun así, aumentaron los costos de producción en la empresa debido a que se requiere cumplir con los protocolos de bioseguridad como comprar alcohol para cada zona de la empresa, más cantidad de guantes, tapabocas, detergente y por el alza de la panela los trabajadores han pedido una alza en sus salarios, etc.

Proyecciones futuras

Se planean seguir trabajando en proyectos que le permitan adquirir tecnología para minimizar los esfuerzos físicos y de manera electrónica controlar los procesos y mejorar la calidad de vida de todos los que en ella trabajan, así se podrá expandir la planta física, ampliar la cantidad de producción, seguir actualizándose en innovación, tener un mercado nacional estable y llegar a exportar, además se visualiza a la empresa panelera Rojas Guzmán como motivación para las demás empresas paneleras, de tal manera que se mejore las condiciones tan tradicionales en las que se trabaja, que aunque por muchos años fue efectiva hoy en día se requiere más innovación en tecnología para generar mayor producción y seguir al paso y ritmo de vida de los consumidores actuales.

Innovar para crecer y avanzar

La Gerente y propietaria de la planta, resalta la importancia de innovar y marcar diferencia en los procesos que se realizan, menciona también que aunque se han implementado grandes ideas, todavía hay muchas cosas por mejorar, “cada vez que se innova, lo impulsa a empezar meta, es algo continuo que nunca para, hemos logrado tantas cosas pero nos falta aún más”. Agrega que se encuentra trabajando en otros proyectos que apuntan a la disminución de la contaminación que genera la planta, ya que que el 30% de la energía que se produce en la hornilla es utilizada para hacer panela y el 70% se va a la atmósfera y lastimosamente están siendo parte del calentamiento global. Junto con un equipo de Ingenieros especializados, está apuntando a la creación de un prototipo que mejoraría sostener la temperatura en las pailas, a su vez, busca, disminuir los procesos para que las personas tengan mejor calidad de vida.

Con orgullo expresa que con su panela se derivan productos que no le hacen daño a la salud y entre las lecciones aprendidas que le ha dejado emprender en el sector panelero es poder demostrarse a sí misma que es capaz de hacer las cosas, se plantea como reto tener capital de trabajo tan amplio que le permita a su empresa sostenerse en el mercado y encontrar mejores beneficios, apuntar a un equilibrio, posicionar la marca y lograr mayor estabilidad económica.

Recomendaciones para emprender en el sector panelero

Alexandra menciona :“ vale la pena materializar los sueños y trabajar por 2 frentes, el primero, la gente, trabajar por ellos y para ellos, y el segundo frente, trabajar por la innovación, por hacer variedad de productos que permitan explotar nuestros conocimientos y la ciencia para llegar a un precio justo de la panela”. Recomienda complementar los sueños de emprendimientos con estudios académicos que perfeccionen las ideas y los procesos, esto ayudará a obtener

estabilidad y seguridad a la hora de la práctica, a su vez es necesario no saturar el mercado y ofrecer variedad de productos que vayan de acuerdo al ritmo de quien consume la panela, por eso es importante plantear un buen proyecto y trabajar con la razón, ya que un emprendimiento como estos, es un negocio encaminado a crear su sello y obtener un equilibrio. “Emprender, muchas veces no es cambiar la forma de hacer las cosas, sino mejorarlas para hacerlas excelentes y eficientes, aunque no es fácil, el camino te irá mostrando lo que debes hacer”.

Sin duda la propietaria de la Planta Panelera Rojas Guzmán SAS, es un gran ejemplo de caso exitoso, en tiempo récord ha logrado obtener no solo reconocimiento local y regional, sino también nacional, los retos que se ha propuesto los ha ido logrando gracias a su convicción como mujer y el retarse a hacer cosas diferentes, aun cuando le han dicho que todo es una locura, Alexandra fusionó conocimiento con tecnología y ahora se proyecta a conquistar nuevos mercados. “ Los proyectos no se hacen solos, los proyectos son exitosos cuando detrás de ellos hay seres humanos que le ponen el alma y pasión a lo que les gusta hacer en mi caso la panela, es entonces cuando se presentan más personas que le ayudan a construir los sueños y materializarlos, lo impulsan a seguir adelante aun en contra de la corriente y esto lo hace crecer, creer en la gente y le da la oportunidad de crear paz con todos aquellos que trabaja en las empresas”.



Team- novation

Manuela Soto González (Ingeniería Química)

Maria Antonia Trujillo Alarcón (Ingeniería Industrial)

Cristian Martín Matiz (Administración de Empresas)

Mariana Díaz Urueña (Ingeniería Física)

Edwin Ocampo (Gestión Cultural y Comunicativa).

Víctor Daniel Bernal Londoño (Arquitectura)

Caso de éxito:

ESPECIAS DEL CAMPO LA ILUSIÓN



Innovación y emprendimiento desde el campo colombiano, Especias del Campo Campo La Ilusión



Este emprendimiento nace desde el campo, con ayuda de Claudia Beatriz González Salazar, fundadora de "Especias del Campo.

La Ilusión", quien es economista del hogar, magister en investigación y desarrollo humano, especialista en derecho ambiental, docente de la Universidad de Caldas, y actualmente pensionada de la misma universidad. La idea inicial nace desde su infancia cuando su padre Gabriel González llevaba a su esposa, Beatriz Salazar y sus diez hijos a las diferentes fincas que habían sido propiedad de la familia, en donde principalmente se

realizaban paseos de río, y se gozaba de un buen sancocho de leña, en donde se combinaban el sabor de la cocina Caldense de donde era su madre y la cocina Cundiboyacense de donde era su padre, los ingredientes para cada plato que cocinaban provenían de cultivos de la finca, ya que su padre siempre decía “si se tiene una finca hay que sembrar para hacer comida”, lo cual cultivó en Claudia la idea de tener su propio emprendimiento desde el campo, el cual se haría realidad a través de los años, no obstante, a pesar de que el campo le había dado tantas alegrías, historias y momentos en familia, no sería fácil emprender desde él.

¿De dónde surge la idea?

La historia no comienza con el inicio propio de la empresa, si no, con la idea de Claudia de vivir en el campo y recordar las aventuras de su infancia y las enseñanzas de su padre, era tanto el anhelo de cumplir este sueño que en el año de 1990 compró una parcela en la vereda Cambia, y empezó a construir su propia finca, la cual no sólo contaba con una casa principal y plantas ornamentales, si no, que también contaba con diferentes huertas, frutales y aromáticas, y recordando lo que le había dicho su padre en su infancia, Claudia empezó a elaborar sus comidas con ingredientes de la finca, entre los cuales se destacaban el achiote, las finas hierbas como la albahaca, el perejil, el cilantro y las plantas aromáticas como la menta y la yerbabuena, estas mezclas hacían tan exquisita su comida que tanto amigos como familiares cercanos le insinuaron que debía empezar a vender los productos que elaboraba, además de eso, en sus viajes recurrentes a Europa llevó sus sales y les dio a probar a diferentes amigos y conocidos, los cuales coincidieron con sus amigos de Colombia en que debería de vender sus aceites y sales.

De esta manera fue como sacó al mercado el primer producto de su marca, el aceite de achiote, el cual empezó a vender en algunas tiendas de productos orgánicos en la ciudad de Manizales, y de esta forma fue como se dio cuenta que cumpliendo su sueño de vivir en el campo y cultivar su propia comida, podía generar ingresos económicos y emprender desde el campo.

Trayectoria y construcción de la empresa

En el año 2017 Claudia decidió comenzar su empresa con productos que ella elaboraba desde el campo, la cual nombró "La ilusión, sales de la huerta" en honor a su finca quien compartía el mismo nombre, y que significaba para ella "un sueño en construcción", ya que desde su infancia vio que su proyecto de vida iba a enfocarse en el campo y en la gastronomía.

El primer producto que ofreció al público fue el aceite de achiote, sin embargo, no satisfecha con ofrecer un único producto, decidió empezar con las mezclas de sales y especias, las cuales en un primer momento eran elaboradas de forma artesanal siguiendo los consejos que recordaba de sus padres, no obstante, para poder sacar un producto de gran calidad y que fuera competente en el mercado actual tuvo que realizar su primera inversión en instrumentos de cocina que le permitieran estandarizar todo lo que vendía.

Su segunda inversión la realizó en los empaques de vidrio que importaba desde Bogotá, ya que siempre ha creído que un buen empaque brinda un valor agregado al producto, además de esto como su emprendimiento es desde el campo quería que su empaque fuera amigable con el medio ambiente, y que mejor idea que vender un empaque que luego se pudiera reutilizar, y a pesar de que Claudia consideraba lo anterior como una buena inversión para facilitar las ventas, el empaque al ser importado significaba grandes costos para su empresa que apenas estaba comenzando, así que sabía que tenía que asegurar las primeras ventas para poder continuar con su sueño.

Por lo anterior fue que decidió darle una identidad a la marca para hacerla más llamativa y ponerle a cada producto un nombre e historia propia que reflejara su origen, así cada sal se nombró según un baile tradicional en relación a sus ingredientes, y surgieron las sales Conga, Mambo, Cumbia y Bambuco, y una edición que tomaría el nombre Ancestral, cada sal relataba una historia con sus ingredientes, quienes eran los protagonistas de hechos heroicos, para ilustrar mejor, acá está un fragmento de la historia

de Cumbia "(...) Si sonaba una Cumbia, el Rey saldría a bailar emocionado; el momento perfecto para que Limoncillo sacara a bailar a Sal marina y pudiera conocer a su padre. Con la ayuda de semillas de Mostaza, Coco y Ajonjolí; convencieron a la banda para que el rey tocara una Cumbia bien sabrosa, al sonar los tambores, el Rey del mar saltó de su silla, Limoncillo sacó a bailar a la princesa y una mágica energía se apodero del salón".

Aceite de achiote producido por ESPECIAS
DEL CAMPO, LA ILUSION, línea MÍSTICO



Inicialmente vendía sus productos a amigos, familiares y conocidos, también lo promocionaba en algunas tiendas de productos orgánicos en Manizales, sin embargo, a finales del año 2017 se le presentó una gran oportunidad de expandir su negocio y poder crecer en ventas, esta oportunidad consistía en hacer parte de la iniciativa Origen Caldas, una estrategia de desarrollo rural propuesta por la Secretaria de Agricultura del Departamento de Caldas que busca impulsar la comercialización de productos del sector agropecuario y agroindustrial.

Y a pesar de que esto significaba una gran oportunidad, también significaba un gran reto, puesto que tendría que invertir mayor tiempo y dinero en su producto para entrar a competir en este mercado de origen caldense, y sin dudarlo Claudia decidió seguir adelante, lo primero que hizo fue capacitarse con ayuda del programa, ya que tenía claro que antes de poder expandir sus ventas tenía que prepararse y conocer más acerca de la producción de productos agroindustriales.

Ya con los conocimientos suficientes empezó a abrirse paso entre los mercados del departamento, inicialmente junto a Origen Caldas asistía a las ferias y fiestas de diferentes municipios de Caldas como Palestina, Viterbo, La Merced, Neira, Anserma, Manizales, entre otros, para promocionar sus productos, sin embargo, reconoce que no siempre era fácil asistir a esos eventos ya que el tema de transporte y logística del stand lo tenía que organizar ella, y no siempre contaba con el tiempo suficiente para elaborar todos sus productos y lograr exponerlos de la mejor manera en el stand, además como todo emprendimiento también tenía malos días, en los cuales vendía muy pocos productos, lo que ocasionaba pérdidas, ya que la inversión no sólo había sido en la elaboración del producto, sino, que también se veía reflejada en el transporte y el stand, a pesar de lo anterior Claudia nunca renunció a seguir con su empresa, y reconoce que emprender no es fácil, se necesita mucha pasión y compromiso para poder seguir adelante.

Las ventas iban creciendo para el año 2018 y el producto iba siendo más conocido en la ciudad y el departamento, la venta ya se había ampliado a diferentes negocios reconocidos de Manizales, como lo son Anaka casa taller, La Aguacatería, Hotel Portal de Milán, La Sirena Azul, Tienda Gastronómica Elemental, Tienda de Origen Caldas, entre otros, y fue así como el publicista Juan

David Martínez conoció este proyecto y desde la agencia de publicidad CJ Martins le propuso diseñar a Claudia los nuevos empaques de los productos de su marca.

Esto significó en general un gran crecimiento para la empresa, debido a que este nuevo diseño de empaques refrescaba la imagen de la marca y permitía reducir costos en la elaboración de los empaques, puesto que estos eran elaborados en cartón permitiendo continuar con el compromiso que se tenía con el medio ambiente en el marco de la economía circular.

Un futuro por construir

Ya para el año 2020 La Ilusión, sales de la huerta, se propuso la meta de entrar a vender sus productos en supermercados de cadena, sin embargo en el proceso de lanzar su marca en las tiendas de cadena, se encontró con el desafío de tener que industrializar aún más la elaboración del producto, teniendo en cuenta que éste tenía que contar con el registro Invima para poder ser distribuido en diferentes cadenas de comercio, sin embargo frente a este desafío, se presentaban dos inconvenientes, el primero era el de tecnificar una empresa cuyo trabajo siempre ha sido artesanal y el segunda era afrontar la crisis que se avecinaba por la pandemia del COVID-19, no obstante, como el negocio iba en crecimiento se dieron las herramientas para poder afrontar los inconvenientes y de esta forma se construyó un taller enfocado en una producción a mayor escala de los productos principales, y se empezaron los procesos de registro de calidad, como el análisis de la composición de cada producto y la evaluación del sitio de trabajo, que a pesar de haberse retrasado por la pandemia, actualmente se está realizando con ayuda de Origen Caldas y FENALCO.

Luego de completar estos aspectos Claudia, espera poder lanzar su producto a un mercado nacional, teniendo en cuenta, que su enfoque sería más hacia ser un productor gourmet, debido a que en el mercado de condimentos y sales se enfrenta a una competencia más tecnificada y con trayectoria.

A pesar de lo anterior considera que si podría calificar como una empresa con éxito en el extranjero, teniendo en cuenta que en sus viajes por Europa ha encontrado gran acogida con sus sales, por lo tanto, está preparada para un posterior lanzamiento a nivel internacional, sabiendo que primero debe triunfar en el mercado Colombiano.

El campo cambia la forma de ver la vida

En general todo este proceso ha estado lleno de altos y bajos, no sólo hablando financieramente, si no, motivacionalmente, no obstante, lo que mas ha ayudado a Claudia ha sido el enamorarse de su producto, y hacerlo parte de su proyecto de vida, el campo le hizo ver de manera distinta la vida y fue por esto que ella se inspiró en él, así que recomienda que todo emprendedor tiene que invitar a su empresa a formar parte de su proyecto de vida, ya que de esta forma encontrará siempre las ganas de continuar con él, además de esto no sólo hay que creer en el producto, si no, en la idea original de dónde surgió.

Sales producidas por ESPECIAS DEL CAMPO, LA ILUSION, líneas RITMO con "Sales de la huerta" y ANCESTRAL "Alquimia de las especias".



Ensayo reflexivo

G
r
u
p
o
s

Selva urbana

5 Points

Innovo

Disparejos

S.V.G (grupo 19)

Los caminantes



cátedra

NOVUS

Manizales



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Realismo: sensatez o impedimento de la creatividad

Ánderson David Ramírez

Sneyder Romero

Brahian Stiven Echeverry

Duván Rojas Buitrago

Juan José Castaño Montes

Grupo:

Selva Urbana



Resumen

Ubicarse dentro del alcance que tienen los límites de realización de un proyecto en cuestión, como también conocer que los procesos necesarios que va a sufrir el emprendimiento dentro de su elaboración traen consigo desilusiones y altibajos que se deben prever con sensatez y la madurez que puede brindar el hecho de ser realista. Ahora bien, el realismo es fundamental hasta el punto donde se exagera, apareciendo características pesimistas o sensaciones de fracaso que llegan a opacar la grandeza soñadora, imaginativa y creativa del emprendedor. Se desarrollan los factores desde ambos puntos de vista (realismo moderado, creatividad), para conocer realmente cuál debe ser el balance entre estos al momento de tratarse de un emprendimiento.

Palabras clave: realismo, imaginación, creatividad, emprendimiento, balance

Introducción

Abordar temáticas que orbitan alrededor del emprendimiento, genera en los implicados una amplitud al conocimiento. El hecho de proyectar ideas a la realidad implica empaparse totalmente de los temas que impactan o pueden llegar a impactar en el producto formulado. Entonces, saber que un producto derivado del emprendimiento chocará en la realidad con infinidad de temas que generarán en él tanto beneficios como dificultades, para el sensato rígido y hermético, puede llegar a ser un aspecto en contra de la apertura de la imaginación, de la creatividad y la innovación; que, según Vicens. L y Grullón. S: "En la preparación de materiales para la enseñanza y difusión del virus del emprendimiento, también se requiere de una buena dosis de creatividad e innovación". (Vicens & Grullón, 2011)

Considerando lo anterior, es importante conocer hasta qué punto dicho realismo, llevado a cabalidad, puede estar apoyando a la realización del emprendimiento en cuestión, asignándole características de seriedad y ubicación dentro del límite

de las capacidades y alcance individual, hablando del grupo organizador. O, por el contrario, estar limitando el posible alcance que tenga el proyecto por la prudencia y temor de adentrarse en un mundo que mediante dicho realismo se ve imposible su desarrollo. Como también ser la barrera a la imaginación, que es la constante encargada de la innovación pertinente del emprendimiento en proceso.

Para ello, se abordará el tema del emprendimiento a partir de la imaginación y la creatividad, como también del realismo y la sensatez de tener muy en cuenta el alcance y los límites para su realización y/o proyección. Todo lo anterior con el objetivo de analizar cómo impactan, para bien o para mal, en el desarrollo de cualquier proyecto en general.

El emprendimiento como concepto ha sido ampliamente desarrollado por diferentes ciencias, desde la economía por ejemplo se ha descrito como la suma de varias capacidades, que tienen como directriz máxima el estar enfocadas a la organización y operación de negocios, desde la economía se resalta también el riesgo implícito que lleva el emprendimiento, así, el emprendedor es capaz de afrontar fracasos, según lo describe Schumpeter "se trata de un individuo fuera de lo común por su vitalidad y por su energía, incluso ante fracasos temporales."

Con los estudios económicos de Schumpeter nace un concepto económico valioso que teoriza el emprendimiento y la innovación económica, además de los ciclos económicos; se trata de la destrucción creativa que describe los cambios en la estructura económica del momento, siendo esta destruida y remplazada por una nueva de manera perpetua e incesante; es así que la destrucción creativa es el proceso por el cual una innovación cambia el modelo de negocio predominante de una industria, ya sea transformando los procesos de producción o de comercialización e incluso los productos mismos. Siendo así este aspecto del mercado un proceso de creación, proceso ligado estrictamente a la creatividad; siendo así la creatividad la piedra filosofal del emprendimiento.

Este estrecho lazo que une al emprendimiento con la creatividad, nace de la relación de la innovación y el emprendimiento, así un proceso de innovación requiere de creatividad. La innovación, estando sujeta a la creatividad, no

existe sin ella. Y, considerando que la creatividad es la capacidad de llevar a la realidad imágenes mentales, ideas, pensamientos y sentimientos, reunidos en el concepto 'imaginación', siendo esta última la capacidad de producirlas, del mismo modo en que no hay innovación sin creatividad, no existe creatividad sin imaginación. Por lo tanto, es la imaginación el proceso primario que da nacimiento al emprendimiento, es la piedra angular de la innovación.

Son estos constantes experimentos mentales, llamados imaginación, los que rompen paradigmas, los que llevan a la humanidad a dar pasos más allá, los que forjan el futuro, los que cambian el mercado; por esto son de vital importancia en el emprendimiento. Y, por ello, da apertura a definir y describir minuciosamente las características que aluden a aquella persona que imagina, persona creativa, con vistas a un proyecto.

Cuando se refiere al carácter de las personas creativas, lo primero es entender su personalidad. Núñez, C (2015) Considera cinco elementos fundamentales del carácter personal lógico de la creatividad:

1. El vínculo de lo afectivo y lo cognitivo como célula de la regulación del comportamiento.
2. La creatividad asociada a diversos elementos estructurales de la personalidad como las formaciones psicológicas motivacionales.
3. La creatividad asociada a la presencia de importantes indicadores y expresiones de la personalidad.
4. La creatividad asociada a la distinción conceptual entre las categorías sujeto y personalidad.
5. La creatividad como expresión de configuraciones personales lógicas específicas que constituyen variadas formas de manifestaciones sistémica y dinámicas de los elementos estructurales y funcionales de la personalidad. (Pág. 55)

De la cita inmediatamente anterior se deduce que las personas expresan su creatividad de acuerdo con sus formaciones y motivaciones, como son las convicciones, los ideales, las intenciones, etc. De allí que las personas creativas se aferran en gran medida a sus iniciativas y desarrollan un gran nivel de perseverancia; es decir, las personas creativas ven sus

creaciones o propuestas con el ideal de alcanzarlo, como una idea que cada vez se hace más fuerte, más latente, en general, una convicción.

Estas convicciones hacen que Steinberg y Lubart (1999) destaquen que los indicadores de la creatividad son: "perseverancia ante los obstáculos, voluntad de asumir riesgos sensibles, voluntad de crecer, tolerancia de la ambigüedad, apertura a la experiencia, fe en uno mismo y el coraje de las convicciones propias." (Pág. 30)

Aun así, los propósitos y convicciones de este conjunto de personas, con ideales emprendedores, se pueden encontrar con factores que lleguen a indisponer de una u otra manera el objetivo claro que se tenía en mente. Dichos factores actúan como una detención o regulación del uso deliberado de la imaginación, sin límites ni censuras. Entonces, para describir grosso modo dichos detractores, se pretende analizar los impedimentos a la creatividad.

La creatividad puede ser impedida por muchos factores, entre estos se tiene miles de distracciones alrededor, cosas o sentimientos que impiden a sacar ese lado creativo. En diferentes ocasiones existen con barreras que impiden sacar una mejor versión. Dicho lo anterior, Uriarte (Tal como se citó en el blog "¿Qué es la creatividad?", 2020) nos cuentan los diferentes impedimentos de la creatividad, estos son:

- Bloqueos perceptivos: Se da cuando la información que se tiene no es la suficiente o el receptor no logra entenderla, cuando no encuentra manera de abordar el tema.
- Bloqueos emocionales: Son las famosas barreras psicológicas, cuando se tiene el miedo de innovar de ser la única persona con esa idea, cuando no se atreve a ser diferente.
- Bloqueos culturales: Muchas veces las culturas ajenas e incluso la nuestra nos cohibe para poder desarrollar nuestra creatividad.
- Bloqueos ambientales: Son los que provienen de nuestro alrededor, desde personas, hasta los objetos que tenemos cerca.
- Bloqueos intelectuales: Se deben a la falta de ánimo o disposición para utilizar nuevos recursos o experimentar en nuevas cosas.

Como se puede observar son muchos los factores que afectan la creatividad, yendo desde lo emocional, hasta lo físico. En ocasiones la propia mente crea ideas absurdas sobre la creatividad, el miedo se apodera y bloquea totalmente. Y, al no intentar nada, se pierde oportunidades. En muchos de los casos, por no decir que, en la mayoría, son cosas que se pueden evitar, ya sea centrándose en el tema, evitando cualquier tipo de distracción y teniendo toda la disposición posible.

A partir de esto, se está dando apertura a identificar uno de los posibles o potenciales detractores de la creatividad. Pero, antes de definirlo como potencial detractor, se pretende describir los beneficios que trae consigo una actitud realista frente a los desafíos y escalones de un emprendimiento. Ya que, como se definió en un principio, presenciar las características de un emprendimiento a partir del realismo, como de la creatividad, da la definición de un balance propio y a favor de cualquier proyecto en cuestión.

Para ello, se quiere introducir una opinión de uno de los integrantes del grupo, que ofrece una mirada diferente y acorde a la importancia del realismo en el desarrollo de un proyecto emprendedor:

El buen pensar como también reflexionar de manera adecuada, ayudan a sacar el máximo potencial y también a obtener beneficio de ello, como de todo conocimiento adquirido con el fin de mejorar y superar obstáculos y metas, en tanto se piense de una manera realista. Es necesario enfrentar la realidad para evitar el fracaso. Se debe comprender y reflexionar para poder sentirse más orientado, se tiene que saber cuáles son debilidades y reconocer también habilidades. Así se sabrá de todos los posibles riesgos que se corre como también de todos los beneficios que se obtiene con la iniciativa.

No se debe pensar que ser realista impide soñar, ser realista es actuar de acuerdo con la realidad en la que se esté, teniendo en cuenta que no todo lo que desea va a resultar bien, ya que siempre se pueden cometer errores y que todo no es perfecto. Así se puede estar preparados gracias a la toma de conciencia de las posibles consecuencias al momento de emprender.

Lo anterior tampoco quiere decir que los resultados serán malos, al adaptarse a la realidad produciremos un cambio interno que ayudará a crecer y superarse, enfocándose en el éxito, pero al mismo tiempo seguros de poder superar los obstáculos que puedan aparecer.

Y entonces, acoplando la cantidad de conceptos anteriores, que reúnen un conjunto de características sobre el realismo y la creatividad, todos orbitando en el tema emprendimiento como aportantes o potenciales detractores, se puede estar definiendo el balance adecuado para no inclinarse a lo mágico y fugaz, sin perder las cualidades imaginativas y creativas de las mentes encargadas.

La creatividad, que como se definió en el comienzo, se deriva directamente de los destellos de la imaginación, es el punto de partida para iniciar un emprendimiento que marque diferencia y destaque, mediante un objetivo principal descrito por una problemática anteriormente evidenciada. Aún así, los bloqueos de la creatividad, también definidos, no deben verse directa y estrictamente como fallas en la progresión del emprendimiento. Ya que, como aporta el comentario agregado por unos de los participantes del presente escrito: El realismo que, abarcando ideales de algunos bloqueos de la creatividad, también es necesario para mantenerse sobrio y reflexivos ante la realidad evidente.

Por ello, el balance adecuado entre el realismo y la creatividad derivada de la imaginación se describe mediante la comprensión y el reconocimiento de que ambos son totalmente adecuados y acordes a la realización de un emprendimiento. Ya que, se concluye que las ideas que generan proyectos innovadores deben coexistir en presencia de cualidades realistas que ubiquen dichas ideas dentro del campo de lo posible, sin llegar a limitar o conducir a la frustración. Entonces, el emprendedor debe abrir su mente, despertar su creatividad, manteniéndose en el marco del realismo reflexivo, y no exagerado.

Referencias

Lubart, S. y. (1999). En E. Trigo, *Creatividad y Motricidad*. Barcelona: INDE Publicaciones.

Nuñez Sacalugá, C. (2015). *Creatividad: El Aura del Futuro*. Estados Unidos: Alvi Books Ltda.

Vicens, L., & Grullón, S. (2011). V Foro de Competitividad de Las Américas. *Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor* (págs. 17-18). Santo Domingo, Rep. Dominicana : Compete Caribbean.

Weistreicher, G. (2019). *Destrucción creativa*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/destruccion-creativa.html>

Máxima Uriarte, J. (2020, 10 marzo). *Creatividad*. Recuperado 8 de noviembre de 2020, de: <https://www.caracteristicas.co/creatividad/#:-:text=Impedimentos%20de%20la%20creatividad,Bloqueos%20emocionales>.

Alessandroni, N. (2017). Imaginación, creatividad y fantasía en Lev S. Vygotski: *una aproximación a su enfoque sociocultural* (págs. 45-60). Universidad Nacional de la Plata (UNLP), Argentina: *Actualidades en Psicología*.

Proyecto de aprovechamiento de residuos en el campo colombiano

Laura Vanessa García

Sergio Rendón

Juan Carlos Aguirre

Juan Diego Bolaños

Juan José Vásquez

**Grupo:
5 Points**



Resumen

En el campo colombiano la mayoría de residuos son desechados, lo cual genera contaminación y llena de basura la zona. Muchos de estos residuos son muy útiles para crear subproductos. En este trabajo veremos qué productos se pueden realizar y analizaremos el modelo de negocio canvas de la utilización de la cáscara de café para la creación de una bebida de té energética y saludable. Veremos cómo ese proyecto puede ser una idea factible que ataque a un mercado meta y sea sostenible en el tiempo.

Palabras clave: orgánico, valor, transformación, campesino.

Introducción

En este trabajo veremos de qué manera se pueden aprovechar los residuos orgánicos que son desechados en el campo para generar productos y soluciones a un mercado.

La problemática del manejo de los residuos orgánicos e inorgánicos es un resultado del manejo que nosotros los seres humanos le hemos dado. Por lo cual este tema en las últimas décadas se ha venido intensificando y agravando cada día más. Según el Banco Mundial si no se adoptan medidas urgentes, para 2050 los desechos a nivel mundial crecerán un 70 % con respecto a los niveles actuales (Los desechos: un análisis actualizado del futuro de la gestión de los desechos sólidos 2018). Plantea que se debe tener una buena gestión de desechos, gestión que debe corresponder al crecimiento exponencial de un lugar determinado.

Teniendo en cuenta la gestión de los desechos y su desarrollo en el manejo de los residuos orgánicos. Colombia es un país que cuenta con un desarrollo agrícola, agropecuario, forestal, textil, entre otros. La industrialización ha desarrollado estos campos de una forma más innovadora, eficaz y efectiva. Generando que los materiales biodegradables como las cáscaras de diferentes frutos que

son sub-utilizadas y desechadas en las fincas del país se puedan aprovechar. Dando como resultado unos nuevos productos o productos innovadores con un valor agregado que van a contribuir con la reducción de la contaminación.

Las innovaciones en el tema de los residuos orgánicos se llevaban a cabo con el uso del residuo final del proceso agrícola. Es en este punto donde se convierte en una biomasa aprovechable y reciclable que puede transformarse por algún proceso como fermentación, secado, molienda, compactación, despulpado, combustión, licuefacción, gasificación, entre otros. Estos procesos llevan a que aquél "residuo" se convierta en producto nuevo y de innovación como azúcares, harinas, compostajes, productos químicos, celulosas, papel, aditivos plásticos, pallets, energía, combustibles y alimentos. Se busca que esta problemática se convierta en oportunidad.

Los modelos de negocios son de gran ayuda para implementar bien esta oportunidad. Ellos funcionan como herramientas que tienen como finalidad analizar, validar, probar, implementar y comunicar elecciones estratégicas. También reflejan dichas elecciones y sus implicaciones operativas en análisis, prueba y validación de las relaciones causa-efecto, producto y estrategias. Su desarrollo para la planificación está enfocado en que los elementos encajen y trabajen en conjunto como un engranaje. Un elemento es la sustentabilidad que va muy ligada al entorno. Esta sólo puede ser determinada por el contexto o entorno de negocios particular o específicos, como por ejemplo las leyes y regulaciones. Ningún modelo de negocio puede ser apropiadamente calibrado en ausencia de una evaluación del entorno. Pues este tiene el potencial de influir en las decisiones afectando el costo, el valor, la disponibilidad de recursos y competencias; cambiando la red de valor o la cadena de valor. Influencia que provoca la viabilidad o inviabilidad del modelo de negocio. (Avella 2016)

Antecedentes

En los antecedentes encontraremos tres referentes que nos ayudarán a comprender los modelos de negocios en un enlace con el manejo de los residuos.

El primer referente corresponde a Avella (2016) quien desarrolló "Modelos de negocio para el aprovechamiento de residuos sólidos en Boyacá: Hacia una perspectiva de cero desechos". El segundo referente es la empresa Bioestibas S.A.S. Se encuentra ubicada en la localidad de la Ceja, Antioquia. Y el último referente es un libro escrito por Alexander Osterwalder (2010) llamado "Generación de Modelo de Negocios"

En el primer antecedente se tocan temas conceptuales que están basados en la teoría sobre modelos de negocio, las técnicas y tecnologías para aprovechamiento de residuos y el concepto de sustentabilidad y cero residuos. En esta investigación se muestra una manera útil de representar los modelos de negocio mediante los diagramas causales: elecciones y consecuencias unidos por flechas que representan la causalidad. Este diagrama lo que permite es una visión sistémica del modelo. Pero también encontramos el lienzo de modelos de negocio o canvas donde se describen las decisiones en cada área o módulo. Además de otros modelos que no son profundizados como modelos de negocio basados en la eficiencia, en el valor percibido, en el valor de red (basados en la lealtad), eficiencia de red, modelos de negocio abiertos, inclusivos o sociales, sustentables, entre otros. Por último analiza modelos de diferentes emprendimientos que tienen que ver con el uso de los residuos, para encontrar características comunes y diferenciadoras entre los modelos que los impulsan.

En el segundo antecedente encontramos que el objetivo de este emprendimiento es reutilizar los tallos que se desechan de las hortensias, dando la solución a este peligro latente para los bosques del mundo. Ellos encuentran un modelo de negocio que convierte una problemática como los residuos de los cultivos de hortensias en una oportunidad como lo son las estibas. Su insumo es en Colombia un producto de gran nivel de exportación dando como resultado una

gran propuesta de valor y estructura de costes. La importancia del tema del reciclaje en los últimos días hace que los canales de distribución se maximicen dando como resultado la exportación. (Emprendimiento de "tallo" mundial, 2017)

El último antecedente explica el modelo Canvas, el cual consiste en abarcar de una forma completa las cuatro áreas que generan ingresos y sostenibilidad a un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Este modelo es de vital importancia porque permite centrarse en el 'core' del negocio, es decir, lo que realmente genera valor. El Canvas se divide en ocho cuadros los cuales son: propuesta de valor, relación con los clientes, canales, segmentos de clientes, actividades clave, recursos clave, socios clave, estructura de costos y fuente de ingresos.

Es importante desarrollar el modelo, con las hipótesis respectivas del proyecto, pero a medida que va pasando el tiempo, se debe pivotar y verificar si dichas hipótesis son reales, o necesitan un cambio parcial o completo. Se debe iniciar el Canvas por la propuesta de valor, allí se habla del producto o servicio que se va a ofrecer y cuál es la propuesta diferencial y que aporte valor al cliente. Después, se debe ir a la parte derecha del modelo, allí está todo lo relacionado con el cliente. De esta forma se debe analizar: cuál va a ser el segmento, cómo se le va a vender, cuáles son los canales y cómo nos comunicamos con ellos. La tercera etapa que se debe diligenciar del modelo son todos los recursos, socios y actividades clave que se deben realizar para que el proyecto funcione. Finalmente se analiza de donde van a provenir los ingresos del proyecto y cuales son los principales costos de funcionamiento y operación. (Osterwalder, 2010)

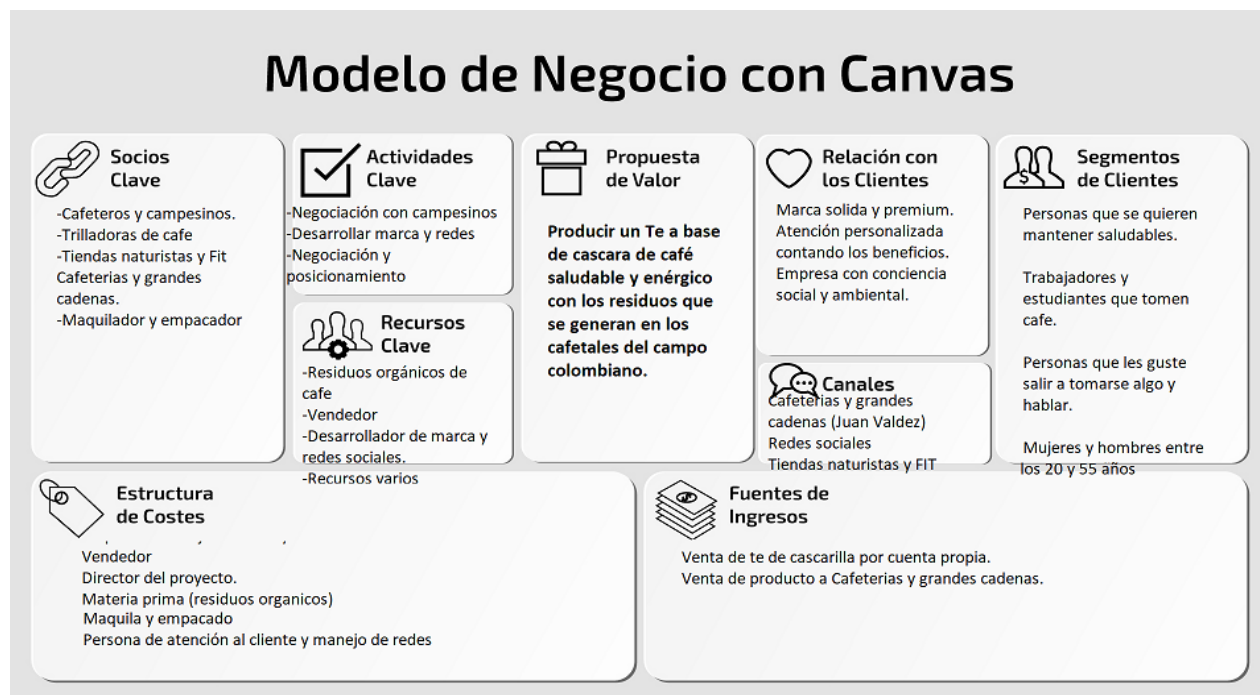
Reflexión

Como se expresó anteriormente los residuos orgánicos que son desechados normalmente en el país, tienen diferentes usos y funcionalidades que pueden ser beneficiosas para comunidades, organizaciones y el medio ambiente. De allí, radica la importancia de transformar y generar valor

a estos residuos, desarrollando un producto que pueda satisfacer una necesidad y a su vez disminuir un problema ambiental.

En este caso, el proyecto está basado en el uso de la cáscara de café, la cual es desechada o subutilizada en muchas zonas rurales de Colombia. Con la investigación anterior, se evidencia la cantidad de modelos de negocio o productos que se pueden lanzar al mercado, con el objetivo de solucionar o satisfacer una necesidad del mercado. Ante el auge de productos saludables, vemos una oportunidad en donde con todas las propiedades del café y su cáscara se pueda fabricar un té saludable a base de este residuo.

En este caso planteamos el proyecto mediante el modelo Canvas de Alexander Osterwalder. Realizando todo el paso a paso, el resultado final del canvas 1.0 del proyecto de aprovechamiento de residuos es este:



Este Canvas realizado es la primera versión, así que es necesario validar todas las hipótesis que son descritas allí pivotando y 'callejeando'. La propuesta de valor del proyecto es producir un té saludable y energético con los residuos que se generan en el campo colombiano. De esta forma se logra contribuir al medio ambiente,

se ayuda a los campesinos y se ataca un mercado que va en crecimiento como las bebidas saludables. En el modelo también podemos ver las formas de cómo pensamos llegar al cliente, como por ejemplo el contacto directo (redes sociales) o unas alianzas con cafeterías y grandes cadenas, consolidando una marca sólida en la mente del consumidor. También, es de gran importancia listar los socios clave, como el campesino que es el que brinda la materia prima, las maquiladoras que son las que elaboran el producto y por último, los canales de venta como las cafeterías. De la misma forma se debe diligenciar las actividades y recursos clave de cómo se va a materializar el proyecto, desde la negociación con los cafeteros, pasando por la creación del producto y la marca, hasta la comercialización. Por último, pensamos en todos los costos fijos y variables que podemos incurrir, tales como las personas y empleados necesarios, la materia prima y proveedores, que se necesita para que el proyecto se lleve a cabo de la forma planeada.

Bibliografía

- Avella (2016), *Modelos de negocio para el aprovechamiento de residuos sólidos en Boyacá: Hacia una perspectiva de cero desechos*. Repositorio Universidad Nacional. recuperado de: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/57984>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Deusto. Recuperado de: <https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>
- Emprendimiento de "tallo" mundial (2017), *El Tiempo: medio ambiente*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/emprendimiento-colombiano-bioestibas-84184>
- Los desechos: un análisis actualizado del futuro de la gestión de los desechos sólidos (2018), *Banco Mundial*. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2018/09/20/what-a-waste-an-updated-look-ihttp://bdigital.unal.edu.co/54494/1/darwingeovannyavellaarevalo.2016.pdfnto-the-future-of-solid-waste-management>

Impacto de la innovación tecnológica en la lucha contra el cambio climático en el departamento de Boyacá

Juan Diego Agudelo Calderón

Edwar Ivan Carrillo Salinas

Sebastian Osorio Ospina

Valentina Perez Davila

Yimi Alexander Tafur Collazos

**Grupo:
Innovo**



Resumen

El cambio climático hoy es muestra ejemplar de los daños ambientales que han sido producto de los procesos de industrialización en el marco de la modernidad, razón por la que se hace necesario implementar estrategias en el campo colombiano que sean amigables con los diferentes ecosistemas.

A partir de esto se plantean tres referentes del sector agricultor en Colombia, específicamente en Boyacá, que buscan una sinergia de la tecnología y la innovación con el desarrollo sostenible, infiriendo que en la actualidad se debe asumir el gran reto de brindar las condiciones mínimas de acceso a la innovación tecnológica para el campesinado promedio que hasta el momento se encuentra excluido en el campo colombiano de dichas herramientas por sus altos costos.

Palabras clave: nanotecnología, agroecología, medio ambiente, ecosistema.

Introducción

En las próximas líneas se propone un ejercicio reflexivo sobre el impacto y el alcance que las nuevas tecnologías tienen en el proceso de la agricultura, en relación al cuidado de los ecosistemas.

Para cumplir con dicho objetivo, en primer lugar, se plantea la problemática de manera breve, para dar paso a tres antecedentes de innovación tecnológica en relación con la agricultura, los cuales abren la posibilidad de un proceso sostenible en Boyacá. En segundo lugar, se da un desarrollo reflexivo a partir de los antecedentes previamente planteados. En tercer lugar, se cierra con una conclusión.

El cambio climático es uno de los más importantes desafíos a los que debe hacer frente la humanidad en el siglo XXI. Su principal causa es el calentamiento global y tiene múltiples consecuencias negativas en los sistemas físicos, biológicos y humanos. El mundo ha admitido que el cambio climático constituye

una amenaza cada vez mayor para el desarrollo. Sus resultados negativos más impactantes ya se perciben en todos los continentes; no se trata de reducir solamente las emisiones de gases efecto invernadero sino también deshacer las consecuencias que sufre hoy el planeta, como, por ejemplo, inundaciones, sequías, temperaturas anormales y pérdida de cultivos.

Sin duda el mayor hito, hasta el momento, en la lucha contra el cambio climático ha sido El Acuerdo de París, firmado por 195 países en el año 2016 en el marco de las Naciones Unidas tras años de negociaciones. La tecnología también ha cumplido un papel importante en esta lucha. La sinergia entre innovación y un desarrollo sostenible ha dado paso a grandes avances respecto a energías renovables, transportes sostenibles y técnicas de gestión de los suelos. Guterres (2019) citado por Servimedia plantea:

"La emergencia climática es una de las carreras que estamos perdiendo, pero es una carrera que podemos ganar. La crisis climática está causada por nosotros y las soluciones deben venir de nosotros. Tenemos las herramientas: la tecnología está de nuestro lado".

Ahora, desarrollar una metodología que abarque una solución global a un problema tan grande como el del daño ambiental, con la capacidad de abarcar distintas áreas del conocimiento requiere un esfuerzo humano mayor, pero se hace necesario en un contexto como el agrario, ya que

"Entre 1980 y 1984 los países latinoamericanos importaron pesticidas por valor de 430 millones de dólares. Este uso masivo de pesticidas contribuyó al desarrollo de una resistencia a los mismos en varias plagas de insectos y al trastorno de los equilibrios ecológicos naturales, lo que facilitó la reaparición y nuevos brotes de plagas de insectos y enfermedades" (Restrepo, Angel y Prager, 2000, p.76).

Por lo tanto, se propone la concepción de la Agroecología que "se centra en las relaciones ecológicas en el campo y su propósito es iluminar la forma, la dinámica y las funciones de estas relaciones" (Restrepo, Angel y Prager, 2000, p.6).

Antecedentes

En relación con la innovación tecnológica para ayudar a la lucha contra el cambio climático en Boyacá, presentamos a continuación tres antecedentes: el primero consiste en el uso de Nanofertilizantes en los cultivos de arándanos; el segundo está dado por el uso de las imágenes aéreas multiespectrales en cultivos; el tercero está basado en la implementación de la Big data en el campo colombiano, con el objetivo de generar una red de colaboración nacional entre campesinos.

El primer antecedente a referenciar es el de la nanotecnología en el proceso de fertilización. La nanotecnología es desarrollada actualmente por Jenny Prieto y Álex Caro, en la zona de Jenesano, Boyacá, con el objetivo de lograr una producción eficiente y amigable con el ecosistema. Esta producción la realizan en cultivos de arándanos, lo cual permite *“la detección de enfermedades, la nutrición del suelo, con liberación controlada de moléculas funcionales (...) con resultados satisfactorios”* (Orjuela, 2020).

El segundo antecedente es el de imágenes aéreas multiespectrales. Estas le permiten al campesino obtener información para la mejora de la producción agrícola desde una perspectiva ecológica (Boyacá Agro, 2020). Esto se logra por medio de análisis de estrés hídrico, rendimiento de los cultivos e identificación de plagas (Agricultureros, 2018). Este proceso en unión con dinámicas como la fertilización por medio de estiércol y nano control de plagas, permite el fortalecimiento del desarrollo de la agricultura amigable con los ecosistemas.

El tercer y último antecedente está relacionado con la aplicación Desarrollando Futuro que hace uso de la Big data para socializar medidas amigables con el ecosistema.

Esta aplicación fue creada por Darío González en compañía de Carlos Castellanos y Edinson Ballesteros, con el objetivo de *“fortalecer el agro colombiano y atender problemas históricos como los que mostró el censo nacional agropecuario: apenas poco más de 16 % de los trabajadores del campo ha recibido asistencia técnica, por ejemplo”* (Ojeda, 2018).

Respecto a su funcionamiento, *“la plataforma pone en el mapa a los productores presentes en su base de datos, y muestra, por ejemplo, cuántos de ellos disponen de conectividad a Internet, acceso a servicios bancarios o capacitación para la mejora de su actividad”* (Ojeda, 2018).

Reflexión

En relación con cada uno de los antecedentes planteados, es necesario visibilizar las potencialidades y limitaciones que tienen, así como su conjugación. En primer lugar, se puede observar que el uso de nanotecnología para la fertilización y protección de los espacios, permite un mayor crecimiento de los cultivos sin una contaminación externa como la que puede ser producida por los métodos clásicos de fertilización a través de pesticidas, lo cual contribuye al cuidado de la salud humana y al cuidado de la tierra que se cultiva.

Ahora, al ser una técnica nueva en el campo colombiano, es necesario esperar un periodo mínimo de tiempo, así como de estudios para ver si tiene implicaciones contraproducentes para la salud humana o para el medio ambiente, a pesar de que hasta el momento se ha dicho que es un método amigable.

Otra limitación que se puede observar, es el tema económico, puesto que, es probable que los procesos de acceso a esta tecnología sean de alto costo para el pequeño campesino, lo cual demoraría su implementación y no tendría el impacto esperado.

Respecto al uso de imágenes aéreas multiespectrales, es importante notar que las potencialidades de este proyecto, conllevan a que el campesinado tenga una mayor capacidad técnica para implementar las soluciones adecuadas en relación al problema que localicen; así mismo, este proceso en unión con dinámicas como la fertilización por medio de estiércol y nano control de plagas, permite el fortalecimiento del desarrollo de la agricultura amigable con los ecosistemas a primera vista.

Aun así, la mayoría de materiales usados para la construcción de los drones y sistemas de análisis multiespectrales, ya tienen un impacto bastante amplio en la afectación que actualmente tiene el medio ambiente, ya que es necesario una explotación sistemática de cobalto para que existan estos insumos tecnológicos como el dron.

Por último, el análisis de técnicas por medio de Big Data, tiene la potencialidad de fortalecer las redes de conocimiento del campo colombiano, a través de compartir técnicas que sean amigables con el medio ambiente y permitan a la vez un sostenimiento productivo de alto impacto. Ahora bien, el gran problema que enfrenta esta alternativa, es la falta de internet que hoy predomina en Colombia, lo cual excluye a miles de campesinos que podrían aportar y beneficiarse de este proyecto.

En conclusión, los tres referentes relacionados dan luces de los intentos que hoy se hacen en Colombia, específicamente en Boyacá para el desarrollo de una agronomía amigable con los ecosistemas, así que, al ponerse en conjunción, potenciarán el objetivo de cuidado ambiental, pero con el gran reto de brindar las condiciones mínimas de acceso para el campesinado promedio que hasta el momento se encuentra excluido en el campo colombiano.

Bibliografía

- Agriculturers. (2018). *Las 7 Innovaciones que Están Transformando la Agricultura*. Agriculturers, Red Especialista en Agricultura. <http://agriculturers.com/las-7-innovaciones-que-estan-transformando-la-agricultura/>
- Boyacá Agro. (2020). *Boyacá Agro, Cosecha Vida*. Universidad de Pamplona. http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallC/home_1/recursos/noticias_2020/agosto/10082020/boletin_boyaca_agro.pdf
- Ojeda, D. (2018). "Big Data" aplicado al campo en Colombia. *El Tiempo*. <https://www.elespectador.com/noticias/economia/big-data-aplicado-al-campo-en-colombia/>
- Orjuela, Y. (2020). *Nanotecnología, una receta para cultivos más sanos*. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/nanotecnologia-en-cultivos-de-boyaca-480406>
- Restrepo, J., & Prager, M. (2000). *Agroecología, Santo Domingo*. CEDAF. http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/training_material/docs/Agroecologia.pdf
- Servimedia. (2019). *Guterres: La emergencia climática es una carrera que estamos perdiendo*. Servimedia. <https://www.servimedia.es/noticias/1174979>

La realidad del emprendimiento en Colombia.

¿Se puede emprender en este país?

Laura Salazar Osorio

Juan Diego Toro Sánchez

Jhonatan Roberto Ceron Goyes

Sebastián Granados Verano

Grupo:

Disparejos



Resumen

Se aborda el significado de emprender en Colombia y la dificultad en el sector de las microempresas, esto partiendo de casos, de ejemplos y de datos que puedan dar un recorrido por ese entorno que se quiere analizar, obviamente propendiendo en darle una respuesta al cuestionamiento planteado en el mismo título del ensayo; llegando a una síntesis en la cual se determina que sí es posible emprender en Colombia por muchas que sean las adversidades, como la falta de un capital, falta de innovación o competitividad; habrán también aspectos a favor como entidades que ayudan y benefician en lo económico, personas que apoyan, orientan y que mediante su emprendimiento trazan referentes para iniciar el propio.

Palabras clave: microempresa, innovación, negocio, dinero, startups.

Introducción

En el siguiente aparte encontramos un preámbulo de la situación del emprendimiento en Colombia; siendo artículos y entrevistas de revistas y periódicos las bases de este ensayo.

A medida que pasan los años surgen personas con ideas innovadoras y con el objetivo de tener su propio negocio para mejorar y dar a conocer sus talentos. Lo dan todo por cumplir ese sueño y prácticamente están solos, sin apoyo o capital para iniciar su negocio. En la actualidad existen organizaciones que además de brindar acompañamiento ofrecen recursos para los emprendedores que se arriesgan a presentar una idea de negocio (Colombia FINTECH, 2018). Esto refleja que ahora emprender es mucho más fácil que hace unos años. Pero no es suficiente, ya que emprender no es solo tener buenas ideas, sino además poseer el capital y las habilidades para vender esas ideas, lo que requiere de un equipo de ejecutores que consigan los recursos. Colombia se encuentra ubicado como el tercer país más emprendedor de América Latina, según

algunos estudios y en otros Colombia es denominado como el mercado con más emprendedores. En conclusión, todos la relacionan como una de las economías que más habla del tema pero, en la escala microempresarial, nos podemos plantear los siguientes interrogantes: ¿cómo es el perfil del emprendedor colombiano? ¿Qué tan fácil es optar por esta decisión? y ¿se puede vivir de esto?

Según Sandra Montes, coordinadora de emprendimiento de la Caja de Compensación Familiar (Compensar), “el emprendedor debe ser una persona con capacidad de decisión, capaz de asumir retos, arriesgada, con habilidades comunicativas, que lleve en su sangre ese sentido de iniciativa y persistencia. El emprendimiento no es para todos” (Redacción Especiales, 2019). Esta declaración nos lleva a concluir que para tener éxito se requiere de una serie de elementos como:

1. Tener una idea definida.
2. Un modelo de negocio claro.
3. Un componente diferenciador que lo haga ser competitivo en el mercado.

Aunque parece un tema reciente, el emprendimiento en Colombia existe desde siempre. “Lo que sucede es que se comenzó a hablar del tema con mayor propiedad con la ley 1014 de 2006. Pero ha existido [de] toda la vida” (Sandra Montes en Redacción Especiales, 2019).

Desde otra perspectiva se menciona el entorno en cuanto a género en las empresas y emprendimientos. A pesar de que el emprendimiento y consolidación de *startups* como Rappi, Movii o Platzi, representan una alta intervención por parte de los hombres, cada vez se crean más negocios en sectores como moda, educación y turismo, impulsados por mujeres. Entre 15% y 20% de nuevos emprendimientos son *startups* creadas por mujeres (Cardona, 2018). Para las personas que desconocen el término *startup* hace referencia a una gran empresa en su etapa temprana. A diferencia de una *Pyme*, la *startup* se basa en un negocio que será escalable más rápida y fácilmente, haciendo uso de tecnologías digitales”, explica Morelos. Como su nombre lo

indica, el término solamente aplica cuando el proyecto está en el arranque. Una vez que haya escalado dejará de llamarse *startup* (Dorantes, 2018).

Por último, con la aceleración de la transformación digital en Colombia, el ecosistema emprendedor se ha renovado en el país. Al respecto, se considera importante un aspecto que hace que hoy trascienda el mercado, tanto desde la perspectiva del consumidor como desde la perspectiva del empresario. Según el más reciente estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el 68,7% de los colombianos consideran que emprender es una elección de carrera profesional deseable. Esta situación, de una manera u otra, permite intuir que el emprendimiento en Colombia encuentra una creciente aceptación social y, cada vez más, mejores incentivos económicos (Forero, 2020).

Antecedentes

Para este aparte, hay un total de tres antecedentes. Como primer antecedente se tiene una entrevista del periódico El Espectador hacia los socios del proyecto Ítaca. El segundo es un artículo de otro periódico La República sobre una emprendedora y su inicio. Y el tercero también otra entrevista de El Espectador hacia otra emprendedora que nos recomienda tips a tener en cuenta para emprender.

En una entrevista realizada por El Espectador a unos de los socios fundadores de Best Experts y CEO de la empresa proyecto Ítaca, se afirma que: “En Colombia, de cada 10 emprendimientos solo 1.5 llega al cuarto año. Soy un convencido de que sí vale la pena emprender en Colombia, pero resultan urgentes algunos cambios para elevar esta tasa tan baja de sostenibilidad” (Pinzón, 2019). Argumento con el cual es válido pensar que aunque en el país sea acertado pensar en emprendimientos, primero se deben replantear las políticas de gobierno para que el emprendedor tenga más fuentes de financiación y que no solo sea su patrimonio.

En el periódico La República, Johana Cano, nos cuenta desde su experiencia lo que ha sido lanzarse en el mundo del emprendimiento: "Lamentablemente, en nuestro país no es fácil crear empresa, pero no por esto hay que desistir y dejar nuestros sueños a un lado. Hay quienes piensan que sus ideas ya no son novedosas, que ya alguien hace "algo parecido a lo que ha pensado" o que simplemente no es una buena idea (Cano, 2018). En su relato también nos menciona las dudas que vinieron a su mente a la hora de generar su propia empresa y como una de las claves es el no rendirse en un proceso que puede ser bastante frustrante y que, apoyarse en las estrategias de vanguardia que nos ofrece el mundo actual es clave para que potenciemos nuestro emprendimiento.

Sandra Montes explica en una entrevista dada al diario El Espectador acerca de tener el emprendimiento como fuente de vida y nos comparte un comentario a tener en cuenta a la hora de buscar emprender: "Casualmente, los errores más comunes que cometen los emprendedores en la etapa inicial son: la falta de información, de conocimiento; no tener una propuesta de valor definida, ni tener claro el mercado al que se quieren dirigir" (Redacción Especiales, 2019). Montes nos cuenta cuales son para ella, las características que debe tener la persona que incursiona en el mundo del emprendimiento: "el emprendedor debe ser una persona con capacidad de decisión, capaz de asumir retos, arriesgada, con habilidades comunicativas, que lleve en su sangre ese sentido de iniciativa y persistencia. El emprendimiento no es para todos" (Redacción Especiales, 2019). En el comentario final, nos deja a modo de reflexión que el camino para que un emprendimiento llegue a autosostenerse no es fácil, nos motiva entonces a adquirir estas capacidades de las cuales habla y, así darle vida a nuestro emprendimiento.

Reflexión

Muchas veces se habla de los sueños, que tanto impulsan, que tanto presionan e ilusionan; cómo unos son beneficiosos y cómo otros son perjudiciales.

Pero muchas veces no se habla de lo reales que pueden volverse, por muy utópico que esto suene. Los sueños trazan objetivos, crean nuevas realidades y dan diferentes visiones acerca de un espacio, pero también pintan una realidad que no puede ser tan perfecta y es aquí donde se empiezan a dibujar esas líneas de partida, en donde empieza una carrera que tiene como únicos participantes al emprendedor y sus sueños. En esta carrera se empieza por una idea, esa misma que se lleva años imaginando, en la cual la meta es una vida llena de éxito, un camino relativamente fácil y dinero por montones pero también llega el pensamiento de: ¿cómo podré llegar hasta allá si aún no he comenzado a hacerlo?.

Lo primero que hacemos es pensar en una idea, una idea que parte de preguntas un poco triviales, pero desde una perspectiva emprendedora tienen mucha profundidad: ¿Qué me gustaría vender? ¿Yo lo compraría? ¿Soy capaz de hacerlo? ¿Por dónde empiezo? ¿Es lucrativo este negocio? estas preguntas serán respondidas a medida que el negocio crezca; pero para poder llegar a tal punto el inicio es crucial y de este se desprenden, evolucionan y modifican las ideas establecidas en el pensamiento de un emprendedor. Es así como para emprender se pueden establecer las siguientes bases: una idea, negocio y competitividad.

Cabe destacar que, no siempre aquellos emprendedores son personas que quieren y sienten ganas por emprender e innovar; hay una parte de ellos la cual tuvo que iniciar una idea de negocio para poder sobrevivir. Esto proporciona otra respuesta a por qué la gente emprende; se debe a que el quedarse sin trabajo, la impulsa a crear un emprendimiento y a generar empleo.

Colombia, siendo un país con iniciativa para emprender, ofrece varios apoyos principalmente económicos para sus solicitantes. Un tipo de apoyo puede ser por parte de entidades bancarias u organizaciones independientes: Ángeles Inversionistas, Fondo de la Alianza del Pacífico, Asociación de

Emprendedores en Colombia, entre otras (Colombia FINTECH, 2018). Es gracias a estas entidades que el progreso en el país aumenta en una cifra considerable, pero el panorama va decreciendo conforme pasan los años: el primer año subsisten 55% de ellas, el segundo el 41% y el tercero el 31% (Revista Empresarial & Laboral, 2017) de los *startups* registrados. En el medio en que se enfrentan los emprendedores deben ser competitivos e innovar, a tal punto que sean "vitales" y atraigan al consumidor hasta volverlo fiel para que su negocio crezca. Con este pensamiento en mente, los emprendedores sacarán al 100% su potencial y lucharán por la permanencia en el mercado.

Si en este punto se cuestiona "¿SE PUEDE EMPRENDER EN ESTE PAÍS?" su respuesta sería: sí se puede; con mucho esfuerzo, mucho criterio y mucha convicción; no se puede estar con la percepción de que en Colombia todo puede llegar a ser utópico. Se ha demostrado a lo largo del tiempo y aunque las condiciones muchas veces pronostiquen un futuro no muy favorable, muchas veces está en las manos del emprendedor ir contra este y demostrar que es posible. Se considera que este camino no es fácil; precisamente porque el apoyo llega a ser paupérrimo, pero como se pudo evidenciar anteriormente, existen oportunidades y entornos que pueden facilitar y aliviar algunas cargas para el empresario; que muchas veces representaban la imagen de un verdugo, ese mismo que no deja progresar a sabiendas de que muchas veces estas cargas fueron la causa de que se pensara: si ya vencí el miedo ¿por qué ahora esto?, pero se debe recordar siempre que el motor de un emprendedor es cumplir ese objetivo y que para cumplirlo debe vencer esos verdugos y muchas veces se debe valorar que cuenta con algo de ayuda, por muy poca que sea.

Bibliografía

- Cano, J. (2018, abril 2). Emprender en Colombia no es fácil. en *La República*. <https://www.larepublica.co/especiales/mujer-empresaria/emprender-en-colombia-no-es-facil-2707171>
- Cardona, A. O. (2018, abril 2). Entre 15% y 20% de nuevos emprendimientos son startups creadas por las mujeres. en *La República*. <https://www.larepublica.co/especiales/mujer-empresaria/entre-15-y-20-de-nuevos-emprendimientos-son-startups-creadas-por-las-mujeres-2706927>
- Colombia FINTECH. (2018, septiembre 28). *Cómo pueden financiarse los emprendedores en Colombia*. www.colombiafintech.co. octubre 29, 2020, <https://www.colombiafintech.co/novedades/como-pueden-financiarse-los-emprendedores-en-colombia>
- Dorantes, R. (2018, agosto 22). *Qué es una startup*. en *Entrepreneur*. <https://www.entrepreneur.com/article/304376>
- Forero, T. (2020, enero 18). Conoce el escenario del emprendimiento en Colombia y sus oportunidades para el 2020. *Rockcontent*. octubre 25, 2020, <https://rockcontent.com/es/blog/emprendimiento-en-colombia/>
- Redacción Especiales. (2019, febrero 25). El emprendimiento como opción de vida. en *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/cromos/el-emprendimiento-como-opcion-de-vida/>
- Revista Empresarial & Laboral. (2017, agosto 7). Cifras de Emprendimiento en las empresas Colombianas. en *Empresarial & Laboral*. noviembre 4, 2020, <https://revistaempresarial.com/empresas/pymes-empresas/emprendimiento-pymes/cifras-emprendimiento-empresas-colombianas/>

Innovación y emprendimiento en tiempos de pandemia

Laura Isabel Morales González

Julián David Rivera

Iván Alexis Mojica

Juan Fernando Rave

Orlando Garzón

Juan Sebastián Lasso

Grupo:

S.V.G (grupo 19)



Resumen

En este escrito se tocará un tema que es muy influyente y que a primera vista llama la atención que es la pandemia por el Covid 19. En este, se profundizará en cómo algunas entidades gubernamentales o privadas han conseguido generar y aplicar estrategias innovadoras o creativas, para sobrellevar dicha situación y a su vez evitar pérdidas económicas o de cualquier índole. Para ello, se tomarán en cuenta y se analizarán determinados casos, en ciertas partes del globo terrestre, enfocándonos principalmente en Colombia. Así veremos una notoria diferencia entre el tipo y el tiempo de reacción entre las distintas entidades en el contexto nacional.

Palabras clave: economía, salud, social, desarrollo, Colombia.

Introducción

En esta sección hacemos una contextualización histórica principalmente en el ámbito de la salud hasta llegar a la actualidad. Posteriormente, se profundiza sobre la presente situación que afecta a la humanidad en varios aspectos. Es importante inicialmente reconocer que por centenares de años en la humanidad han sido predominantes las constantes enfermedades y dificultades en el ámbito de la salud. Éstas se han controlado por los auténticos procesos genéticos realizados por nuestro cuerpo y el impulso del ambiente para progresar en medio de la necesidad. La propia necesidad ha sido el pilar del avance, sin embargo, en la actualidad nos encontramos con uno de los grandes obstáculos que han generado significativos retrocesos en el ámbito económico, educativo y social.

Actualmente, la humanidad se enfrenta a una pandemia que le ha generado al mundo grandes preocupaciones. Esto nos proporciona desde angustia hasta antelación por retomar esa vida que aún sin estar inexpugnable de dificultades y pesares, no le había proporcionado a la humanidad tal grado de inconvenientes.

Antecedentes

De la esquematización y adecuado ordenamiento de los referentes en los que nos basamos para la construcción de nuestro ensayo que permiten fundamentar el mismo. Contamos con 4 antecedentes en los que, se observa la importancia del contacto físico y presencial entre operador y usuario como en nuestro primer antecedente. Se entiende la importancia de la relación entre las entidades privadas y el gobierno de la nación en las que se encuentran sus sucursales para tener una mejor reacción frente a la pandemia como en el caso del segundo antecedente. Se cimienta la importancia de la correcta implementación de las herramientas tecnológicas que tenemos a la mano, el rápido actuar en medio de la dificultad, el correcto uso de nuestras habilidades innovadoras y la resiliencia como son los casos del tercer y cuarto antecedente respectivamente.

Del primer antecedente analizado a profundidad, encontramos al señor Suudendra Koushik quien es un ejecutivo, jefe de innovación y cofundador de la empresa PRASU con sede en la India. Él compartió la situación de la corporación frente a la actual pandemia, en la que ha sido todo un reto el tratar de cumplir a cabalidad con su política empresarial de asesorar y brindar consultorías de innovación y emprendimiento de carácter tecnológico a sus clientes.

Esta estrategia se hace con el fin de que los clientes potencien y desarrollen esa capacidad innovadora y se requería que el 70% del programa fuera realizado cara-cara, por lo que para algunos fue fácil posponer el programa, pero por otro lado estaban los demás clientes que necesitaban terminar con el cronograma. Esto dejó a la luz la acción inmediata por parte de PRASU, pues poco iniciada la pandemia, se reunieron inmediatamente los equipos de liderazgo de los usuarios junto con el equipo de innovación y llegaron a concretar acciones para cambiar el programa y que de esta forma funcionase de manera virtual y a distancia, todo bajo el lema "El QUÉ no cambiará, pero el CÓMO cambiará" (Koushik, 2020). Con esto en mente se llevaron diversas estrategias relacionadas con videollamadas, donde el principal objetivo fue relajar y disminuir el estrés del trabajo y de la innovación. Esto permitió así mismo que se reforzara la

estrategia y se igualara la conexión directa entre cliente y entidad que generó mayor confianza y más ganas de invertir en el negocio (Koushik, 2020).

Basándonos en nuestro segundo antecedente y teniendo una perspectiva económica enfocada en "A Study on the Impact of Innovative Resources on Regional Economic Growth in China" se pudo evidenciar que la estrategia implementada en este caso se realizó a mayor escala. Esto es de gran relevancia ya que la economía de china creció a causa de una reforma estructural implementada por el Estado en la economía misma, debido a que el PIB crece en 9% anualmente desde de 1978. Esto permitió visualizar el gran crecimiento económico que proporciona que China sea una potencia mundial, simplemente partiendo de la innovación y la destinación de los recursos en este ámbito (Geng, Kangshun, Gu, Jijian 2019).

Nuestro tercer antecedente, nos permite contextualizarnos nacionalmente al analizar el caso de estudio del Parque de Innovación empresarial en Manizales, a cargo de Juan Camilo Marín y Marcelo López. En este se descubre que los empresarios reconocen la importancia de la implementación de las herramientas digitales como el marketing. Pero el verdadero problema radica en que pocos realizan estudios que les permitan potenciar esta gran herramienta. Esto se debe a un amplio desconocimiento y la implementación empírica y poco fundamentada en el mismo. Este antecedente nos permite realizar un ejercicio comparativo al entender qué problemas nos proporciona la actual situación tanto nacional como internacionalmente (Marín López, J. C., & López Trujillo, M. (2020)).

Finalmente, concluimos con la importancia del buen uso de las herramientas tecnológicas con la ayuda del cuarto antecedente, el cual se enfocó en el marketing, emprendimiento y en el importante papel de estos en tiempos de pandemia. Este tema generó que se buscaran nuevos medios, los cuales no afecten las medidas de bioseguridad, con el objetivo de disminuir la propagación del virus, pero nos enfrentamos al estancamiento de la economía. Sin embargo, las herramientas tecnológicas han permitido que la información esté al alcance real de nuestras manos,

facilite la comunicación, incremente los productos, servicios y procesos y que sea una ayuda potenciadora en la economía (Martínez, 2020).

Reflexión

Del análisis y reflexiones proporcionadas por los integrantes del grupo a partir de lo anteriormente expuesto.

Este ensayo nos permitió comprender cómo los problemas son a la vez puertas que dan apertura a nuevas oportunidades y cambios. Además, la investigación dió paso a que percibiéramos la forma en que tanto países como empresas reaccionaron ante la complejidad, desde estrategias hasta el entendimiento propio del contexto para hallar una solución. Para nosotros es de vital importancia comprender qué tan relevante es el correcto uso de los medios de comunicación y la tecnología, pues es evidente que gran parte de las situaciones expuestas se centraban en el poco aprovechamiento de los recursos tecnológicos y nuestra propia creatividad, disciplina y empeño para potenciar el ámbito de la innovación.

Teniendo presente esto y tomando en cuenta lo que se observó en el caso estudiado de la empresa PRASU, esta nos deja ver lo importante que es el que exista una conexión más allá de una pantalla. Es importante que haya un contacto físico o cara-cara, para estrechar más los lazos entre el operador y el usuario, generando así mayor confianza y de qué manera esto se puede lograr por medio del correcto uso de nuestras herramientas tecnológicas.

Al analizar paralelamente la anterior reflexión y el caso estudiado en nuestro tercer antecedente pudimos evidenciar cómo a través de iniciativas de emprendimiento e innovación, una economía nacional puede ser impulsada e incluso salvada. Un ejemplo es China pues, a pesar del decaimiento económico, pudo reponerse rápidamente en

este ámbito y en la liquidez financiera personal de sus habitantes al punto que es viable que su economía crezca exponencialmente.

Para concluir, la innovación y el emprendimiento son los pilares de cualquier nación y los que permiten que la misma se construya íntegramente y que a su vez cimiente su propio porvenir sin que su sistema económico sea un impedimento, puesto que ante un decaimiento estos pilares, serán su propulsor para aumentar su economía exponencialmente.

Referencias bibliográficas

- Koushik, S., & Dixit, P. (2020). How to Deliver an Innovation Program from Distance? Lessons from PRASU. In *IEEE Engineering Management Review* (Vol. 48, Issue 3, pp. 13–15). <https://doi.org/10.1109/EMR.2020.3015247>
- Geng, K., & Gu, J. (2019). A study on the impact of innovative resources on regional economic growth in China. In *Proceedings - 2019 International Conference on Economic Management and Model Engineering, ICEMME 2019* (pp. 83–87). <https://doi.org/10.1109/ICEMME49371.2019.00025>
- Marín López, J. C., & López Trujillo, M. (2020). Análisis de datos para el marketing digital emprendedor: Caso de estudio Parque de Innovación Empresarial - Universidad Nacional sede Manizales. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 65. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7135>
- R. M. Martínez Hinojosa, Ítalo O. Martillo Pazmiño, y H. P. Delgado Solís, «*Emprendimiento y marketing durante el aislamiento social por la pandemia*», Ed, vol. 2, n.º 6, pp. 30-40, abr. 2020.

Innovación en visión sostenible en envases de la industria cervecera

Juan Pablo Gómez Hernández

Santiago Giraldo Gonzales

Valentina Botero Sierra

Mauricio Ordoñez Ortiz

María José Torres Gómez

Carlos Adrian Yepes Aristizábal

Grupo:

Los caminantes



Resumen

Se define la creación de envases como el de vidrio y lata de aluminio en industria cervecera su manejo e impacto sostenible. Se plantean las soluciones impuestas por los embaces de PET y la innovadora "Madera transparente" que pueden reemplazar los envases tradicionales en el futuro. Aún falta investigación en estas soluciones puesto que garantizan la sostenibilidad, pero no la calidad de la cerveza. La industria cervecera colombiana avanza en sostenibilidad de sus envases para ser competitivo e innovador.

Palabras clave: Colombia, vidrio, aluminio, madera trasparente, PET.

Introducción

La cerveza es consumida a nivel mundial, sin embargo, poco se conoce de la repercusión sostenible de sus envases. Las empresas contemporáneas, en teoría, le apuestan a la innovación y sostenibilidad. Actualmente, se utilizan tecnologías que optimicen los procesos y reduzcan los costos de dichas empresas.

Un ejemplo se presenta en las industrias cerveceras donde se rediseñan los procesos de producción, distribución, envasado y reciclaje de los desechos generados.

Su presentación puede ser en envases de vidrio o en envases de lata (más comunes). Ambos son potencialmente reciclables y mediante un respectivo proceso mantienen sus propiedades y cualidades con el fin de ser reutilizados. El PET es innovador y en términos de sustentabilidad ofrecen un mayor valor. La madera transparente es la mejor opción para el medio ambiente. En el contexto colombiano la cervecera más grande es Bavaria y sus envases son de vidrio y lata de aluminio. En lo que corresponde a desarrollo sostenible, han logrado avances en la reducción de los materiales requeridos.

Antecedentes

Se explica la producción de los envases de vidrio, lata de aluminio, PET y madera transparente, usados dentro de la industria cervecera, además de la producción de estas tecnologías en la empresa colombiana Bavaria.

Envase de vidrio

En la página oficial de la **Asociación Nacional de Empresas de Fabricación Automática de Envases de Vidrio** (ANFEVI), fundada en España en 1997, se describe el proceso de producción del vidrio. Adicionalmente hay temas como economía, impacto ambiental, seguridad alimentaria, etc. El envasado en vidrio permite que se forme una identidad de la empresa por medio de colores, forma, decoración y demás características. Por otro lado, ANFEVI considera que el envase es 100% reciclable, puesto que este se emplea para fabricar otro envase que presenta las mismas características, sin perder cualidades del proceso y sin que el resultado final del envase sea afectado. (ANFEVI, 2016).

Envase de lata para cerveza

Johnstone en el artículo *"Centenary review beer packaging in can"* describe el surgimiento de los envases de hojalata y la trayectoria que se dio en estos para producir la primera cerveza envasada en lata. La cual **presenta atributos innovadores ya que es fácil de almacenar, dura de romper, no hay que retornar la botella y es térmico receptiva**. A partir de ahí, la lata de aluminio es un material potencialmente reciclable. Obtener aluminio reciclado respecto al vidrio reduce 95% la contaminación del aire, ahorra 90% de la energía consumida al elaborarlo (Johnstone, 1986). El procesamiento de minerales de aluminio genera cantidades altas de aluminio en el ambiente (ATSDR, 2008).

Innovadora botella PET para cerveza.

El PET reciclable le otorga al envase un valor importante en términos de sostenibilidad. En su fabricación se requiere respecto al vidrio 2 veces menos energía y 4 veces menos emisiones de CO₂ en la atmósfera. El color verde de la botella protege la bebida de los efectos de la luz, que afectan los procesos

de oxidación. Hay muchas empresas que han utilizado el PET como envase para cerveza: la empresa japonesa Kirin en el año 2015, Heineken cuando en los Juegos Olímpicos de Londres 2012, Amcor que desarrolló para la cervecera brasilera New Age la cerveza Salzburg en el año 2019, entre otros. Su problema radica en la liberación de CO₂ y otros gases de la bebida. (Robayo, 2019)

Madera transparente

Equipo de investigadores del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) dice haber desarrollado madera transparente (Portillo, 2020). "a glass-like material made almost entirely out of trees that they claim is stronger, safer, more cost efficient and more thermally efficient than glass" (Tangermann, 2020). La creación del material es ecológica, es fabricado con árboles de balsa provenientes de plantaciones sostenibles y de rápido crecimiento (Banegas, 2020).

Contexto industria colombiana

En Colombia la cervecera más grande es Bavaria. Respecto al desarrollo sostenible sus avances permiten un menor uso de recursos naturales no renovables. Yency Contreras y Miller Arévalo, en su informe "Industrias Verdes" aplicado a Bavaria, encontraron: incremento del reciclaje de bandejas de cartón (80%), cajas de cartón (63%), cajas metalizadas (61%), envases de aluminio (46%) y botellas de vidrio (27%) durante el 2016 (Ortíz, 2019). Los "Súper Retornables" son envases más livianos, utilizan 20% menos de recursos naturales no renovables, son más resistentes y permiten ser reutilizados el doble de veces que los envases retornables del mercado (Tiempo, 2008).

Reflexión

Se opina sobre el envase de vidrio, aluminio, madera transparente y PET, así también, una vista de lo que Bavaria ha logrado con sus nuevos proyectos.

El vidrio

El vidrio puede ser reciclado por dos métodos, esto se da gracias a que se funde y nuevamente es reincorporado en la mezcla de materias primas, pero conlleva a la contaminación del ozono. Reutilizar los envases implica a la empresa adecuar el proceso para que éstos pasen por un ciclo de desinfección y lavado. Se evita de esta manera la propagación de gérmenes; es aquí donde entra a jugar el manejo de contaminación del agua por parte de la empresa. Para los dos casos ¿es entonces justificable?

Envase de lata

¿Es realmente es amigable con el planeta? No es la presentación ideal y no todas las empresas lo aplican. El aluminio es un material sostenible, protege los productos de la luz, humedad, oxígeno y los gérmenes, no es tóxico, no tiene sabor y su producción aporta ventajas en costos, almacenamiento además de ser potencialmente reciclable y reutilizable. En ocasiones su resistencia puede fallar y los envases se pueden deformar o deteriorar con su manejo. Además, la extracción de aluminio es compleja y libera aluminio en el aire que es tóxico (ecoembes.com, 2016)

PET

La diferencia de costos hace que los envases PET sean aceptados como una buena opción para tomar cerveza artesanal en el hogar. Gracias a los avances tecnológicos hay empresas que han logrado disminuir las desventajas del PET como envase de cerveza. Si bien existe la teoría que las botellas plásticas liberan ciertos componentes tóxicos "con buenas prácticas de llenado de los envases, utilizando canillas contrapresión y evitando el contacto de la cerveza con el oxígeno, el producto se

mantiene en perfectas condiciones”, aseguró Fernando, gerente de la empresa Baires Envases. El plástico tiene muchos beneficios, pero no es óptimo para envasar la cerveza, aplicando los procesos necesarios en el envasado funciona bien, pero su almacenamiento aun es ineficiente.

Madera transparente

¿Será el envase del futuro para las cervezas? Su resistencia al impacto es mayor que la del vidrio, resiste gradientes bruscos de temperatura y es un material más orgánico que los anteriores. Sin embargo, para implementar la producción de envases de madera transparente, la empresa debe modificar su proceso productivo, lo que se traduce en costo. Este material al comportarse como el plástico tiene problemas similares al PET, que lo hacen poco competitivo para los envases de la cerveza. Falta avanzar bastante en este método.

Contexto Colombiano

Bavaria se desempeña en el reciclaje y reducir el uso recursos naturales no renovables. En Colombia no se han implementado las tecnologías de envasado más recientes; la necesidad de innovar, contribuir en sostenibilidad y el capital de inversión de la industria cervecera en el país resulta en posición desventajosa respecto al mercado exterior. No buscar nuevas alternativas indica conformismo y estancamiento, que terminará pasando factura a estas empresas. Bavaria debe renovar el envasado, es una oportunidad de exhibir al público iniciativa que impactaría la perspectiva de la empresa frente al consumidor y el mundo.

Ideas principales

- Invertir en sostenibilidad ambiental, aparte de contribuir al medio ambiente, genera múltiples beneficios socioeconómicos y de imagen.
- Las industrias cerveceras innovan en el envasado, con el propósito de generar una identidad propia para el producto presentado.
- En la industria cervecera se evidencia diversidad de materiales para el envasado, como lo son vidrio, aluminio, PET y madera transparente. Se destaca el vidrio por su relación de costo, beneficio y rehusó.
- Para el vidrio su tiempo de descomposición y desechos mal tratados suponen un riesgo para el ecosistema.
- La emisión de aluminio al aire supone un riesgo para el ecosistema.
- La liberación de gas diluido en la cerveza indica ineficiencia en el PET y madera transparente.

Se concluye que la industria cervecera le apunta a la innovación por medio del envase para favorecer su producto según los beneficios que tiene cada material. Sin embargo, no le apuntan suficientemente a la sostenibilidad y al impacto ambiental que es un problema contemporáneo y de todos. Se invita a esta industria a mejorar su visión enfatizando aún más la sostenibilidad a la hora de innovar en el envase de las cervezas.

Bibliografía

- ANFEVI. (2016). *anfevi.com*. Obtenido de <http://www.anfevi.com/el-envase-de-vidrio/historia/>
- ANFEVI, A. N. (2016). *anfevi.com*. Obtenido de <http://www.anfevi.com/el-envase-de-vidrio/historia/>
- ATSDR. (septiembre de 2008). *atsdr.cdc.gov*. Obtenido de https://www.atsdr.cdc.gov/es/phs/es_phs22.html
- Banegas, D. (1 de octubre de 2020). *usda.gov*. Obtenido de <https://www.usda.gov/media/blog/2020/10/01/transparent-wood-could-be-window-future>
- ecoembes.com. (2016). *ecoembes.com*. Obtenido de https://www.ecoembes.com/sites/default/files/archivos_publicaciones_empresas/la-correcta-especificacion-de-los-envases.pdf
- Johnstone. (1986). centenary review beer packaging in can. En *johnstone, centenary review beer packaging in can* (págs. 529-536).
- Ortíz, Y. C. (2019). *iuc.eu*. Obtenido de https://iuc.eu/fileadmin/user_upload/Regions/iuc_lac/user_upload/ESP_6_ciudades_-_Bavaria.pdf
- Portillo, G. (2020). *renovablesverdes.com*. Obtenido de <https://www.renovablesverdes.com/madera-transparente/>
- Robayo, L. (6 de agosto de 2019). *mundopmmi.com*. Obtenido de <https://www.mundopmmi.com/empaque/empaques-rigidos/article/14037861>
- Tangermann, V. (2 de octubre de 2020). *futurism.com*. Obtenido de <https://futurism.com/the-byte/scientists-create-clear-transparent-wood-glass>
- telleria, a. (31 de agosto de 2018). *alafresca.com*. Obtenido de <https://www.alafresca.com.ar/curiosidades/notas/la-realidad-de-los-envases-pet/>
- Tiempo, R. E. (17 de noviembre de 2008). *eltiempo.com*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3191712>

Panel de expertos

G
R
U
P
O
S

Péntagono perfecto

Fieras innovadoras

Innovadores del siglo

Kuhne Kopfe

Maximus

Seishin

**1ER CICLO
DE PANELES**

Innovación & Emprendimiento

PANEL 1: **“Empresas en la virtualidad”**

PANEL 2: **“InnovarNOS:
¿Es cuestión de actitud?”**

PANEL 3: **“Charla con la experiencia,
emprendimiento en moda”**



Relatoría Panel 1 “Empresas en la Virtualidad”

Fecha: Viernes 16 de octubre de 2020

Lugar: Google Meet

Equipo:

Pentágono Perfecto

- Presentadora: Magaly Adelinda Cabrera Narvaez
- Moderadora: Manuela Jaramillo Gonzales
- Logística: Katherin Salazar Quinceno, Kevin Fernando Martínez Herrera, Zuly Katherine Moreno Lozano

El panel inicia a las 2:30 p.m. con la presentación del panel y de los panelistas:

- Leidy Tatiana López Saldarriaga, profesional en Gestión Cultural y Comunicativa, estudiante de la Maestría en Administración y coordinadora del Área de Gestión y Comunicación Cultural de la Facultad de Administración Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales.
- Luis Astorquiza, ingeniero de sistemas y computación, candidato a Doctor en Diseño y Creación y Director general de Ciudades Virtuales.co.
- Lady Johana Zapata, auxiliar administrativa y contable, estudiante de comercio exterior y finanzas, vinculada en la empresa CMS S.A.S.

Posteriormente, la presentadora Magaly Cabrera da paso a Manuela Jaramillo, encargada de moderar la conversación y quien se encarga de plantear los lineamientos para el desarrollo del panel. Cada panelista contó con 3 minutos de intervención para responder cada pregunta y si alguno deseaba hacer una

réplica o contribuir a la respuesta de otro panelista disponía de 2 minutos para hacerlo. Las preguntas del público se dejaron para el final del conversatorio.

Se dió inicio con la pregunta: **¿Cómo considera que ha sido el proceso de adaptación a la virtualidad en su empresa? a la cual los panelistas contestaron desde su perspectiva y experiencia lo siguiente:**

- No fue tan traumático porque el teletrabajo ya se venía implementando en la empresa
- Las maneras de trabajar se modificaron por las nuevas dinámicas que impuso el confinamiento y el aislamiento
- Se enfrentaron a dificultades tales como el acceso a internet, el manejo de herramientas digitales y dispositivos tecnológicos especialmente en la población comprendida entre los 45-60 años

En segunda instancia, se planteó la pregunta: **¿Cuál cree que es la barrera más grande que pudo o puede detenerlo a la hora de adaptarse a la virtualidad y cómo cree que pueda solucionarse?**

- Leidy Tatiana López: Uno de los obstáculos más grandes es el limitado acceso que pueden tener algunas comunidades con las que trabajamos, acceso a medios digitales, internet. Se ha tratado de solucionar con otras alternativas, llegando a otros medios como los grupos de whatsapp y las llamadas telefónicas.
- Luis Astorquiza: Una de las barreras más grandes han sido la parte de movilidad pues nos vimos obligados a tener que salir al contrario de aislarnos para protegernos porque se debía salir a desarrollar proyectos con las comunidades, por suerte contamos con el apoyo de muchos gobiernos locales en varias regiones que nos permitieron desplazarnos ya que éramos varias personas. Sin embargo, esta barrera se nos presentó como una oportunidad para poder desarrollar los proyectos al virtualizar, empresas, ciudades, instituciones y eventos.
- Lady Johana Zapata: Fue una adaptación porque obligó a la empresa y a sus integrantes adquirir equipos y programas de acceso remoto para continuar con sus funciones desde diferentes ciudades.

Continuando el conversatorio, se les planteó a los panelistas la siguiente pregunta: **¿Qué estrategias implementaron para enfrentar la crisis y para que la empresa se mantuviera en pie?**

- Lady Johana Zapata: Se comenzó a realizar reuniones más frecuentes a través de las plataformas Zoom y Google Meet para crear el documento de protocolos de bioseguridad desde las diferentes sedes para continuar con su operación.
- Leidy Tatiana López: Lo primero fue no parar, continuar con los proyectos que se tenían en pie, llevar la plataforma Tejidos a un formato virtual. Se crearon estrategias para la formación y el acercamiento de los emprendedores con empresarios a través de plataformas virtuales como Zoom y redes sociales como Facebook y YouTube. El trabajo en el Área en general se desarrolló de manera virtual a través de reuniones periódicas, se continuó con la presentación a convocatorias y el establecimiento de alianzas.
- Luis Astorquiza: En cuestión de dos semanas la gente se volvió experta en manejar herramientas digitales, se vio la crisis como una oportunidad planteando alternativas desde la tecnología con el fin de consolidar la empresa en la virtualidad, pues su razón de ser es llevar los espacios físicos a la realidad virtual.

Para la pregunta: **¿Qué los motivó a implementar la virtualidad en su empresa, ya lo venían haciendo, tenían la idea o fue por motivo de la pandemia?** los panelistas en general comentaron que era una estrategia que ya se venía trabajando en sus empresas y proyectos, los retos fueron más personales al adecuar su hogar como su nuevo lugar de trabajo, también fue una oportunidad para conectar más personas y proyectos a nivel nacional e internacional, lo cual fue algo positivo puesto que ya no se debía incurrir en los gastos de traslado en eventos presenciales y se hizo más sencillo reunir a las personas.

La siguiente pregunta **¿Cómo se ha trabajado el tema de salud mental para los trabajadores y para ustedes mismos?**

- Lady Johana Zapata: Se tuvo que hacer un trabajo especial a través de capacitaciones y reuniones con los empleados el cual contó con el apoyo del profesional en seguridad y salud en el trabajo para hacer acompañamiento a casos particulares de los trabajadores.
- Luis Astorquiza: Se pudo manejar, se combinó la parte empresarial y académica. Venía de vivir un año solo en Corea del Sur, estaba acostumbrado a usar tapabocas y a charlar a través de una pantalla. Fui una persona que ayudé a mis compañeros de trabajo y estudiantes, sin embargo, experimenté momentos de crisis en personas de mi círculo social dado al cambio en la cotidianidad.
- Leidy Tatiana López: Lo más complicado fue no poder estar en contacto físico con compañeros de trabajo en momentos de creación de proyectos e interacción social. Pero se fue solucionando haciendo reuniones a través de plataformas con una duración prolongada y de manera más recurrente.

Como reflexiones finales los panelistas dieron sus puntos de vista en relación a **¿cómo creen que cambiará el mundo después de la pandemia?** En primer lugar expresan que el mundo ya cambió, se habla de nuevas normalidades tanto en las maneras de trabajar como en las formas de relacionarnos socialmente desde aspectos comunicativos y afectivos. En segunda instancia, se plantea la necesidad de compartir momentos en familia y las posibilidades que ha brindado la tecnología para acercarnos socialmente, sin embargo, jamás podrá reemplazar la afectividad que transmite el contacto físico. En última instancia, la pandemia evidenció algunas problemáticas sociales, económicas y culturales que ya hacían parte de la cotidianidad colombiana pero que se acrecentaron con la crisis.

Posteriormente, se abrió un espacio para que los asistentes realizaran preguntas a los panelistas, la primera pregunta fue dirigida a Luis Astorquiza: **¿Cuáles son los retos de los emprendimientos latinoamericanos para incursionar en la industria 4.0?**

R/. Ahora es la oportunidad de los emprendedores para crear nuevos productos, productos que sean diferentes y que sean autóctonos de

la región, ver la oportunidad en nuevos negocios que se adapten a la nueva cotidianidad y se puedan llevar al mercado mundial.

La segunda pregunta por parte de los asistentes también dirigida a Luis fue la siguiente: En cuanto a la experiencia virtual que se brinda, **¿cómo se hace para que el turismo no pierda valor?**

R/ Algo muy importante que nosotros resaltamos en nuestro proyecto es que la tecnología se convierta en una oportunidad para generar atractividad de los espacios físicos y no reemplazar su experiencia en la presencialidad, es usar la tecnología para darle más valor a lo real, a aquellas cosas que debemos valorar.

Una tercera pregunta formulada por los asistentes y dirigida para todos los panelistas consistió en: **¿Alguno de ustedes ha acompañado emprendimientos que se iniciaran en estos momentos de aislamiento y cómo los desarrollaron?**

- Johana comentó acerca de un emprendimiento de la esposa de un trabajador, quien empezó confeccionando tapabocas y contó con el apoyo de la empresa, la cual le compró los tapabocas para dotar a todos los empleados que trabajaban en campo y que contaban con la aprobación del profesional de seguridad y salud en el trabajo.
- Leidy Tatiana expresó que en el componente de formación de Tejidos llegó una organización que se encarga de realizar turismo comunitario, entonces se han encargado de brindar asesoramiento en el desarrollo de su propuesta de valor, modelo de negocio y todo lo necesario para la ejecución de su proyecto teniendo en cuenta los protocolos de bioseguridad.
- Luis habló acerca de algunas actividades que han surgido en su barrio alrededor del deporte y problemáticas que afectan a toda la comunidad y para socializarlo han hecho uso de los grupos de WhatsApp para entablar conversaciones y acciones al respecto.

Finalmente se hizo un pequeño resumen de la sesión y el cierre del panel a las 3:30 p.m. extendiendo la invitación para el próximo encuentro y agradeciendo la participación y asistencia del público y los panelistas.

Relatoría Panel 2

“InnovarNOS: ¿Es cuestión de actitud?”

Fecha:

16 de octubre de 2020 - 2:30 P.M.

Equipo:

Fieras Innovadoras

- **Presentadora:** María Juliana Cortés.
- **Moderadora:** Sofía Cardona Jaramillo.
- **Recursos técnicos:** Daniela Guzmán Bautista.
- **Relator:** Breiner Giraldo García.

Objetivo:

Conocer a personas que día a día luchan por su proyecto, aprender de las experiencias ajenas y aproximarnos a las situaciones del innovador que nos dejan enseñanzas para entender el concepto de la innovación desde una perspectiva personal y no solo industrial y tecnológica.

Estrategia:

Consultamos cómo se hace un panel de expertos, dialogamos con quienes conocen personas afines al tema del panel, conseguimos sus contactos y los enteramos de lo que se quería realizar, les informamos de la metodología del evento enviándoles toda la información de tiempos, preguntas y plataforma a usar, el día del evento hicimos prueba de sonido, iniciamos con presentación de los organizadores, tema y reglas de juego, hicimos una pregunta abierta para definir el orden de participación de los panelistas, al final, le dimos tiempo al público para participar con preguntas, luego dimos un tiempo a nuestros panelistas para darse a conocer y de ésta manera finalizó el panel.

Plataforma:

Google Meet.

Inicio:

- Bienvenida.
- Se informa que se grabará con fines educativos.
- Vídeo presentación de los organizadores.
- Se informa que las preguntas del público se harán por chat.
- Explicación del tema.
- Presentación de panelistas.
- Presentación de la mediadora.

- **Primera pregunta: ¿Cómo se puede innovar desde lo personal?**
Responde Luisa: "Mantenerse en la inquietud y en una curiosidad permanente nos llevará a una constante innovación en todos los aspectos de la vida, ante todo, dejando el miedo al fracaso", "el crecimiento no es solo individual sino dejar un aporte y una semilla en todos los roles que se estén desempeñando"
Responde Alberto: "La innovación comienza tomando cada día un nuevo reto, aprendiendo cosas nuevas y aplicándolas, de lo contrario no llegaremos a ningún lugar"
Responde Carolina: "Tres cosas importantes: 1. Necesidad de tener apertura. 2. Iniciativa. 3. Determinación."

- **Segunda pregunta: ¿Consideran que para innovar se necesita ver oportunidades donde nadie más las ve?**
Responde Luisa: "Todos tenemos la capacidad, la gente no se atreve a salir de la zona de confort, si lo hacen, es por obligación y no por convencimiento. Debemos aprender a detallar para encontrar oportunidades"
Responde Alberto: "Hay que identificar las oportunidades para llegar a ser innovador. El solo hecho de cambiar nuestra cotidianidad nos hace innovadores. Adaptarse a las nuevas tecnologías"
Responde Carolina: "Más que ver oportunidades es actuar rápidamente donde otros no se han decidido"

- **Tercera pregunta: ¿Es necesario amar lo que se hace para poder innovar y llevarlo al éxito?**

Responde Luisa: "El amor es la base fundamental de todo, la idea de siempre querer innovar, siempre se hagan las cosas con amor, vas a aprender más fácil, vas a aportar ideas, te dará motivación y te permitirá siempre decir qué puedo dar de más a las personas que me rodean y a mí mismo, conocer diversos temas siempre nos ayudará a innovar más"

Responde Alberto: "Sí rotundo, si uno no se interesa la innovación no se verá, hay momentos difíciles en todo el aspecto de la innovación, hay que querer hacer cosas nuevas, de cambiar el día de uno y el día de los demás, si uno no es consciente de los resultados positivos no se llegará a ningún lado, definitivamente hay que amar lo que se hace"

Responde Carolina: "Cita la biblia: "El amor todo lo disculpa, todo lo cree, todo lo espera y todo lo soporta", el proceso de innovación te va a suponer retos todo el tiempo y no siempre tendrá resultados inmediatos, si ud no está convencido de que ese proceso que está iniciando tendrá un resultado positivo, no tendrás la motivación para mantenerte en el proceso, de lo contrario, será muy difícil, hay que tener paciencia, el cambio de su normalidad, si no se está enamorado, ud termina el proceso de innovación rápidamente"

- **Cuarta pregunta: ¿Uds se informan de la actualidad para saber adaptar sus proyectos de innovación?**

Responde Luisa: "Sí, si voy a innovar debo estar a la vanguardia de la información en el tema en el que espero crecer, debe ser un compromiso estar informados respecto a los temas en los que estamos involucrados para minimizar fracasos y errores. También debemos aprender a identificar la información, que sea objetiva y clara, de lo contrario, nos llevará a errores. Estar informado nos ayudará a innovar y seguir mejorando continuamente"

Responde Alberto: "Sí, la innovación no se detiene, hay que saber aprovechar las tecnologías y las redes para poder estar actualizado, pues todo cambia constantemente. Para innovar hay que estar en movimiento"

Responde Carolina: "Sí tenemos que informarnos, pero nada de lo que uds quieran hacer realmente será sostenible ni estará vigente en el tiempo si ud no se dispone a hacerle cambios constantemente. Si

realmente saber leer el entorno, de la realidad, de las personas que nos rodean, será más fácil hacer cambios rápidamente. Hay que aprender a escuchar, a observar, y con esa información, actuar. Es importante informarse para mantener tu proyecto vigente en el tiempo.

- **Quinta pregunta: ¿Perdieron oportunidades o momentos por querer enfocarse en sus emprendimientos?**

Responde Luisa: "Todo tiene una cuota de sacrificio y un costo, no solo a nivel económico sino emocional. Se pierde tiempo con la familia, los amigos y hasta con uno mismo para poder cumplir con los compromisos, cuando tú eres emprendedor deber tener esa cuota entrega, no de sacrificio porque se hace con amor, pero sí una entrega total para lograr los resultados, igual las satisfacciones son grandísimas"

Responde Alberto: "No es fácil dejar a la familia, pero la satisfacción de hacer lo que nos hace felices lo compensa, también ese cambio hace que pierdas oportunidades hasta laborales, pero siempre hay compensación. Para salir adelante debemos hacer sacrificios para mañana poder disfrutar"

Responde Carolina: "Hay que renunciar a muchas cosas, ya no piensas en el corto plazo, se sabe que se está en un proceso de siembra, pero la siembra toma un tiempo, cambia el estilo de vida, se pierden oportunidades laborales y sociales, lo que pasa es que estamos en un medio en donde el éxito o estar en una buena posición tiene que ver con el estatus, pero cuando tú tomas esa decisión de crear una realidad diferente, las prioridades cambian; si tú no estás convencido, las voces de afuera de harán renunciar fácilmente"

- **Pasamos a las preguntas del público.**

- Primera pregunta: Por Sara: **"¿Creen que esas actitudes emprendedoras es un instinto intrínseco del ser humano o son impuestas por la educación?"**

Responde Luisa: "Como ser humano tenemos la capacidad de adaptarnos, es un instinto que tenemos los seres humanos, la educación nos aporta técnicamente, pero es un instinto que todos tenemos"

Responde Alberto: "La educación aporta muchísimo, pero no es necesario ser muy estudiado para llegar a la innovación. Cambiar las cosas del día a día ya nos hace innovadores"

Responde Carolina: "Todos tienen el potencial innovador, nuestra estructura está equipada con unos patrones, lo que nos hace diferentes son las formas en las que vivimos nuestra cotidianidad, no existe nadie que pueda desarrollar un buen proyecto. Innovación es un proceso de pensarse una forma diferente de hacer la vida de otros, algo más fácil"

- Segunda pregunta: Por Lucrecia García: **"¿La creatividad se puede enseñar o las personas nacen con esa capacidad?"**

Responde Carolina: "Necesitamos poder resolver las necesidades de otros, la innovación se puede enseñar, pero también todos tenemos una buena predisposición a hacerlo"

Responde Luisa: "Todos contamos con el instinto de poder innovar, la educación nos ayuda a eliminar bloqueos que hemos generado o aprendido, nos ayuda a inspirarnos o muchas veces no necesitamos de la educación, sino que las crisis los catapultan a innovar para salir del hueco, pero la innovación es un instinto que todos traemos"

Responde Alberto: "Todos nacemos con eso, todos tenemos diferentes formas de expresar la creatividad, pero la educación nos ayuda a especializarnos en las áreas que estemos aplicando"

- **Ampliamos tiempo del panel para responder preguntas del público.**
- **Pregunta específica para Carolina:** Por Juan Felipe Valencia: **"¿Cómo y por qué se interesó por el trabajo social?"**
Responde Carolina: "La elegí cuando tenía 14 o 15 años. Yo no tenía claro para qué iba a ser muy buena, pero sí tenía claro para qué era muy mala. Cuando empecé la búsqueda profesional me interesó que el trabajo social tiene unos campos comunitarios, me llaman la atención esos temas, por eso terminé en trabajo social que fue una buena de decisión"
- **Pregunta específica para Alberto:** Por Solvey Isleni Santacruz Zambrano: **"¿Qué tan difícil es innovar hoy en día en un mundo donde aparentemente ya todo está inventado?"**

Responde Alberto: "No todo está inventado, todos los días hay cosas nuevas, no es difícil, lo que hay que ser es ser muy observador, conocer cosas nuevas es un instrumento que ayuda a innovar, hay que conocer esos puntos donde el mundo está flojo y cómo podemos mejorarlo"

- Pregunta específica para Luisa:** Por Andrés Felipe Roldán García:
“¿Qué paradigmas hay que romper de nuestra idiosincrasia colombiana para poder emprender y ser innovador?”

Responde Luisa: “El colombiano vive mucho del qué dirán, el único responsable de las decisiones y consecuencias de lo que tú hagas eres tú, si te va bien y aprendes, excelente, si te va mal, pues tuviste una pérdida económica y de tiempo, pero igual obtuviste un gran aprendizaje, el miedo también nos amarra a tener experiencias nuevas y diferentes, aunque hoy es diferente, éstos dos paradigmas son los que más detienen a grandes emprendedores”
- Pregunta general:** Por Iván Darío Camacho Escobar: **“¿Cómo lograron definir el alcance de sus emprendimientos, me podrían decir qué consideraciones económicas para iniciar el emprendimiento fueron fundamentales sacar adelante su idea o si por el contrario, qué propuestas de apoyo decidieron rechazar porque no iban de la mano con sus ideales, su ética o el enfoque de su emprendimiento?”**

Responde Carolina: “Yo me he encontrado con todas las malas prácticas en el camino, cuando tú tienes una idea y crees que es viable, pues uno se lanza sin tener las buenas prácticas presente, hay que aprender a decir que no, porque se presentarán muchas oportunidades que te pueden desviar lo que para ti es importante, hay que razonar quién puede ser una buena alianza. Si uds tienen una idea no les de miedo buscar personas que los escuchen, reciban retroalimentación y creen una bitácora, crean en sus ideas por más locas que sean, pero compártanlas para que en ese proceso se puedan perfilar muy bien”

Responde Alberto: “Yo no emprendí, a mí me emprendieron. Hay que arriesgarse, soy desordenado, pero hay que aprender de los errores, hay que salir adelante para cumplir lo que se desea, pensar en volverse sostenible”

Responde Luisa: “He tenido varias oportunidades, tuve un negocio al por mayor de frutas y verduras, pero hicimos una alianza negativa, confiamos en el socio y nos llevó a la quiebra, luego me metí por el lado de los restaurantes, me fue bien, pero por cuestiones políticas me cancelaron el contrato, y en éste momento el emprendimiento unipersonal es dado a una crisis, que no debería ser así, me hicieron una estafa y tuve que salir adelante para limpiar mi nombre, el voz a voz me sirvió, el valor agregado de mi servicio me ayuda, mi empresa es mi conocimiento y pc, además,

esto me permitirá crear otro emprendimiento y también debemos tener otras alternativas pues siempre hay caídas, no importa el tipo de labor, lo que se debe mirar es cómo planear las cosas para que las personas queden satisfechas y me permitan crecer y me hagan sentir bien, con cero recursos económicos o con muchos, podemos emprender, debemos mirar las posibilidades de nuestro emprendimiento desde lo pequeño hasta lo grande”

- Habla la presentadora Juliana para agradecer a los panelistas y los asistentes.
- Espacio para publicidad y despedida de los panelistas.

Relatoría Panel 3

“Charla con la experiencia, emprendimiento en moda”

Fecha: 16/10/2020

Hora: 2:10 P.M – 3:30 P.M

Equipo:

Innovadores del siglo

Michael Alejandro Rios
Juan Esteban Benítez
Angie Daniela Cardozo
Juanita Cabrera
Jerónimo Duque
Karen Castaño Alzate

Panelistas invitados:

- **Ángel Iván Benítez Viteri y Margarita Vanegas Castro**
(creadores de las marcas STUDIOBAX, DEKC, EPIDEMIC).
- **Valeria Trujillo & María Alejandra Trujillo**
(creadoras de la marca de moda MERANDVAL)
- **Mauricio Loaiza Moreno**
(coordinador del programa TP diseño de modas de la FADP Cali, docente, diseñador, magister en gerencia de marketing, licenciado en educación artística, técnico profesional en diseño gráfico, diseño de modas, ingeniería textil).

- **Juanita Cabrera**

(estudiante de administración de empresas, Universidad Nacional, fundadora de Mocca accesorios).

Para comenzar, a las 2:10 P.M tuvimos una prueba de audio, tanto con los integrantes del grupo como con los panelistas. Cuando ya empezaron a llegar los invitados al panel, nuestro moderador Michael Alejandro presentó un vídeo de bienvenida, procedió con los saludos, con la presentación de los organizadores del panel e indicaciones de este, luego hizo una pequeña descripción de cada panelista, y finalizó con la presentación de un vídeo introductorio donde se mostró una contextualización, variables que se deben tener en cuenta en la moda y a nuestros panelistas nuevamente, dando así entrada a nuestra charla; seguimos con la presentación de nuestro moderador Juan Esteban Benítez quien le fue dando la palabra a cada uno de los panelistas para que se presentarán (quiénes son, a qué se dedican, de dónde son), y así nuestro público se interesara un poco más, después de escucharlos Juan Esteban comienza con las siguientes preguntas generales:

1. ¿Cuál fue la motivación para emprender en el mundo de la moda?

Studiobax con su experiencia de 20 años en el mercado, nos cuenta que su motivación comenzó en Colombia.

Las chicas de Merandval resaltan mucho lo emprendedoras que han sido desde pequeñas y su gran unión como hermanas, aunque el proyecto de grado del colegio de una de ellas junto con la idea de su mamá son la principal motivación.

La motivación de Juanita para emprender con Mocca accesorios fue siempre querer tener su propio negocio, afirmando que el contacto con las personas la impulsó mucho más.

Para Mauricio Loaiza su motivación comienza por su padre quien tenía un negocio textil, más adelante fue uniendo eventos con marca y moda, le apasiona el tema de marketing, desfiles de moda, y al final nos cuenta un poco sobre su experiencia en la docencia.

Aunque nuestros panelistas tuvieron motivaciones completamente diferentes, todos concuerdan en tener un gran amor y pasión por la moda, para comenzar este camino de emprendimiento.

2. ¿Qué estrategias tuvieron para consolidarse en el mercado?

Merandval nos cuenta que tener un público en específico es algo muy importante y que ellas desde el principio lo pudieron identificar, también a través de su página de instagram han impulsado mucho su emprendimiento.

Juanita nos complementa la respuesta de Merandval sobre la importancia de saber a qué público se va a dirigir y de potenciar el uso de redes sociales.

Studiobax teniendo mucha más experiencia al principio no hacían su publicidad por redes sociales puesto que hace 20 años las redes sociales no existían, así que la hacían por radio, televisión y vallas, pero gracias a esto tienen una publicidad mucho más amplia complementandose en el 2020 con las redes sociales.

Mauricio Loaiza nos cuenta que anteriormente toda la publicidad era más voz a voz, resalta la importancia de definir muy bien al público, investigar cómo se le va a llegar al cliente, aunque la fidelidad del cliente no exista. Al final Juanita nos complementa lo dicho por Mauricio, estando de acuerdo con lo mencionado por Mauricio.

3. ¿Qué problemas han existido hasta el momento y cómo los han solucionado?

Studiobax dice que todos los días, en todas las empresas se presentan inconvenientes, pero el amor por lo que hacen es la solución para esto, y es muy importante cada día ir creciendo mucho más, sin perder la motivación.

Para Merandval la inexperiencia fue su principal problema, por lo cual se tuvieron que asesorar muy bien, ahora el problema que se les presenta es el plagio, con sus diseños y fotos, cuentan que se han asesorado y aunque en Colombia este tema sea muy complicado saben que las copias han existido, existen y existirán, es por eso que en parte se sienten orgullosas de que hay gente copiando su ADN ya que significa que a la gente le está llamando mucho la atención su marca.

Mauricio junto con Studiobax complementan la respuesta de Merandval tocando temas de plagio y competencia, queriendo motivar un poco a las chicas de Merandval y obviamente haciendo que el público tenga los pies en la tierra al decirles que todo emprendedor debe estar dispuesto a quebrar sin miedo y entre más jóvenes tengas los problemas es mucho mejor porque cuentan con tiempo para volverse a levantar.

4. ¿Cuáles son sus fortalezas?

Juanita nos cuenta que el maquillaje ha sido una de sus fortalezas y cada día busca suplir las necesidades de su público ya que todos tienen gustos tan diferentes.

Merandval se destaca por hacer parte de su público, interactúa mucho con sus clientes, por lo cual saben cuáles son las necesidades que estos tienen, su fortaleza es la autenticidad, su ADN.

Studiobax resalta mantener su marca durante tantos años, se interesan mucho por identificar y conocer cuáles son sus debilidades para fortalecerse mucho más.

Después de haber realizado esta serie de preguntas, nuestro moderador Michael Alejandro, motiva a los invitados a realizar preguntas en el chat para los panelistas, las cuales fueron:

5. ¿Qué consejo le darían a alguien que quiere emprender?

Esta pregunta la responde Mauricio Loaiza, diciendo que hay que tener un buen producto que marque la diferencia y haga sentir a los usuarios particulares, lograr que el cliente se fascine con el producto ya que lo que vende son las emociones, como la ropa hace sentir al cliente; siempre se debe estar dispuesto a quebrar, pero no perder la motivación para volver a empezar.

6. ¿Qué reformas se deben hacer desde un marco legal para solucionar el plagio?

Merandval nos responde, contando que ese tema lastimosamente es algo complicado en Colombia ya que el fashion-law en este país es muy débil, porque por ejemplo una persona se roba las fotos, contenido, diseños y demás y no le hacen nada, el día que por lo menos se puedan tomar medidas legales drásticas esto puede llegar a cambiar, concluyen que los cambios van en el mismo emprendimiento por ahora, para estar sacando productos nuevos cada semana y que a la competencia le sea difícil copiarles.

7. A raíz de la pandemia, ¿Qué estrategias, modificaciones o cambios han tenido que realizar en sus emprendimientos?, ¿Cómo han afrontado ésta situación?

Studiobax nos responde esta pregunta, contándonos que para ellos esta situación fue como un jalón de orejas para generar cambios y crear nuevas estrategias, también nos cuentan que su empresa ha quebrado tres veces y aun así no pierden la motivación, al contrario, se han fortalecido mucho más, para ellos todo emprendedor debe reinventarse diariamente, al final Juanita nos complementa esta respuesta diciéndonos que la motivación es muy importante, siempre hay que buscar una solución a todo antes de rendirse.

La motivación, al contrario, se han fortalecido mucho más, para ellos todo emprendedor debe reinventarse diariamente, al final Juanita nos complementa esta respuesta diciéndonos que la motivación es muy importante, siempre hay que buscar una solución a todo antes de rendirse.

Luego de realizar éstas preguntas, nuestro moderador Juan Esteban le da paso a nuestra compañera Angie quien nos compartió un pequeño resumen con los aspectos más importantes que se trataron durante la charla, luego es el turno de Michael Alejandro dando agradecimientos y abriendo un espacio para que los panelistas hagan publicidad, compartiendo sus redes sociales y dónde los pueden encontrar, dando unos datos interesantes, Merandval nos cuenta que están próximas a abrir su página web, Studiobax está ampliando sus líneas de atención y van a expandir su público vendiendo ropa para mujer, Mauricio aparte de dar su correo electrónico y redes sociales, nos recomienda un libro llamado "Bueno, bonito y Carito" de David Gómez, y para finalizar nuestro moderador Michael Alejandro nos hace una interesante invitación al siguiente ciclo de paneles que se llevará a cabo el día 6 de noviembre del 2020.

**2º CICLO
DE PANELES**

Innovación & Emprendimiento

PANEL 1: **“El menú de la vida”**

PANEL 2: **“Educación financiera
para emprendedores”**

PANEL 3: **“Reduciendo nuestra huella
de carbono a través del
emprendimiento”**



Relatoria Panel 1

“El menú de la vida”

Fecha de registro:

6 de noviembre de 2020

Hora de inicio: 14:30

Hora fin: 15:40

Equipo:

Kuhne Kopfe

Panelistas:

- **Leiddy Rincón Infante:**
Magíster en Ingeniería Química, Socia cervecería Wicca y BrewPub Colombia
- **Mario Alberto Hernández**
Administrador de Empresas, Dueño Mac Rooster
- **Marina Isabel Rodríguez Palencia**
Lic. En Sistemas Computarizados e Informática, Dueño Chez Marnie Healthy
- **Juan Camilo Echeverry Trujillo**
Pregrado de Geología, fundador The Burguer Company
- **Deissy Jineth Chavarro Moyano**
Profesional en gastronomía con Posgrado en Pastelería y Repostería, dueño Deissy Cakes

Introducción al panel “El menú de la vida”

El menú de la vida es un panel que trae a personas que inspiraran a otras, a salir adelante y materializar los sueños, busca exponer algunos de los emprendimientos en el sector gastronómico, un sector que ha sido de gran acogida y auge en nuestra sociedad actual, donde el secreto del éxito va más allá de un plato.

Presentación de los panelistas

- **Leiddy Rincón Infante:** ingeniera química, Master en gestión de proyectos, socia y brewer de la cervecería wicca y brewpub Colombia, Co fundadora de la comunidad de mujeres cerveceras. Experiencia laboral en el rubro cervecero desde el 2015, ganadora de múltiples medallas en competencias cerveceras, juez BJCP con experiencia en juzgamiento en competencias nacional e internacional
- **Mario Alberto Hernández:** Administrador de empresas de la universidad Autónoma de Manizales, dueño de Mac Rooster, empresa dedicada a la producción de pollo apanado desde hace 10 años, cuenta con sedes en Medellín, Manizales, Puerto asís
- **Marina Isabel Rodríguez Palencia:** Originaria de la Ciudad de México, estudió la carrera de Lic. En Sistemas Computarizados e Informática en la Universidad Iberoamericana. Formación de Chef en diferentes instituciones, así como varios diplomados enfocados a la parte nutricional:
 - Escuela de Gastronomía Dijon
 - Universidad Iberoamericana
 - Stanford University
 - Varios cursos online de Gastronomía , además de formación autodidacta
 - Finalista del concurso Duelos de Sazón 2, organizado por los Hoteles Fiesta Americana

Con más de 10 años de experiencia ofreciendo cursos de gastronomía. Fundadora de Chez Marnie Gastronomía y creadora del Programa "Del Mediterráneo a México, cocinando sano y delicioso"

- **Juan Camilo Echeverry Trujillo:** Estudiante de geología, el pasado primero de noviembre cumplió 2 años de emprender en el negocio llamado "The burger company" ubicado en Manizales.
- **Deissy Jineth Chavarro Moyano:** Profesional en Pastelería, con estudios de Técnico Profesional Gastronómico Cursado en Argentina, Buenos Aires. Experiencia de 4 años en el sector Gastronómico. Propietaria de Deissy Cakes, microempresa dedicada a la elaboración de tortas, postres y demás productos relacionados con la pastelería.

Dinámica del panel

1. El tiempo de duración del panel es de una hora
2. Cada panelista tiene un tiempo de dos (02) minutos para dar su respuesta o aporte.
3. Se recordó a las personas mantener micrófonos apagados.
4. Se recordó que a medida que avance el panel pueden ir dejando sus preguntas en el chat del meet.

Preguntas orientadoras

1. Intervención de cada panelista con el fin de exponer su emprendimiento

Leiddy: socia y brewer de la cervecería wicca y brewpub Colombia, Co fundadora de la comunidad de mujeres cerveceras. Manifiesta su experiencia de seis (06) años en la industria cervecera, cuenta con dos emprendimientos, el primero es la cervecería mas alta de Colombia BrewPub ubicado en Bogotá, produce alrededor de 2000lts mensuales, el segundo es la cervecería

Wicca, fundada durante la pandemia por el CPVID -19. Fundadora de la comunidad de mujer cerveceras, donde participan alrededor de 88 mujeres.

Mario: dueño de Mac Rooster. Expone que el proyecto de Mac rooster nace en el año 2009, nace desde un proyecto de la universidad. Decide invertir el dinero que tenia destinado para sus estudios, y los invierte en el capital inicial para Mac Rooster. Sede principal ubicada en la ciudad de Manizales.

Marina: Lic. En Sistemas Computarizados e Informática, Fundadora de Chez Marnie Gastronomía y creadora del Programa "Del Mediterráneo a México, cocinando sano y delicioso". Expone que su emprendimiento nace de la experiencia que adquirido con su abuela en el restaurante y hotel de la familia . Manifiesta que después de consolidar su relación como pareja, despierta su gusto por la cocina. Implemento los conocimientos adquiridos en la formación académica como Licenciada en Sistemas, en ofrecer servicios relacionados con cursos de comida saludable de forma presencial y en línea. La influencia de su esposo quien es cardiólogo, le ayudo a enfocarse en la dieta mediterránea para promover el estilo de alimentación saludable. En el programa ofrecido, se promueve la cocina de Italia, España, México y Grecia.

Juan Camilo: Fundador de "The burger company". Estudiante de la universidad de caldas en el programa de geología. Decide emprender con comida rápida, dado que en Manizales no se encontraban comidas artesanales. Su emprendimiento tiene un sello de distinción a nivel local como comida rápida artesanal.

Jineth: Profesional en Pastelería, propietaria de Deissy Cakes. Experiencia de cuatro años a nivel gastronómico. Decide emprender con pastelería por la influencia de su familia. Cuenta con experiencia en Buenos Aires, pero decide emprender en Colombia con el apoyo de su familia. La mayor venta de los productos se realiza por plataformas en línea.

2. ¿Cuál fue la inspiración para crear cada emprendimiento ?

Leiddy: socia y brewer de la cervecería wicca y brewpub Colombia, Co fundadora de la comunidad de mujeres cerveceras. Comenta que la cerveza no era de su gusto. Tuvo una experiencia desagradable y trabajando como Ingeniera Industrial en una empresa dentro del sector industrial, dicha experiencia dio paso para iniciar su emprendimiento.

Mario: dueño de Mac Rooster Comenta que en el año 2008 tenía una empresa de gel desodorante, las ventas que tenía en ese momento eran muy mañas, en un momento de esos muchos en donde se encontraba pensativo sobre su empresa, se encontró comiendo pollo y se dio cuenta que era mas rentable iniciar un emprendimiento de pollo, de dicha forma inicio su emprendimiento de Mac Rooster. Inicio con un capital de 5.200.000, su maquina principal para fritar pollo era en una freidora de buñuelos. Dejo la universidad con el fin de incorporar todo su tiempo en el emprendimiento.

Marina: Lic. En Sistemas Computarizados e Informática, Fundadora de Chez Marnie Gastronomía y creadora del Programa "Del Mediterráneo a México, cocinando sano y delicioso". Gracias ala invitación realizada por una amiga para asistir a un curso de patillaje, tomo el gusto por hacer postre o decoración. Conocidos y mas allegados iniciaron pidiendo el favor de que le realizara postre para fiestas temáticas, luego otras personas le contaron que estaban interesada en aprender, ampliando su interés en comida salada. La satisfacción de aprender y luego enseñarlo es su mejor inspiración.

Juan Camilo: Fundador de "The burger company". En su vivencia como joven en la universidad, buscaba recursos para estudiar y solventar sus gastos, buscaba trabajo en diversos sectores, tras una conversación con los padres inicio la idea de emprender con comida rápida. Con el apoyo de su familia, iniciaron las gestiones de préstamos, buscar el lugar idóneo y demás cosas para promocionar su emprendimiento.

Jineth: Profesional en Pastelería, propietaria de Deissy Cakes. Desde su niñez tuvo acercamiento con la gastronomía, sin embargo, su gusto por el dulce y el placer que genera este en las personas, hicieron que se inclinara hacia la pastelería. Inicio su emprendimiento ofreciendo la realización de pasteles a sus familiares más cercanos en fiestas temáticas. Su inspiración es tener algo propio, generar empleo, y generar felicidad en las personas.

3. Pregunta dirigida a todos los panelistas: ¿Cuál es la situación mas difícil por la que han pasado con su emprendimiento?

Pregunta realizada por: Sofia Hernández Arredondo

Leiddy: socia y brewer de la cervecería wicca y brewpub Colombia, Co fundadora de la comunidad de mujeres cerveceras. Expone que perdido una marca de cerveza denominada Season Beer hace dos años, marca que fue galardonada a nivel nacional. La perdida fue por decisiones equivocadas con la elección de sus socios, sin embargo, esta difícil situación la impulso a generar un nuevo emprendimiento con ideas nuevas.

Mario: dueño de Mac Rooster. Nos cuenta que, al iniciar con su emprendimiento, el domiciliario con el que trabajaba , se accidento, generando que la moto se la llevaran a los patios, no contaba con dinero para el pago de los servicios públicos del local y pagar la deuda del hospital para el trabajador accidentado, sin embargo, la persona que tenia como arrendador lo apoyo y lo ayudo con el préstamo de una moto y prorroga para el pago de los arriendos.

Marina: Lic. En Sistemas Computarizados e Informática, Fundadora de Chez Marnie Gastronomía y creadora del Programa “Del Mediterráneo a México, cocinando sano y delicioso”. Manifiesta que lo que mas le ha costado es el manejo del tiempo y de organización, se ha sentido abrumada con tantas herramientas tecnológicas y software que se encuentran en la actualidad. Manifiesta que se satura de información relacionada con las herramientas, sin embargo, su mayor consejo es probar y lo que funciona dejarlo , lo que no , dejarlo a un lado.

Juan Camilo: Fundador de “The burger company”. Expone que su mayor dificultad es no contar con conocimientos técnicos en la cocina. A nivel general en el restaurante, su dificultad mas grande es la disminución de ventas durante la pandemia, solventar los gatos de ser vicios públicos , arrendamiento y la preocupación por el pago de los trabajadores. Subsananar el bache económico que dejo la pandemia fue su mayor dificultad .

Jineth: Profesional en Pastelería, propietaria de Deissy Cakes. Manifiesta que su mayor dificultad a sido la solvencia económica, el emprendimiento no cuenta con socios capitalistas. También, la falta de conocimiento administrativos y económicos ha causado que en se le dificulte mucho el control económico

4. Pregunta a todos los panelistas: ¿Como se proyectan a corto, mediano y largo plazo ? Pregunta realizada por: María Alejandra Marin

5. Pregunta a todos los panelistas: ¿Qué cosas creen que hace diferente su negocio y que los distingue en el mercado? Pregunta realizada por: Gabriela Hernández

Leiddy: socia y brewer de la cervecería wicca y brewpub Colombia, Co fundadora de la comunidad de mujeres cerveceras. Manifiesta que el factor diferenciador en su emprendimiento es que es la cervecería más alta de Colombia, ubicada en un onceavo piso, generando un concepto diferente. Con Wicca traduce una religión enfocada hacia las brujas, cuenta la historia que se plaza de hace muchos años, donde las mujeres que hacían la cerveza las tildaban de brujas, su emprendimiento se burla de dicha historia pasada, apuntándole a dos públicos completamente diferentes. Se proyecta como la mejor cervecería de Colombia y la mas grande, a corto plazo quieren restablecer el establecimiento de cerveza para generar las experiencias ante de la pandemia.

Mario: dueño de Mac Rooster. Manifiesta que se diferencia en el producto, en los empaques y sistemas de entrega, su marca no quiere estar en todo el sector comercial , si no buscar acercarse al hogar de las familias. Se proyecta a corto plazo, sin cerrar ninguno de sus puntos, y salir adelante durante la pandemia. A largo plazo se proyecta abriendo un punto en Bogotá y en diversas ciudades de Colombia.

Marina: Lic. En Sistemas Computarizados e Informática, Fundadora de Chez Marnie Gastronomía y creadora del Programa “Del Mediterráneo a México, cocinando sano y delicioso”. Declara que la principal razón por la que las alumnas la buscan y se inscribe en sus cursos es la confianza que genera en sus clientes y la variación de comidas que ofrece. Su proyección a corto y largo plazo, quiere ampliar su comunidad de alumnas , y ampliar los programas que ofrece.

Juan Camilo: Fundador de “The burger company”. Manifiesta que la principal característica que distingue a su emprendimiento son sus productos, todos los productos son artesanales y frescos. Se garantiza al cliente que están comiendo lo mejor y con la más alta calidad. Su proyección a corto plazo es mantenerse durante la pandemia y salir de la crisis actual con su emprendimiento. A largo plazo quiere expandir su emprendimiento en centros comerciales.

Jineth: Profesional en Pastelería, propietaria de Deissy Cakes. Declara que sus productos se distinguen en el mercado es que sus productos son frescos y de forma artesanal. Manifiesta e la proyección a corto plazo, es poder continuar con su emprendimiento durante la pandemia, a largo plazo se proyecta con un salón de onces donde genere una experiencia satisfactoria en sus clientes. Quiere incursionar en el mundo de enseñanza de pastelería.

Relatoría Panel 2 “Educación financiera para emprendedores”

6 de Noviembre de 2020

Equipo:

Maximus

El panel estuvo conformado por tres panelistas:

Elvis Sosa. David Gamarra. Johnnathan Vasquez.

El señor Johnnathan Vasquez inició con una breve descripción de su persona. Economista, con maestría en dirección de empresas en Colombia. posterior a esto procedió a contarnos cuales son las características que se requieren para los jóvenes emprendedores. Se debe reforzar la educación financiera para emprendedores, durante la pandemia y la crisis, se necesita abordar más, con un mejor foco, para así poder construir un mejor futuro.

Posterior a ello continuó el señor David Gamarra. Es un emprendedor de Valencia-España. Emprendedor de vocación, dejó sus estudios y decidió emprender.

Lo que le recomienda a todas las personas es leer mucho y ver poca televisión. Por último comentó que lleva 3 años emprendiendo y hace 2 años consiguió la libertad financiera.

Por último se presentó el señor Elvis Sosa, fundador de creonixc. Su empresa se dedica a la tecnología, audio, video, redes, seguridad y smart printers. “la idea es enfocarnos en impresoras que no impriman en papel, las comunes no se manejan, se manejan impresoras 3d, credenciales.”

Se prosiguió con el panel explicando las 4 etapas que éste tendría. Presentación, preguntas por parte de los moderadores, Preguntas de los asistentes al panel y por último, el cierre.

Continuó hablando el moderador Nicolas con respecto a las 5 preguntas que se realizaron en la segunda etapa y dio inicio a ellas.

¿Para usted dónde comienza la educación financiera?

La primera intervención vino por parte de David, el cual intervino diciendo que la educación financiera comienza en casa, comienza con los hábitos de tus padres, las personas con las que compartes, de ahí te vas reeducando porque no siempre hay éxito solo con lo que te enseñan en casa. hay que iniciar teniendo claro que no tienes una buena educación financiera, rodearnos de gente que la tiene, leer mucho, entre ellos, padre rico y padre pobre es el que recomienda para iniciar.

La segunda intervención vino por parte de Jhonathan quien argumentó diciendo que uno de los primeros grandes pasos dentro de nuestra vida como seres humanos, es el hogar, desde casa logramos percibir el valor que tiene el dinero, bien sea para nuestra educación o la vida en general. Un ejemplo son las propinas que nos dan nuestros padres y la forma en que buscamos como guardarla o gastarla. Si se formó una semilla desde el inicio de cómo funciona el dinero, nos permite crear desde pequeños una conciencia con respecto a este para poder ir poco a poco investigando y mejorando en cómo administrarlo.

La tercera intervención estuvo en manos de Elvis Sosa el cual comentó que el dinero es una consecuencia de lo que hacemos bien, si hacemos un buen negocio, ese dinero lo obtendremos. Si triplicamos, cuadruplicamos el negocio, serán igual de grandes las ganancias. La educación financiera nos da a entender que comienza desde casa. Debemos quitarnos esos miedos para poder reeducarnos correctamente para así poder avanzar en nuestra meta de tener una vida económica placentera.

¿Cuál es la mejor manera de ahorrar? ¿es importante?

El primero en intervenir fue Elvis Sosa, el cual expresó su punto de vista respecto al tema. Comenzó diciendo que siempre se ha basado en la teoría del ahorro. Siempre ahorrar en base a metas, no simplemente ahorrar por ahorrar y luego gastarlo en algo X. Siempre debemos tener presente desde un principio que las metas de ahorro deben ser invertir en un posible negocio, en una propiedad, etc etc. Un ejemplo es ahorrar para comprar un carro, el cual me lo pongo como meta. Enfocarse en hacer bien las cosas, para luego poder comprar lo que nos guste. No despilfarrar el dinero, siempre tener metas y luchar hasta lograrlo.

Por otro lado David Gamarra nos cuenta sobre como él administra su dinero para tener esa libertad económica que todos queremos.

Tus gastos fijos no deben ser mayor al 40% de tus ingresos netos
10 para autoformación (libros, cursos, seminarios)
20% inversión a corto plazo
20% inversión a largo plazo
10% caprichos (vacaciones, cosas que no necesitas)
con esta variación podemos estar bien.

También comenta que no deberíamos permitirnos pagar algo a plazos, ni con tarjetas de crédito, siempre es bueno ahorrar para comprar todas las cosas que necesitemos y en las que queramos invertir de contado.

Generar activos, que luego paguen sus pasivos. Un ahorro inteligente y confiable.

Por último Jhonnathan nos regala su punto de vista diciendo que lo que sucede con el ahorro es que a veces se realiza sin una planificación previa. Tenemos que hacer primero un análisis de cuáles son nuestras necesidades, estoy laborando cuales son mis gastos. El tema de finanzas va de la mano con el tiempo para anticiparse de las cosas que van a venir. Tener una estructura clara de cómo voy a gestionar mi dinero

para ver si tengo una necesidad de dinero (educación) quiero lanzar un proyecto, comienzo a ahorrar para poder llevar a cabo ese proyecto.

¿Existen deudas buenas y deudas malas?

La intervención comenzó por parte de Jhonnathan argumentando que debemos revisar primero cuales son las deudas que tengo. Es necesario hacerse una pregunta:

¿Ya estoy sobreendeudado? por estar haciendo abuso de los préstamos.

Luego debemos planificar, considerar que el tiempo es un factor clave, para así poder tener en cuenta como vamos a sobrellevar estas deudas. Si logramos tener una deuda que a la larga me salga rentable, entonces será una deuda buena.

Posterior a él siguió Elvis preguntando ¿tus ingresos van a ser suficientes para poder volver esa deuda mala en una deuda buena?

Un ejemplo claro es hacer un préstamo para una inversión en algo que no es seguro, como puede ser hacer sándwiches para vender donde supuestamente podría sacar hasta 1000 dólares de ganancia, pero al no poder controlar ciertos factores terminó obteniendo solamente 100. de 1000 dólares a 100 dólares se vuelve una deuda mala.

debes tener tu retorno muy bien especificado. Otros ejemplo a tener en cuenta es cuando compramos un carro, debido a que después de comprar carro debes pagar gasolina, arreglos, etc etc y por último termina diciendo que debemos permitirte deudas que puedas pagar independientemente de la situación, un ejemplo de ello es la pandemia donde muchas de estas deudas son buenas.

David es el encargado de dar la última intervención, mencionando en primer lugar que no hablará con respecto a empresas, debido a que él no maneja ninguna, porque su negocio viene de una red de mercadeo. Prosigue comentando que admira a las personas que adquieren una deuda para iniciar su negocio.

Dice que para poder iniciar a emprender necesitamos mínimo 300 dolares en nuestra cuenta de banco, si no contamos con ellos, debemos comenzar a ahorrar hasta el punto de tenerlos, pero JAMÁS hacer un prestamos para iniciar.

“En mi camino emprendedor decidí no tener una deuda para iniciar mi emprendimiento, es posible emprender sin asumir ningún tipo de deuda, es mentalmente mucho más sano para así poder dormir más tranquilo.”

¿Es posible emprender sin dinero?

David al ser el primero intervenir decide preguntar en el chat quien tiene ahorrados 300 dólares en su cuenta de banco, debido a que según él, es la cantidad de dinero que necesitas para poder comenzar a emprender.

Primero debemos tener un empleo que te permita ahorrar, un empleo que te permita ahorrar esos 300 dólares y en mi caso invertirlo en una red de mercado que es la inversión del siglo 21.

Elvis nos explica las diferentes fuentes de ingreso, tenemos negocio, empleo, autoempleo e inversión. posterior a ello prosigue diciendo que para emprender sin dinero puedes autoemplearte, no solo existe el capital del dinero, el capital de herramientas que puedes tener o necesitar. Si logras autoemplearte eres tú mismo, el encargado de darle ese reconocimiento y esa calidad a la marca y hacer que a tus alrededores comiencen a hablar de ella.

Posteriormente continuó Jhonatan el cual dice que si no contamos con algo de dinero, no podemos hacer girar la rueda sobre las ideas que tengamos. El dinero es el medio de intercambio que nos va a servir a nosotros para poder llevar a cabo estas ideas de negocio que tenemos en mente.

También menciona que va a tener que ver mucho la capacidad del emprendedor, el talento etc etc si tenemos un emprendedor pujante, activo, abierto al mercado, podría comenzar a pensar en las alternativas para llevar a cabo su negocio.

¿Cual es la mentalidad adecuada para iniciar a emprender?

Elvis inicia respondiendo esta pregunta diciendo que lo principal es que las personas deben creer que sí pueden ser capaces de lograr las cosas que tienen en mente. Pero también menciona que además de las ganas que se tengan es necesario educarse para no cometer una mala inversión, en lo posible ir con alguien que ya conozca del negocio para facilitar el camino.

El segundo en intervenir es Jhonnathan quien coincide con lo que dice Elvis diciendo que las ganas son importantes pero no lo son todo. En algunas ocasiones es posible evidenciar el caso de los emprendedores que son muy buenos con el tema de las ventas pero desconocen todo lo que hay detrás, respecto a la finanzas, logística, operaciones etc. Para lograr esto, Jhonnathan recomienda rodearse de personas con ese conocimiento para que pueda ayudarlo a sacar su emprendimiento adelante.

La última intervención viene por parte de David el cual dice que infravaloramos nuestro potencial porque siempre dudamos de que somos capaces, para no dudar, debes tener una mentalidad ganadora. Si tiene un propósito real, que te quemara, que te duele, que todos los días te mantiene en la academia, tendrás la mentalidad adecuada. Con una mentalidad poderosa seremos capaces de lograr todo lo que soñamos. Para terminar menciona que la fórmula para alcanzar nuestro objetivo final será deseo más placer, si tu propósito te genera ambas, lo lograras.

La frase: “Los ricos se vuelven cada vez más ricos y los pobres cada vez más pobres” ¿considera que es verdad o mentira?

David inicia afirmando totalmente la frase, comentando que lo ha visto en sus compañeros. Existe un punto de inflexión, 4000 dólares al mes te dan la posición de acceder a pequeños tratos minoristas y tener posibilidades que otras personas no tienen, el siguiente escalón es posible evidenciar cuando se tiene un capital de 100.000 dólares y el siguiente es 1 millón de dólares. Con cada uno

de estos escalafones es posible acceder cada vez más a mejores inversiones, mejores acuerdos para poder incrementar cada vez más nuestro capital.

Jhonnathan tiene una frase "El dinero llama al dinero" el menciona que mucho tiene que ver con con los círculos de contactos que tienen las personas por lo que las personas ricas o de la gente poderosa, tendrá mayor capacidad de escalar y crear sinergias entre ambos porque ya están escalados, etc. con esto en mente, deja como reflexion, que debemos revisar como podremos llevar a cabo nuestros emprendimientos y hacerlos crecer con base en nuestros contactos.

La tercera intervención fue la de Elvis el cual afirma la frase y dice que los empresarios tienen mentalidad igual, continúa diciendo que todos tenemos 24 horas pero no todos lo usamos de la misma manera, otros buscan la forma de distraer su estilo de vida. Un ejemplo que da es que los deportistas se dedican a entrenar y practicar lo aprendido, mientras otros buscan entretener su mente. Los empresarios siempre están buscando cómo educarse, debido a que los propósitos de ellos exigen un constante estudio. Finaliza la intervención diciendo que todos tenemos las mismas horas, capacidades, pero no todos nos educamos de la misma manera.

Preguntas del público.

Las preguntas del público no se hicieron esperar y cuando terminaron las preguntas de los moderadores, continuaron de inmediato las preguntas del público. La primera de ellas fue:

¿Cuándo iniciamos un emprendimiento en redes cuál es el factor más significativo a tener en cuenta?

La pregunta iba enfocada hacia David, debido a que es el panelista experto en redes de mercadeo. David inicia diciendo que a la hora de elegir una red de mercadeo es necesario tener en cuenta 3 puntos clave. 1) es tener un equipo fuerte que te sepa guiar y enseñar. 2) Elegir una compañía que sea sólida, debido a que hoy existen muchas compañías

que pueden ser volátiles. Es necesario elegir un buen producto, el cual el usuario decida comprar o consumir sin que le paguen por ello.

3) “un producto que te lata el corazón que es para ti.” Es necesario tener en cuenta que debe ser una compañía que te llene y que te sientas cómodo en ella.

Elvis decide dar un aporte con respecto a esta pregunta diciendo que en el mundo de las redes sociales hay demasiadas compañías “mágicas”. Si te prometen magia, si son mágicas, porque tienden a desaparecer.

Jonathann realiza una última intervención diciendo que siempre se debe tener claro que la red social o el canal para llegar a la gente sea el correcto, no siempre usar todas las empresas deben usar el mismo canal.

¿Creen que la actitud realista de tener en cuenta nuestras posibilidades para llegar a un objetivo, puede llegar a limitar la mentalidad o la libertad imaginativa? Esta pregunta inicia con la intervención de Jhonnathan diciendo que siempre es necesario apuntar alto, debido a que el mercado será el encargado de determinar el tamaño de tu negocio. Siempre es necesario estar abierto y receptivo frente a cómo se está moviendo el mercado a mi alrededor. David hace una pregunta muy rápida ¿Qué es ser realista? debido a que al final la persona es la encargada de su realidad, de pensar en donde se dimensiona y volverlo realidad.

Elvis hace una pequeña intervención diciendo que si la persona cree en ella, será capaz de salir adelante, siempre y cuando la persona se eduque para poder hacer ese sueño realidad.

¿Al iniciar un emprendimiento es más fácil y económico tener un abogado dentro del panel inicial como asociado? o ¿es más fácil y económico realizar contratación por prestación de servicios?

Elvis decide comenzar su intervención diciendo que siempre es necesario revisar cada caso por aparte para saber qué será lo mejor, pero hace énfasis en que la pregunta adecuada no debe ser si: sería más fácil. si no que por el contrario, es, si es mas caro no tenerlo, debido a que un mal contrato te puede costar mucho, al igual que una mala contratación te puede hacer

perder dinero. Al final lo importante es evaluar la empresa y siempre tener a un especialista en nuestra empresa. Jonathann decide contribuir a la intervención de Elvis mencionando ya sea un abogado o un contador o el profesional que requiera nuestro negocio va depender primero en dimensionar como suma a un negocio el hecho de tener ese talento, debido a que toda empresa en algún momento va a necesitar ese asesoramiento legal.

Con las respuestas del público cerradas, Julian Andres da paso a agradecer al público y a los panelistas, para proceder con el cierre del panel de expertos. En el cierre se le pide a los panelistas que hable un poco sobre cómo es posible encontrarlos en las diferentes redes sociales para poder contactarlos en caso de necesitarlos o hacerles algún tipo de pregunta con respecto a lo tratado.

David Gamarra Sahuquillo nos comparte su pagina de instagram para poder encontrarlo.

<https://www.instagram.com/davidgamarrasahuquillo/?hl=es>

Jhonnatan nos deja sus diferentes redes para contactarlo, al igual que un canal de youtube donde sube contenido de estrategias de marketing.

Youtube: <https://www.youtube.com/c/JVasquezOficial>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/johnnathanvasquezmalca/>

Facebook: <https://www.facebook.com/JohnnathanVasquezOficial>

Instagram: <https://www.instagram.com/johnnathanvasquezoficial/>

WorkShop Finanzas No Financieros

<https://www.dopplerpages.com/mvjhh-280B3/>

TallerFinanzasyEstrategiaTOMANDOELCONTROLD-42567

Elvis Treonicx Corporation

treonicx@hotmail.com treonicx.com

9984418555 whatsapp

Después de recibir la información de todos los panelistas procedemos a terminar el panel de expertos a las 4:00 de la tarde del día 6 de noviembre de 2020.

Relatoría Panel 3

“Reduciendo nuestra huella de carbono a través del emprendimiento”

Equipo:

Seishin

Panelistas:

Stefanny Zapata (AMZA empaques)

Alejandro Franco (CUBO R3)

Laura Daniela Molano (NOMO WASTE)

Preguntas:

1. Podrías contarnos un poco acerca de tu emprendimiento, ¿Cómo empezó y cómo ha sido desde su inicio?
2. ¿Con qué equipo se conforman sus emprendimientos?
3. Consideras que tu emprendimiento impacta en el medio ambiente, de ser así, ¿Cómo crees que impacta en éste?
4. ¿Con respecto a tu modelo de negocio durante la pandemia cuál ha sido el cambio, y cómo lo han sobrellevado?
5. ¿Cómo podríamos ser más conscientes del impacto que generan los desechos? por ejm de un solo uso, no reciclables, ni biodegradables?

6. ¿Qué reconocimientos o logros han ganado mediante su emprendimiento?
(NOMO Y A CUBO)

7. Regalanos un mensaje consciente para las nuevas generaciones
y donde los podemos encontrar (Contacto,redes)

Conclusiones

Para la primera parte del panel se habla sobre cada uno de los panelistas su emprendimiento y cómo se conforman, se conversa sobre los cambios que hace su emprendimiento en el medio entorno, el cambio que trajo la pandemia, consejos de los panelistas en concientización al medio ambiente, reconocimientos por sus proyectos, reflexión sobre las nuevas generaciones y los contactos.

Nos empiezan contando unas pequeñas historias sobre la idea que los llevó a empezar con sus emprendimientos para mejorar y dar soluciones a un problema cotidiano, como cada vez fueron ampliando sus conocimientos e investigando sobre el impacto de la contaminación en el medio ambiente. Ayudar y valorar a todos los miembros que puedan participar y enseñar sobre las formas de reciclar, que las personas empiecen a reciclar y tengan auto conciencia, sobre los daños que esto causa.

Nos hablan un poco sobre el reciclaje que es, como podemos reciclar, qué pasa con ellos, los distintos materiales que se puede aprovechar y darle una vida de utilidad más larga sin tener que desecharlos, tener una gran conciencia sobre lo que estamos consumiendo y las distintas estrategias que no funcionan, la falta de acompañamiento frente a estos problemas que nos afectan a todos y que cada vez que pasa el tiempo se va haciendo peor.



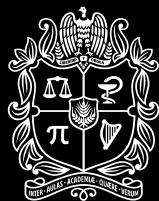
2 0 2 0



cátedra

NOVUS

Manizales



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA