

**Propuesta Metodológica de Post Acompañamiento a Emprendedores del Programa Apps.co
en La Universidad Autónoma de Bucaramanga**

Autores:

Diana María Pineda Henao

Elicenia Rangel Ortiz



Universidad Autónoma de Bucaramanga

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Programa de Maestría en Administración de Empresas

Bucaramanga

2018

**Propuesta Metodológica de Post Acompañamiento a Emprendedores del Programa en La
Universidad Autónoma de Bucaramanga**

Autores:

Diana María Pineda Henao

Elicenia Rangel Ortiz

Trabajo de grado presentado para optar el título de:

Magister en Administración de Empresas

Msc. Hugo Vecino Pico

Director

Ph. D. Eduardo Carrillo Zambrano

Codirector

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Programa de Maestría en Administración de Empresas

Bucaramanga

2018

	MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
	ACTA DE CALIFICACIÓN FINAL TRABAJO DE GRADO	
HOJA:	1 de 1	

LUGAR DE LA SUSTENTACIÓN	FECHA (dd-mm-aaaa)	HORA (hh:mm)
Sala de Juntas N°2 Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables	28 02 2018	8 30 <input checked="" type="checkbox"/> AM PM

TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO		
PROPUESTA METODOLÓGICA DE POST ACOMPAÑAMIENTO A EMPRENDEDORES DEL PROGRAMA APPS.CO EN LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BucARÁ MANGA*		
AUTORES	Número de Identificación	Código UNAB
Elisenia Rangel Ortiz	63554046	U00099395
Diana María Pineda Henao	63334096	66189032
DIRECTOR		
Hugo Vecino Pico Mag		
CODIRECTOR		
Eduardo Carrillo Zambrano Ph.D		
ASESOR		
N/A		

OBSERVACIONES AL TRABAJO DE GRADO

CALIFICACIÓN AL TRABAJO DE GRADO Y LA SUSTENTACIÓN PRESENTADA

AUTORES	EVALUADOR		EVALUADOR		DIRECTOR		CALIFICACIÓN FINAL
	Nota		Nota		Nota		
	Teoría	Exposición	Teoría	Exposición	Teoría	Exposición	
Elisenia Rangel Ortiz	4.3	4.1	4.0	3.7	4.5	4.5	4.17
Diana María Pineda Henao	4.2	4.1	4.0	3.7	4.5	4.5	4.17

Otorgar la Calificación de: 4.17

(ACEPTADA) (A) NO ACEPTADA (NA) INCOMPLETA (I)

Recomendar para Meritorio	<input type="checkbox"/>
Recomendar para Laureado	<input type="checkbox"/>

DATOS COMISIÓN EVALUADORA TRABAJO DE GRADO

	NOMBRE	FIRMA	CEDULA
Evaluador	William Manuel Castillo Toloza Mag		13744903
Evaluador	Diana Oliveros Contreras Ph.D		60265578
Director del Trabajo de Grado	Hugo Vecino Pico Mag		11484516
Codirector del Trabajo de Grado	Eduardo Carrillo Zambrano Ph.D		9124237
Coordinador Académico	Edgar Mauricio Mendoza García Ph.D		58223

Candidatos a Magister:

Fdo. Elisenia Rangel Ortiz

Fdo. Diana María Pineda Henao

06 MAR 2018

Elaborado por: Coordinación Académica y científica de la Maestría	Revisado por: Coordinación de posgrados de la Maestría	Aprobado por: Comité de Curricular Posgrados
--	---	---

Tabla de Contenido

Resumen	7
Abstract	9
Lista de Tablas	11
Lista de Figuras	12
Introducción	13
1. Problema.....	17
1.1 Los antecedentes del problema	17
1.2 Problema de investigación	20
1.3 Objetivos	23
1.3.1 Objetivo General	23
1.3.2 Objetivos Específicos.....	23
1.4 Hipótesis.....	24
1.5 Justificación de la Investigación	24
1.6 Limitaciones y delimitaciones.....	25
1.6.1 Limitaciones	25
1.6.2 Delimitaciones.....	25
1.7 Definición de términos	25
2. Marco Teórico.....	28
2.1 Revisión de la Literatura	28

PROPUESTA METODOLÓGICA DE POST ACOMPAÑAMIENTO

	5
2.2 Competencias emprendedoras y empresariales.....	31
2.3 Factores claves de éxito en un proyecto emprendedor.....	32
2.3.1 Factores de fracaso.....	32
2.4 Investigaciones empíricas en la UNAB	33
2.5 Investigaciones empíricas en la Universidad de los Andes.....	36
2.6 Investigación del perfil emprendedor en Iberoamerica.....	36
2.7 Emprendimientos TIC a nivel internacional:	37
2.8 Estrategias para el desarrollo y aceleración de los emprendimientos: Apps.co, Lean Start Up, Modelo Canvas y Design Thinking.....	39
3. Metodología	41
3.1 Método de Investigación	41
3.2 Población, participantes y selección de la muestra	42
3.3 Marco Contextual.....	42
3.4 Instrumentos de Recolección de Datos	42
3.4.1 Procedimientos en la aplicación de instrumentos.	43
3.4.2 Análisis de datos.....	43
3.5 Aspectos Éticos	43
4. Resultados	44
4.1 Desarrollo objetivo 1	44
4.2 Desarrollo objetivo 2.....	50

PROPUESTA METODOLÓGICA DE POST ACOMPAÑAMIENTO

	6
4.3 Desarrollo objetivo 3.....	70
5. Conclusiones	78
6. Recomendaciones.....	81
6. Referencias Bibliografía.....	82
Anexos.....	87
A. Lienzo Canvas “Vivamos el campo”	87
B. Categorización de los emprendimientos (Objetivo 1)	89
C. Sistematización de los ocho emprendimientos de Apps.co en la UNAB:.....	136

Resumen

El proceso de consolidación y aceleración de los emprendimientos en sus etapas tempranas son compromisos urgentes que se deben asumir para aportar al crecimiento y desarrollo económico del país.

Para lograr este objetivo el post acompañamiento se constituye en un apoyo imprescindible que deben recibir los nuevos emprendedores para sacar adelante sus proyectos. La metodología propuesta se construye a partir del análisis de las experiencias y de los resultados arrojados por la encuesta realizada a emprendedores, con el propósito de plantear acciones de mejora al proceso de gestión de acompañamiento emprendedor.

Esta iniciativa impulsa al emprendedor en la parte técnica, financiera y formativa, para desarrollar una cultura empresarial que se construya desde la UNAB y el Ministerio de las TIC en conexión con incubadoras de empresas, fondos de capital, cámaras de comercio, parques temáticos y otras instituciones creadas para brindar soporte al emprendedor impulsando el cambio de mentalidad en el proceso de potenciación de sus iniciativas innovadoras con el fin de crear valor.

Con el post acompañamiento se pretende vincular el emprendedor con una red de contactos con inversionistas y clientes potenciales quienes pueden contribuir al desarrollo y puesta en marcha de cada nuevo emprendimiento.

También se pueden identificar necesidades vitales en la etapa de puesta en marcha del emprendimiento, que requieren orientación para realizar los correctivos necesarios que permitan

evaluar cada situación adversa para tomar decisiones adecuadas que aseguren la consolidación del emprendimiento.

Esta investigación pretende identificar los principales aspectos relacionados con el proceso de post acompañamiento a emprendedores en los 6 meses posteriores a la terminación de la fase de descubrimiento de negocios del programa Apps.co en la UNAB.

En este periodo de post acompañamiento se van a propiciar los encuentros empresariales para que los emprendedores y empresas en proceso de crecimiento y consolidación adquieran más destrezas y habilidades, a través de cine foros, talleres, paneles empresariales, ruedas de negocios y tertulias, encuentros sectoriales que forman parte de los eventos de la UNAB para el fomento del emprendimiento.

Con esta propuesta se quiere identificar los aspectos principales a tener en cuenta en el post acompañamiento a emprendedores que han terminado la fase de descubrimiento de negocios en el Programa Apps.co y desarrollar una guía metodológica que contribuya con la consolidación de sus proyectos.

Es evidente que es un proceso complejo que tiene muchas variables y componentes que afectan el resultado del emprendimiento e incluso son ajenas al emprendedor; pero se puede reducir la tasa de fracasos si se tiene en cuenta una metodología clara y unos factores en contexto que permitan reconocer verdaderas oportunidades de negocios que puedan ser implementadas.

Palabras claves:

Post acompañamiento, metodología, CANVAS, DOFA, Lean Start Up, emprendimiento, Apps.co.

Abstract

The process of consolidation and acceleration of the enterprises in their early stages are urgent commitments that must be assumed to contribute to the growth and economic development of the country.

To achieve this goal, the post-accompaniment is an essential support that new entrepreneurs must receive to carry out their projects. The proposed methodology is based on the analysis of the experiences and results of the survey carried out on entrepreneurs, with the purpose of proposing improvement actions to the management process of entrepreneurial accompaniment.

This initiative encourages the entrepreneur in the technical, financial and training, to develop a business culture that is built from the UNAB and the Ministry of ICT in connection with business incubators, capital funds, chambers of commerce, theme parks and other institutions created to provide support to the entrepreneur by promoting the change of mentality in the process of strengthening their innovative initiatives in order to create value.

The post-accompaniment is intended to link the entrepreneur with a network of contacts with investors and potential clients who can contribute to the development and implementation of each new venture.

You can also identify vital needs in the start-up phase of the venture, which require guidance to perform the necessary corrective measures to assess each adverse situation to make appropriate decisions to ensure the consolidation of the enterprise.

This research aims to identify the main aspects related to the process of post-accompaniment to entrepreneurs in the 6 months after the completion of the business discovery phase of the Apps.co program at UNAB.

In this post-accompaniment period business meetings will be encouraged so that entrepreneurs and companies in the process of growth and consolidation acquire more skills and abilities, through film forums, workshops, business panels, business conferences and gatherings, sectorial meetings that they are part of the UNAB events for the promotion of entrepreneurship. With this proposal we want to identify the main aspects to be taken into account in the post-accompaniment of entrepreneurs who have completed the business discovery phase of the Apps.co Program and develop a methodological guide that contributes to the consolidation of their projects.

It is evident that it is a complex process that has many variables and components that affect the outcome of the venture and are even alien to the entrepreneur; but the rate of failures can be reduced if a clear methodology and factors in context are taken into account that allow for the recognition of true business opportunities that can be implemented.

Keywords:

Post accompaniment, methodology, Canvas, DOFA, Lean Start Up, entrepreneurship, Apps.co.

Lista de Tablas

Tabla 1. Número de equipos y emprendedores asesorados en el proyecto.	14
Tabla 2. Análisis DOFA.....	73
Tabla 3. Evaluación de amenazas	74
Tabla 4. Evaluación de oportunidades	75
Tabla 5. Etapas de la Guía Metodológica de post	76

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Tiempo de consolidación del emprendimiento (tiempo que ha transcurrido desde que presentó la idea al programa Apps.co)</i>	50
Figura 2. <i>¿Creó su empresa?</i>	53
Figura 3. <i>¿Qué tipo de empresa creo?</i>	53
Figura 4. <i>¿Cuántos empleos directos generan?</i>	56
Figura 5. <i>¿Cuántos empleos indirectos genera?</i>	57
Figura 6. <i>¿Para qué actividades económicas está desarrollado su emprendimiento?</i>	57
Figura 7. <i>¿En cuál Categoría se encuentra su Modelo de Negocio?</i>	58
Figura 8. <i>¿Cuáles segmentos del mercado y líneas (arquetipos) definió para su emprendimiento?</i>	59
Figura 9. <i>¿Cuál es la propuesta de valor que ofrecen para cada uno de sus segmentos de clientes?</i>	60
Figura 10. <i>¿Cuál es su modelo de monetización?</i>	60
Figura 11. <i>¿Cuáles son las fuentes de ingresos de su emprendimiento?</i>	62
Figura 12. <i>¿Cuáles son las principales dificultades que tuvieron en el acompañamiento?</i>	62
Figura 13. <i>¿Cuáles son las fortalezas?</i>	63
Figura 14. <i>¿Cómo es la relación o categorías con los clientes?</i>	64
Figura 15. <i>¿Cuál es su tipo de canal?</i>	65
Figura 16. <i>¿Qué valor proporciona su emprendimiento a sus clientes?</i>	65
Figura 17. <i>¿Cuál es el canal de distribución, es decir cómo nos van a encontrar los clientes?</i> ...	66
Figura 18. <i>Fuentes de financiación</i>	67
Figura 19. <i>¿Puede compartir su Canvas actualizado, de su modelo de negocio?</i>	69

Introducción

El emprendimiento en Colombia es una prioridad del gobierno, las empresas y las instituciones educativas, lo cual se evidencia en convocatorias de diversas entidades como el Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones (Mintic), Colciencias, el Fondo Emprender del SENA e Impulsa (Gómez, Hernando & Mitchell, 2014).

Colombia se caracteriza por una tasa alta de emprendimiento al igual que varios países de América Latina y el Caribe, destacándose la actividad empresarial mayor que en algunos países desarrollados; sin embargo se presenta un alto porcentaje de fracasos en los proyectos de emprendimiento en las primeras fases de desarrollo lo que hace necesario que el estado, la empresa y las instituciones educativas enfoquen sus esfuerzos en esta primera etapa del emprendimiento para que puedan permanecer y consolidarse (López & Gómez, 2014).

Una de las líneas creadas por el Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones (Mintic) para promover la generación de negocios sostenibles es el Programa de Apps.co que realizó las siguientes fases: Descubrimiento de negocios y crecimiento y consolidación (Apps.co, 2017).

La Universidad Autónoma de Bucaramanga participó en las convocatorias del Programa Apps.co para seleccionar entidades aliadas encargadas del proceso de acompañamiento en la fase de descubrimiento de negocios, siendo seleccionada dentro de las entidades que se postularon y fue designada para acompañar emprendedores de Santander, Norte de Santander y Boyacá (Apps.co-UNAB, 2015).

La UNAB inició con este proyecto el 16 de noviembre del año 2012 hasta diciembre del 2016, con el fin de realizar acompañamiento a emprendedores, promover y potenciar la creación

de negocios a partir del uso de las TIC con la participación de 9 iteraciones; inicialmente la fase se denominó ideación, prototipado y validación, la duración del proceso de acompañamiento se renombró Fase de descubrimiento de negocios (Apps.co-Unab, 2015).

El MinTIC y Colciencias iniciaron un ciclo de acompañamiento de junio del 2015 hasta diciembre del 2016, dicha convocatoria correspondió a la Fase de Descubrimiento de Negocios TIC del Programa Apps.co. La Universidad Autónoma de Bucaramanga-UNAB fue seleccionada por segunda vez como única entidad aliada para el proceso de acompañamiento a emprendedores de Santander, Norte de Santander y Boyacá, este proyecto se inició el 24 de agosto del 2015 y fue hasta diciembre del 2016, para acompañar a los emprendedores de las iteraciones 7, 8 y 9.

El siguiente cuadro muestra el número de equipos y emprendedores asesorados y acompañados en el proyecto.

Tabla 1.

Número de equipos y emprendedores asesorados en el proyecto.

Iteración	Emprendimientos Acompañados	Emprendedores	Asesorados
Iteración 1	18	63	
Iteración 2	20	72	
Iteración 3	28	97	
Iteración 4	11	39	
Iteración 5	14	54	
Iteración 6	15	55	
Iteración 7	22	74	
Iteración 8	20	65	
Iteración 9	16	50	
TOTAL	164	569	

Fuente: Centro de Investigación en Dinámica UNAB.

El programa Apps.co utiliza la metodología Lean LaunchPad (Modelo Canvas) para su implementación, esta metodología proporciona un conjunto de actividades que orientan las startups para que el modelo de negocio se pueda repetir y escalar. Se empieza con la idea de

negocio orientada al desarrollo de aplicaciones móviles presentadas por grupos de 2 a 4 personas con perfiles, conocimientos y puntos de vista diferentes que se incorporan al programa mediante un proceso de inscripción vía web. La duración de este proceso es de 8 semanas y cuenta con el acompañamiento de mentores para alcanzar el objetivo planteado en el modelo de negocio (Apps.co, 2017).

Esta investigación pretende identificar los principales aspectos relacionados con el proceso de post acompañamiento a emprendedores en los 6 meses posteriores a la terminación de la fase de descubrimiento de negocios del programa Apps.co en la UNAB.

Uno de los problemas de Santander, Norte de Santander y Boyacá, es la alta tasa de informalidad como ejercen su labor en condiciones precarias sin seguridad social, sin estabilidad y sin acceso a créditos en el sector financiero; estos vendedores informales pueden tener la semilla del emprendimiento pero por diversos motivos de carácter económico y social no han podido desarrollar sus propias ideas de negocios, sin embargo han sobrevivido con habilidad y determinación para obtener sus ingresos sin ser asalariados, aspecto que se constituye en un primer paso para desarrollar un idea de emprendimiento (DANE, 2017).

Un emprendedor tecnológico sustenta su actividad en las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y puede crear aplicaciones para celulares o para servicios como las redes sociales; también está en capacidad de crear contenidos o servicios en la web en forma directa en el mercado de las tecnologías a través de la publicidad. Para este emprendedor es muy importante aplicar una metodología de acompañamiento en la que le permita desarrollar sus habilidades de gestión de marketing y sus capacidades dinámicas para adaptarse a las nuevas circunstancias que vayan surgiendo, que le proporcione una ventaja competitiva en el mediano y largo plazo (Lizcano, Arévalo & Sabana, 2014).

En esta perspectiva se quiere identificar los aspectos principales a tener en cuenta en el post acompañamiento a emprendedores que han terminado la fase de descubrimiento de negocios en el Programa Apps.co y desarrollar una guía metodológica que contribuya con la consolidación de sus proyectos.

Es evidente que es un proceso complejo que tiene muchas variables y componentes que afectan el resultado del emprendimiento e incluso son ajenas al emprendedor; pero se puede reducir la tasa de fracasos si se tiene en cuenta una metodología clara y unos factores en contexto que permitan reconocer verdaderas oportunidades de negocios que puedan ser implementadas.

1. Problema

1.1 Los antecedentes del problema

A finales de la década del 90 surgen nuevos programas de emprendimiento pues debido a la crisis hipotecaria, se incrementó notablemente las tasas de desempleo con mayor impacto en la población joven y profesional, por esta razón se crean los programas: Jóvenes Emprendedores Exportadores, Colombia joven e incubadora de empresas de base tecnológica liderado por el SENA (2000), cuyo fin fue facilitar las herramientas necesarias para la creación de empresas exportadoras a los jóvenes profesionales o estudiantes universitarios (Duque Toro, 2015).

Después en el periodo 2002-2010 en el gobierno de Álvaro Uribe se propuso “la construcción de un país de propietarios” a través de lo que se denominó herramientas para la equidad y se le otorgó al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la responsabilidad de: “formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa; el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología; la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior” (Duque Toro, 2015).

Una de las iniciativas más relevantes fue la creación de dos herramientas: el Fondo Emprender liderado por el SENA (2002) y las Unidades de Emprendimiento administradas por FONADE, incentivando con financiación a los jóvenes universitarios que presentaran un plan de negocio viable para la creación de una empresa, esta experiencia fue replicada en países como Chile y Uruguay por sus buenos resultados (Gómez, Martínez y Arzuza, 2006).

También se creó la Cátedra Virtual de Creación de Empresas (SENA y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) y la creación de incubadoras de empresas de base tecnológica, luego se creó la Ley 1014 de 2006 que promueve la formación integral, el trabajo asociativo y apoyo a emprendimientos sustentables en los ámbitos ambiental, social, cultural y regional, para fomentar la cultura del emprendimiento, con el propósito de reducir la tasa de desempleo y propender por un desarrollo sostenible con todos los sectores sociales del país (Gómez, Martínez y Arzuza, 2006).

En el año 2010 se crea el plan Prosperidad para todos 2010–2014 (PND) con objetivos claros en materia de desarrollo económico y empresarial, incentivando la innovación, la competitividad, la productividad y la dinamización de los diferentes sectores de la economía para el crecimiento económico y la generación de empleo, para lograr estos objetivos se propusieron cuatro ejes fundamentales: innovación basada en el conocimiento, emprendimiento empresarial, respeto por la propiedad intelectual como instrumento de innovación para generar productos y servicios con alto valor agregado, con aplicación de nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y con la promoción y protección de la competencia en los mercados, estos ejes determinan el desarrollo económico y empresarial del país (Santos, 2010).

EL PND para los años 2014 - 2018 presentado por el gobierno de Colombia propone fuertes cambios que pretenden reducir la brecha de la pobreza enfocándose en el sector de la agricultura, así como al acceso a la educación superior incentivando el emprendimiento en todas las áreas desde el campo hasta la tecnología e involucrando mayor formación académica de la población aumentando el acceso a la misma a través de becas, préstamos y programas de estado, todo esto genera un ambiente ideal para el crecimiento de los emprendedores en el país a través de diferentes programas (Tassara, 2015).

El país ocupó el cuarto lugar en emprendimientos a nivel latinoamericano. La tasa total de la actividad emprendedora en Colombia es del 23,7%; los colombianos siguen mostrando que son emprendedores. Este informe muestra una tendencia creciente en la tasa de emprendimiento, sin embargo, algunos aspectos siguen pendientes de potenciar para seguir avanzando de manera eficiente en el camino del emprendimiento que se constituye en un factor fundamental en el desarrollo económico de los países. Los estudios también mostraron que tenemos una población adulta con gran actividad inicial emprendedora pero que se reducen notablemente después de tres años de existencia. Recomiendan a las entidades responsables del emprendimiento en Colombia construir escenarios, que impulsen el desarrollo de emprendimientos de calidad por medio de una cultura de innovación, que se otorguen facilidades de formación de los emprendedores que nacen y los ya establecidos, que se establezcan políticas propias al contexto del país (López, & Gómez, 2014).

El programa Apps.co logra tener en 24 meses mil ideas acompañadas de las cuales se puede resaltar 100 de ellos con resultados exitosos, el programa también ofrece un conjunto de ofertas para capacitar a las personas en programación con el fin de mejorar el ecosistema de emprendimiento del país logrando un registro de 50 mil personas capacitadas (Portafolio, 2016). A nivel macroeconómico las variables principales que determinan el entorno que enfrentan las empresas y los individuos para realizar su actividad de innovación emprendedora son: (1) el nivel de desarrollo económico, (2) el tamaño del mercado, (3) la competencia, (4) la tecnología y (5) la diversidad demográfica. En el sector empresarial las variables principales son la estrategia empresarial, los recursos y capacidades, la cultura organizacional y el gobierno corporativo. A nivel personal: el nivel educativo, el desarrollo de habilidades y capacidades para identificar oportunidades, la preferencia por el riesgo y los recursos psicológicos (Vesga, 2008).

La educación en emprendimiento permite crear emprendedores con las competencias necesarias, sin embargo, expertos afirman que la educación no fomenta la actitud emprendedora, el entorno familiar de los jóvenes emprendedores en España no incentivan el pensamiento crítico ni la autoestima lo que hace necesario la creación de la iniciativa emprendedora (Alemany, 2011).

El emprendimiento empresarial apoyado por las entidades educativas y del gobierno, constituye una estrategia fundamental para fomentar el nacimiento de empresas nuevas permitiendo el desarrollo y la competitividad en Colombia (Ramos & Bayter, 2012).

El ministerio de las tecnologías de la información y comunicación desarrolla el programa Apps.co como una estrategia para la generación de emprendimiento digital, a través de las entidades aliadas como UNAB se busca divulgar el programa y conseguir emprendedores que se vinculen al proyecto. En la etapa de acompañamiento y seguimiento los emprendedores que son seleccionados como beneficiarios del programa, reciben soporte técnico, metodológico y en marketing digital durante 8 semanas. Por otra parte, en la etapa de post acompañamiento los emprendedores que han terminado el acompañamiento, continúan en un proceso de 6 meses que los prepara para la etapa de consolidación (Apps.co, 2017).

1.2 Problema de investigación

Las empresas presentan fluctuaciones y ciclos económicos, incremento de la competencia e innovación de productos y servicios que producen nuevas demandas y hacen desaparecer empresas (destrucción creativa). De manera acelerada nacen y mueren empresas, y los puestos de trabajo permanentes son cada vez más escasos de crear y mantener (Schumpeter, 1957).

La sociedad del conocimiento demanda cada vez menos empleos debido el avance tecnológico y el estilo actual de las empresas que trabajan con una parte de personal propio que

se va reduciendo debido a la tercerización con otras empresas y flexibilización laboral, en la actualidad tener empleo no implica tener trabajo (Tucker, 1992).

Anteriormente los padres enseñaban la fórmula del éxito: ir a la escuela y ser un estudiante sobresaliente, para poder conseguir un empleo seguro, bien pago y con prestaciones; así lograría tener un futuro asegurado. Sin embargo, ya quedó atrás la era industrial, en este nuevo siglo, el empleo no es suficiente, se vive en la era de la información y las reglas cambiaron, si se busca un futuro promisorio, es necesario construirlo y la forma de obtener el control del futuro, es hacerse responsable de obtener sus propios ingresos. Se requiere crear su propio emprendimiento. (Kiyosaki, 2013).

En Santander existe la economía llamada informal, un gran número de trabajadores y sus familias, subsisten de la informalidad y está comenzando a prestarle cada vez mayor atención a las formas alternativas de actividades productivas como el emprendimiento formal para mejorar la calidad de vida de esta población (Rodríguez & Calderón, 2015).

En Colombia uno de los programas de apoyo al emprendimiento que se ha generado es Apps.co el cual busca generar negocios digitales los cuales cuentan con un programa gratuito del plan vive digital del Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones (Mintic). Para incentivar nuevos emprendimientos relacionados con software, contenidos digitales y aplicaciones móviles, el programa Apps.co y la UNAB, realizaron la Fase de Descubrimiento de Negocios TIC.

A partir de octubre del año 2015 se realizó una nueva alianza entre la UNAB y el Ministerio de las TIC para la fase denominada descubrimiento de negocios. En el proceso de acompañamiento a emprendedores del programa Apps.co se solicitó a las entidades aliadas incluir una propuesta de post acompañamiento de 6 meses posterior a la finalización de la primera etapa, con el fin de apoyar las iteraciones que se presentaron en el programa Apps.co en

la UNAB, no todos los grupos culminaron la fase de descubrimiento de negocios, lo que les impidió pasar a la fase de consolidación. A partir de lo planteado anteriormente, durante la ejecución del proceso de acompañamiento y post acompañamiento desarrollado por la UNAB con el programa Apps.co, se pudo establecer que no existían suficientes lineamientos sobre cómo desarrollar el proceso de post acompañamiento a los emprendedores, por lo anterior se plantea la siguiente pregunta de investigación.

¿Cómo debería desarrollarse el proceso de post acompañamiento a emprendedores del Programa Apps.co. en la UNAB?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar una guía metodológica para el post acompañamiento a emprendedores de negocios TIC del Programa Apps.co en la UNAB.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar las principales categorías asociadas a la fase de descubrimiento de negocios del programa Apps.co en la UNAB.
- Sistematizar la experiencia de ocho emprendimientos producto del programa Apps.co en la UNAB, que se encuentren en la etapa de consolidación.
- Diseñar la guía metodológica con emprendedores que hayan terminado el proceso Apps.co en la UNAB.

1.4 Hipótesis

La deserción se presenta porque no hay un acompañamiento en este periodo intermedio del proceso. La UNAB no cuenta con una fase de post acompañamiento por etapas que sirva de base para definir las actividades que deben ser realizadas en esta fase. Este proyecto de investigación busca presentar una propuesta de acompañamiento a emprendedores posterior a la terminación de la fase de descubrimiento de negocio en el programa Apps.co en la UNAB.

1.5 Justificación de la Investigación

El emprendimiento está relacionado con un conjunto de razones tales como la necesidad de autorrealización personal y el aprovechamiento de oportunidades de negocios, producto de la oportunidad o de la necesidad de sobrevivencia en un ambiente que no ofrece oportunidades laborales.

Los emprendimientos tuvieron una tasa de éxito baja en todos los sectores debido a que responden a las necesidades de la población y no la oferta del producto, por lo tanto, se encuentran diferentes factores que llevan al fracaso a los emprendimientos dentro de los cuales están, la falta de apoyo, las pocas ventas del emprendimiento, el riesgo financiero y la continuidad de las personas en la idea de negocio (Muñoz, Oswaldo & Figueroa, 2017).

Teniendo en cuenta que el gobierno ha realizado una inversión, con el programa Apps.co en la UNAB, surge la necesidad de realizar ésta investigación que permite documentar a través de una guía metodológica el post acompañamiento a los emprendedores del programa Apps.co en la UNAB.

1.6 Limitaciones y delimitaciones

1.6.1 Limitaciones

Una limitación de la investigación tiene que ver con el número de emprendimientos que pasan de la fase de descubrimiento de ideas de negocio en cada iteración. Además, uno de los factores de falta de desarrollo del emprendimiento es la relación que tiene el conocimiento con la tecnología y constituye un gran riesgo si la persona técnica no desea continuar con el proyecto.

1.6.2 Delimitaciones

El proyecto se limita solamente a analizar el caso presentado en el proceso de Apps.co en la UNAB.

1.7 Definición de términos

CRM (Customer Relationship Management): Según Cohen (2009) es una estrategia de negocios que busca mejorar la rentabilidad, los ingresos y la satisfacción del cliente, a partir de la segmentación del mercado y con énfasis en procesos en los que el cliente es el eje. Con esta estrategia las empresas buscan aprender más sobre las necesidades y comportamientos de los clientes para desarrollar lazos más fuertes con ellos.

Emprendimiento: Conjunto de conductas, actitudes y habilidades que definen un perfil orientado a la creatividad, la innovación que afianzan la responsabilidad y la administración del riesgo y en el proceso se va generando autoconfianza. El emprendimiento corresponde a la acción del individuo como proyecto de vida y se requieren habilidades de comunicación, liderazgo, mente abierta para identificar oportunidades y desarrollar ideas, teniendo en cuenta los

factores de índole social, económica, política y ambiental. La acción del emprendedor se enfoca a alcanzar los objetivos con la puesta en marcha de un sistema organizado de relaciones interpersonales y una combinación equilibrada de los recursos (Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. 2012).

Emprender: Es la decisión final, corresponde a la conclusión que se obtiene después de analizar una serie de aspectos como el entorno personal, mental y económico que se halla construido. El entorno debe ser adecuado, propio y personal que ayude y sea favorable al desarrollo de la idea que incluye personas, cosas, ritmo de vida, para sacar lo mejor después de realizar una planificación adecuada (Micó y González, 2014)

Entrepreneur: es un agente del mercado con liderazgo con capacidad para asumir riesgos y evaluar proyectos movilizandolos recursos de una zona de baja rentabilidad a otra de mayor productividad (Say, 1803). El entrepreneur adquiere medios de producción a bajos precios y desarrolla un valor agregado para obtener un nuevo producto; en este proceso asume los riesgos presentes en el mercado (Thornton, 1998).

La actividad emprendedora: corresponde a la renovación estratégica dentro o fuera de una organización que permite hacer una gestión de cambio radical para crear una nueva unidad estratégica de negocio (Kunkel, 1991)

Innovación: Según Cohen (2009) aplica en productos y en procesos. Para que un proceso de innovación tenga éxito, es necesario que dé respuestas rápidas a las oportunidades que se presentan. Sin embargo, existen riesgos inherentes debido a la naturaleza del proceso, ya que es difícil innovar sin correr riesgos. No obstante, a través de las innovaciones se logran ventajas significativas en productos o procesos que provocan cambios profundos en la organización.

El proceso de innovación consta de las siguientes fases: nacimiento de una idea, venta de una idea a una persona con poder de decisión (búsqueda de un socio), desarrollo de la idea, y lanzamiento al mercado de la idea desarrollada. Al lanzar la idea al mercado se puede tener éxito o fracaso en el proceso. Si se tiene éxito se deben construir barreras de entrada a ésta innovación para protegerse de los competidores y para que la imitación no se produzca fácilmente.

Innovar: “es ver lo que todos ven, pensar lo que algunos piensan y hacer lo que nadie hace”. (Gatignon, Gotteland & Haon, 2016).

El desarrollo: es un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutan los individuos (Amartya Sen, 2000).

Lean Startup: enfoque de Eric Ries basado en el proceso de desarrollo de clientes para eliminar la incertidumbre y el despilfarro del desarrollo del producto creando, haciendo pruebas y aprendiendo continuamente en un proceso interactivo (Ries, E. 2011).

Prototipado: (de baja /alta fidelidad) la práctica de construir modelos de estudios con poco dinero y de forma rápida para descubrir el potencial y la viabilidad de propuestas de valor y modelos de negocio alternativos (Osterwalder, 2015)

Productos y servicios: artículos en los que se basa tu propuesta de valor y que tus clientes pueden ver en tu escaparate, metafóricamente hablando (Osterwalder, 2015).

2. Marco Teórico

2.1 Revisión de la Literatura

Schumpeter (1957) quien es considerado pionero del emprendimiento, define el emprendedor como aquel empresario que es innovador; para ser un emprendedor se requieren ciertas características y una de ellas es la innovación; el emprendedor por naturaleza debe ser innovador a diferencia del comerciante que simplemente ofrece intercambio de bienes o servicios que no generan valor agregado.

La innovación implica incorporar cambios significativos en el producto o servicio, el proceso, el marketing para mejorar los resultados mediante nuevas estrategias que pueden ser consideradas innovaciones y que generen un valor agregado (Escorsa, 2007).

En los proyectos de emprendimiento se combinan las teorías básicas, principios, conceptos de la administración, se aplican técnicas racionales y sistémicas de análisis y seguimiento y se fusiona la teoría con la práctica para garantizar que sea sostenible por medio de una buena administración de ventas y desarrollo de negocios.

Para el marketing del producto o servicio se requiere conocer el desarrollo de los programas de ventas, trabajo en equipo, diversidad en las fuerzas de trabajo, automatización de la fuerza de ventas, capacidad de resolver problemas y temas financieros con mente abierta al cambio en un entorno en permanente cambio temporal y espacial.

En esta investigación se analiza el emprendimiento y su función, el análisis del emprendimiento como sistema y su evolución, la identificación de los momentos en los que

emergieron nuevos problemas y soluciones, el estudio de las características psicológicas que idealmente debe tener un emprendedor para lograr sus objetivos y llevar a buen término su empresa, analizar casos de emprendimiento desde sus orígenes. Para ello se tomarán ejemplos de emprendedores en su contexto y se ve cómo evolucionaron sus empresas, qué estrategias utilizaron y qué impacto tuvieron en el mercado y en la sociedad en la que se desempeñaron.

Un emprendedor transforma los desafíos en oportunidades y este concepto se aplica a cualquier actividad desarrollada por el ser humano, esta experiencia se vive cada día y forma parte de un estilo de vida que produce un dinamismo constante, preferencia al riesgo, innovación que llevan a desarrollar una idea con éxito (Schnarch, 2014).

En Colombia la ley 1014 del 2006 define al “emprendedor como una persona capaz de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes o servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva”, es decir, que produzca valor sostenible en lo económico, social y del medio ambiente, que lleven a la práctica ideas generadas por la creatividad en un entorno de cambio constante en lo social, tecnológico y cultural.

Según Drucker (1986), el empresario innovador tiene los mismos principios que un emprendedor, las reglas son casi las mismas en lo que tiene que ver con la innovación, lo que sirve y lo que no sirve y se puede crear una disciplina que puede llamarse Gerencia Empresarial Innovadora. Con la innovación se potencia y se desarrolla el espíritu emprendedor que promueve la pasión y el impulso para desarrollar sus habilidades, el saber y el coraje necesario para el éxito en una empresa propia o dentro de una corporación, es imprescindible que se relacionen la teoría

y las experiencias prácticas de los empresarios y académicos exitosos que por medio de procesos sistémicos y realistas han realizado proyectos de emprendimiento.

Si se tiene una microempresa o es emprendedor corporativo debe identificar, comercializar y crear oportunidades empresariales para que pueda convertirse en un gestor innovador dentro de los sectores privado, público o sin ánimo de lucro, tanto a nivel regional como a nivel nacional.

Para el emprendedor es fundamental mejorar la comprensión de los aspectos del marketing como ciencia social y como campo de la administración, el conocimiento de mercados dinámicos y el comportamiento de los competidores y los consumidores, así como de los órganos reguladores y el manejo de herramientas y conceptos que respondan a los requerimientos de estos comportamientos para crear valor agregado sostenible en el marketing de sus productos y servicios.

En el desarrollo del plan de negocios se debe tener conocimiento de presupuestos y aspectos de las actividades empresariales, como producción, estrategia de precios, financiación, administración, herramientas financieras y análisis crítico para tener una visión estratégica y una comprensión integral para una acertada toma de decisiones en un contexto regional o nacional. A su vez, este esquema provee la base para formular estrategias que van a permitir el éxito de los negocios en un ambiente de negociaciones internacionales.

2.2 Competencias emprendedoras y empresariales

La competencia se puede definir como una serie de atributos, propiedades y características expresados en comportamientos que son observables, medibles y alcanzables, que permiten un desempeño eficiente en una o más actividades o para cumplir objetivos concretos y que están sujetos a flexibilidad para que se pueda dar una continua modificación para permitir la solución de problemas en diferentes escenarios, es decir en la competencia se presenta una interacción entre la teoría, la práctica y tiene en cuenta la ética en todo el proceso realizado.

Según Villegas y Varela (2001) las competencias son propuestas desde cuatro áreas: la motivacional, la comportamental, la física y la intelectual. La motivacional está relacionada con el proyecto de vida del emprendedor; la comportamental está relacionada con el ser y el hacer, su liderazgo, el aspecto ético, la autoestima, su visión, creatividad, determinación, autonomía responsabilidad personal y la disposición a asumir riesgos; la física tiene que ver con su disposición al trabajo duro y constante a pesar de las adversidades y la intelectual que corresponde a su conocimiento para transformar ideas creativas en realidades concretas.

Según el Centro de empresas y negocios de Chile Santiago Innova (aceleradora de la pequeña y mediana empresa que hace acompañamiento en las fases tempranas de diseño del emprendimiento), las competencias deseables para un emprendedor son: innovación y desarrollo, liderazgo, orientación al cliente y a resultados, planificación, organización, capacidad de negociación, trabajo en equipo, empoderamiento, buena comunicación y contactos, calidad en el trabajo, pensamiento estratégico, solución de problemas, capacidad de persuadir y vender con iniciativa, temple, es decir se deben desarrollar competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales en articulación con el sector productivo.

MacLleland (1967) docente de la cátedra de emprendimiento de la universidad de Harvard destaca diez aspectos para que un emprendedor tenga éxito en su empeño productivo: la iniciativa y la búsqueda de oportunidades, la perseverancia, el cumplimiento de compromisos, la exigencia de calidad y eficiencia, la toma de riesgos calculados, fijar metas de corto y largo plazo, y habilidad para buscar la información relevante y pertinente para la solución de problemas y toma de decisiones acertadas con planificación y seguimiento sistemático, capacidad de persuasión y redes de apoyo para conseguir financiación o conseguir nuevos clientes, independencia y autoconfianza para el desarrollo humano integral que implica el fortalecimiento de todas las dimensiones del ser humano que constituye el proceso de crecimiento de los emprendedores que amplían sus oportunidades y sus opciones.

2.3 Factores claves de éxito en un proyecto emprendedor

Los factores claves de éxito son los aspectos determinantes para emprender y corresponden a un conjunto de habilidades, recursos, estrategias y herramientas de planeación para tomar las mejores decisiones en un proyecto que se lleve a feliz término; entre los factores destacados se encuentran la creatividad, disponer de una buena idea, tener un buen equipo emprendedor, claridad en los objetivos, pensar en el cliente, saber adaptarse a los cambios, gestionar la innovación, dedicar tiempo, recursos y saber rectificar cuando sea necesario.

2.3.1 Factores de fracaso.

Para un emprendedor el fracaso sirve como aprendizaje porque le permite adquirir experiencia y asumir retos mayores. Por eso no se puede pasar por alto sus consecuencias ni minimizar el impacto que estas causan. Entre las causas de fracaso en un proyecto emprendedor se encuentran: falta de planificación, marketing deficiente, desaliento, ausencia de fe, falta de

recursos financieros, ignorar a la competencia, diferentes objetivos dentro de los miembros del equipo, falta de delimitación de tareas, malos compañeros de viaje y no saber crecer (Micó y González, 2015).

2.4 Investigaciones empíricas en la UNAB

Capítulo de libro, en coautoría con María E. Serrano. Capítulo IX “Propensión de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresa. Caso Colombia, para ser publicado en el libro: “Propensión emprendedora de estudiantes universitarios – Estudio GEST. Análisis y evaluación empírica en Europa y América Latina”. Autores: Walter Ruda, Rubén Ascúa, Benjamín Danko y Thomas A. Martin. Publicado en diciembre de 2014, Ediciones UNL, Ediciones Especiales, 1ª edición, ISBN. 978-987-657-966-7.

El artículo presenta el diagnóstico de las características emprendedoras y propensión del estudiante universitario hacia el emprendimiento. Se analizan los aspectos de actitud emprendedora, potencial y desarrollo emprendedor, identificando el conjunto de conocimientos, habilidades, sentimientos, factores sociales y de contexto que impulsan al estudiante universitario a tener mentalidad emprendedora y actuar como emprendedor creando empresa. Además, los resultados de la investigación ayudan a identificar el potencial transformador de los estudiantes universitarios en empresarios.

Ponencias realizadas en el II Congreso Internacional en Administración, Economía y Contaduría-ICEMA 2014:

- Diseño y validación de un objeto virtual de aprendizaje para la consolidación de competencias de innovación y emprendimiento basado en el modelo Lean Launch Pad, propuesto en el programa Apps.co del ministerio TIC de Colombia [Recurso electrónico] Sergio Andrés Zabala Vargas; Gerly Carolina Ariza Zabala, dir.

En este documento se hizo la revisión detallada de factores asociados a la propuesta Apps.co del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación – MINTIC; el cual fomenta la formación de emprendimiento de base tecnológica que desarrollen aplicativos móviles y soluciones Web. Se realizaron tres aspectos: el primero la determinación de una línea base de la propuesta desde diferentes puntos de vista (pertinencia regional, capacidades de emprendedores, tiempos de ejecución y calidad de soluciones desarrolladas), el segundo el diseño metodológico de una propuesta b-learning para apoyar la formación de los emprendedores del proyecto y la tercera un Objeto Virtual de Aprendizaje que cumplió con las anteriores características y su impacto en una prueba piloto.

También propone apoyar el desarrollo con estrategias blended-learning, que permitan una mayor dedicación de tiempo de los emprendedores e implementar una semana previa al inicio del proceso, que permita proporcionar una línea de base de competencias en los emprendedores, acorde con las necesidades planteadas para el programa Apps.co o hacer más riguroso el proceso de selección de los emprendedores que ingresan al programa.

- El Emprendimiento Empresarial: Experiencias de la iniciativa Apps.co del Ministerio de Tecnologías De Información y Comunicaciones TIC, en la Universidad Autónoma de Bucaramanga (Gómez y Carrillo, 2014).

En este documento se presentan algunas de las experiencias de emprendimiento empresarial más relevantes en el desarrollo del programa Apps.co en la UNAB, cuyo objetivo ha sido brindar acompañamiento en ideación, validación y prototipado a emprendedores TIC. La metodología utilizada fue Lean Launch Pad y el modelo de descubrimiento de clientes. Con el desarrollo del proyecto se pudo evidenciar que el proceso de acompañamiento juega un papel de apoyo y soporte, pero es importante tener absoluta claridad, que, si los emprendedores tienen éxito o fracasan en sus iniciativas, esto dependerá en un buen porcentaje, en el nivel de responsabilidad que estos tengan con los emprendimientos empresariales que formulen.

- Análisis de los proyectos de emprendimiento realizados en la Universidad Autónoma de Bucaramanga surgidos del programa vive digital de Colciencias sobre Apps.co y Divulgación del programa Apps.co en la UNAB, a cargo del Grupo Estratégico en Investigación Organizacional GENIO (Jolonch y Ferreira, 2014).
- Esta investigación abarca tres objetivos fundamentales: “conocer de dónde surgieron las ideas de negocio analizadas, determinar si la ventana de oportunidad de las distintas ideas está abierta o cerrada en Colombia y conocer el perfil de los emprendedores y los mentores que llevaron a cabo las ideas de negocio para ver la implicación de estos perfiles en el desarrollo de los emprendimientos” (Jolonch y Ferreira, 2014).

Se escogieron veinticinco ideas de negocio en función de su enfoque tecnológico y se realizó la técnica de investigación de entrevistas y su posterior análisis a los distintos emprendedores, mediante una metodología tanto cuantitativa como cualitativa.

También se realizaron entrevistas a cinco de los mentores de dichos emprendimientos, que previamente habían realizado los cursos de la metodología Lean Launchpad para convertirse en mentores.

2.5 Investigaciones empíricas en la Universidad de los Andes

Guía para los mentores del programa Lean Launchpad Colombia (Vesga, 2012), consiste en un paso a paso para los mentores del programa Apps.co en el país, contiene formatos, conceptos de emprendimiento y cronograma que deben desarrollar con los emprendedores.

La metodología utilizada fue Lean Launch Pad y el modelo de descubrimiento de clientes creados por Steve Blank, Bob Dorf y Alexander Osterwalder. Con el desarrollo del proyecto se evidenció que el proceso de acompañamiento juega un papel de apoyo y soporte, pero es importante tener absoluta claridad, que, si los emprendedores tienen éxito o fracasan en sus iniciativas, esto dependerá en un buen porcentaje, en el nivel de responsabilidad que estos tengan con los emprendimientos empresariales que formulen.

2.6 Investigación del perfil emprendedor en Iberoamérica

El perfil del emprendedor y los estudios relacionado a los emprendedores iberoamericanos (Park, 2012).

La falta de trabajo y la pobreza son problemas comunes en Iberoamérica. Siendo las pequeñas empresas las de mayor fuente creadora de trabajo en la región, surge la importancia de fomentar la labor del emprendedor para atacar la pobreza. La presente revisión bibliográfica explora las teorías relacionadas al perfil del emprendedor y las investigaciones hechas sobre el mismo en Iberoamérica. Del análisis de estos estudios, se destacan algunas características que refieren a las principales cualidades del emprendedor, como ser: personas innovadoras, creativas, que ven las oportunidades donde los demás solo perciben la rutina, tolerancia al fracaso, perseverancia, necesidad de logro, motivación, optimismo, trabajo arduo, concentración y disfrutar siendo emprendedor. Se observa también la importancia de las investigaciones sobre el emprendedor de cada país, debido a las diferentes situaciones que se encuentran en el entorno externo y la cultura de cada uno de ellos.

2.7 Emprendimientos TIC a nivel internacional:

- Red de Mentores para el Fortalecimiento de Emprendimientos Tic Acti (de Tecnologías, A. C. D. E., & Gutiérrez, N. I. M., 2014).

A partir del año 2009 Acti ha venido implementando exitosamente el programa de apoyo al entorno de emprendimiento tecnológico Emprende Tic Acti a través del desarrollo de distintas actividades dirigidas a incentivar orientar capacitar e insertar en redes a jóvenes que emprenden por primera vez, convocando desde su inicio a la fecha a más de 2. 200 participantes. Dentro de las actividades de mayor impacto en términos de alcance y convocatoria se encuentra el concurso de planes de negocios tic mba contest, el cual cada año incrementa su número de postulantes, situación que demuestra el interés y las ganas de emprender existentes a nivel local y que estas

condiciones y expectativas están presentes particularmente en el segmento objetivo de esta iniciativa, es decir talentos jóvenes emprendedores y desarrolladores en tecnologías.

- El rol de los parques científico-tecnológicos en el emprendimiento universitario.
Propuesta de un catálogo de indicadores de evaluación (Rodeiro, 2012).

En este trabajo se identifican una serie de indicadores para valorar la utilidad de los Parques Científicos y Tecnológicos como aceleradores en la creación de spin-offs universitarias. En este se considera la ubicación física de la spin-off como uno de los factores determinantes en su creación y desarrollo. También se establecen los criterios para evaluar el funcionamiento de los Parques para la toma de decisiones con criterios objetivos.

Se concluye que la universidad es uno de los agentes más determinantes en la creación de las spin-offs y que más colabora con ellas. Es por ello que muchas universidades han creado y/o participado en algún Parque Científico. Debe existir una relación sinérgica entre la universidad, Parque Científico y spin-offs, para generar valor agregado a todos.

La conexión universidad, parque científico y emprendedores disminuye los problemas de asimetría de información entre emprendedores e inversores. Los Parques Científicos actúan como nexo de unión entre ambos.

2.8 Estrategias para el desarrollo y aceleración de los emprendimientos: Apps.co, Lean Start Up, Modelo Canvas y Design Thinking.

- Apps.co diseñada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – MinTIC, dentro del plan Vive Digital y tiene por objeto incentivar la creación de negocios o empresas por parte de emprendedores seleccionados.

Este programa está enfocado hacia la formación de empresas TIC, es decir, negocios relacionados con la aplicación y explotación de las tecnologías de la información y la comunicación, con especial énfasis, en el desarrollo de aplicaciones móviles, software y contenidos. Brinda asesoría especializada a los emprendedores, con la participación de organizaciones aliadas tales como: Colciencias, Microsoft, Google, y la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

El programa Apps.co adoptó la Metodología Lean Launchpad (Blank & Dorf, 2012) y el Lienzo del Modelo de Negocios o Business Modelo Canvas (Osterwalder, 2008) para el apoyo, fortalecimiento y consolidación de los emprendimientos. Este conjunto de estrategias se han utilizado con éxito en diferentes universidades tales como la Universidad de Berkeley y la Universidad de Stanford; para capacitar emprendedores combinando la teoría con la práctica, orientado a clientes en un entorno real (Blank, Steve, 2011).

El programa Apps.co aplica la metodología Lean Launch Pad compuesta por tres ejes fundamentales, la estrategia, el proceso y la organización, para estimular, apoyar y acelerar empresas, desde una idea hacia la consolidación, minimizando el riesgo para el descubrimiento de clientes, el desarrollo de productos competitivos y con claras estrategias de monetización

(Lizcano, Arévalo y Zabala, 2014).

El modelo Canvas es una herramienta utilizada para describir, diseñar y analizar modelos de negocios basados en conceptos de grandes pensadores empresariales que reúnen todos los conceptos y técnicas de generación de modelos de negocios. Este lienzo contiene nueve módulos: “segmentos de mercado, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingreso, recursos claves, actividades claves, asociaciones claves y estructura de costos que abarcan las cuatro principales áreas de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica, este modelo es una especie de anteproyecto que se aplica en las estructuras y procesos de una empresa. La clave es conseguir un concepto simple, relevante y fácilmente comprensible que simplifique el funcionamiento complejo de una empresa” (Osterwalder, 2011).

En cuanto a Design Thinking es una metodología que ofrece al emprendedor orientación para desarrollar procesos de innovación a partir de problemas de negocio bajo diversas perspectivas y enfoques. Se busca hacer coincidir las necesidades de las personas mediante una estrategia viable de negocios para agregar valor al cliente usando la tecnología (Brown, 2008).

3. Metodología

3.1 Método de Investigación

La metodología que se usa para esta investigación es de tipo cualitativo, se realizan encuestas y entrevistas a los emprendedores de Apps.co en la UNAB, lo cual permite evaluar y plantear una propuesta que incluya los factores de éxito de este proceso y se diseñará la estrategia de acompañamiento durante los 6 meses previos a la etapa de consolidación.

Para el alcance de los objetivos propuestos en el proyecto se realizaron las siguientes actividades:

- Exploración de documentos y experiencias aplicadas para la conceptualización e identificación de los principales aspectos metodológicos para el acompañamiento a los emprendedores en la etapa de descubrimiento del negocio del Programa Apps.co en la UNAB.
- Exploración de los sitios web y redes sociales de los emprendimientos que culminaron la primera etapa de descubrimiento de negocio.
- Se realizaron entrevistas a los emprendedores que culminaron la primera fase de descubrimiento de negocios previa a la fase de consolidación.
- Se caracterizaron 8 casos de Apps.co, que corresponden a una muestra significativa para el estudio, para esto se realizarán encuestas, entrevistas, observación directa y la información encontrada en las redes sociales y los sitios web.
- Propuesta de acciones de acompañamiento a los emprendedores que terminan la fase de descubrimiento de negocios que les permitan continuar con el proceso a la segunda etapa

y así potenciar la eficiencia para reducir el número de participantes que no continúan el proceso.

3.2 Población, participantes y selección de la muestra

La población objetivo para la investigación son emprendedores de Apps.co en la UNAB de la séptima iteración, los cuales constan de 22 emprendimientos con base tecnológica de: Norte de Santander (7), Santander (8), Boyacá (6) y Casanare (1). La población que se escogió corresponde a los grupos que pasaron a la etapa de consolidación y donde se inicia el post acompañamiento por solicitud del Ministerio de las TIC.

3.3 Marco Contextual

La UNAB por medio del grupo de investigación DINAMICA, adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, promueve el programa de Apps.co, programa de carácter gratuito de Vive Digital del Ministerio de las Tecnologías de la información y de las Comunicación (Mintic), en el marco de la ley 1026 de 2006. Este proyecto está alineado con la misión, visión y el plan de desarrollo del 2014 al 2018 de la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

3.4 Instrumentos de Recolección de Datos

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información fueron encuestas aplicadas a profundidad a los emprendedores que estuvieron en la fase de post acompañamiento del programa Apps.co en la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Las encuestas estuvieron condicionadas a preguntas con respuestas de selección múltiple y se realizaron vía electrónica.

(Ver link :

https://docs.google.com/forms/d/1gbIF8cZyrnDBwacNwjCoVna12rFBJaxhkZCJ6cXl8uY/viewform?edit_requested=true)

Una vez realizadas las encuestas se procedió a un análisis detallado de lo señalado por los entrevistados, donde se identificó situaciones para mejorar el post acompañamiento, con el fin de dar respuesta a los objetivos de la investigación y aporte a la guía metodológica.

3.4.1 Procedimientos en la aplicación de instrumentos.

Se hizo el diseño de los instrumentos de recolección de información de los emprendedores, análisis de la información, aplicación y validación.

3.4.2 Análisis de datos.

El análisis que se realizó es de naturaleza cualitativa (Sampieri, 2008) se buscó comprender la perspectiva de los emprendedores teniendo en cuenta el contexto, para profundizar en sus experiencias, opiniones y significados.

3.5 Aspectos Éticos

Para la presente investigación se solicitó el aval del director de la alianza de Apps.co en la UNAB, para tener acceso a la información requerida en el desarrollo del proyecto y al Señor Douglas Jairo Velásquez Rodríguez para la publicación del Canvas “vivamos el campo”.

4. Resultados

4.1 Desarrollo objetivo 1

Identificar las principales categorías asociadas a la fase de descubrimiento de negocios del programa Apps.co en la UNAB.

Se proponen como principales categorías en la fase de descubrimiento de negocio: el modelo de negocio y el sector económico. Con relación a la primera categoría el modelo de negocio, como instrumento de estructura empresarial, optimiza los procesos para que los emprendimientos sean competitivos, viables y sostenibles en el tiempo, a fin de para darle continuidad a la innovación y ofrecer a los clientes, productos y servicios óptimos, acorde con sus necesidades y determinar una relación estable para la consolidación del emprendimiento.

Para una adecuada elaboración de un plan de negocio, se requiere una comprensión global del emprendimiento, de manera que se agregue valor al producto o servicio, y sea atractivo al mercado y perdurable en el mediano y largo plazo. Se debe tener claro en el modelo de negocio cómo debe ser la relación con el cliente, cuáles factores influyen en los costos, cuáles son las actividades claves, los socios estratégicos y el aspecto financiero, entre otros.

Es importante que cada emprendimiento diseñe su propio modelo y pueda diferenciar el proceso, producto o servicio para darle mayor valor agregado. La metodología recomendada en el diseño del modelo de negocio es la propuesta por Alexander Osterwalder (2010) que se conoce popularmente como el Modelo Canvas.

El Canvas es un modelo visual, que aplica metodologías innovadoras y ofrece herramientas sencillas para diseñar e implementar la propuesta; se aprende a diseñar de manera práctica y atractiva mediante técnicas de ideación y pensamiento visual, para la elaboración de prototipos y produciendo ideas para el desarrollo de nueve bloques que en su conjunto describen el modelo de negocio. El lienzo del Canvas permite una lectura fácil que presenta los siguientes módulos: “clientes, valor agregado, canales, relación con los clientes, ingresos, recursos claves, actividades claves, asociaciones claves y estructura de costos” (Osterwalder, 2010).

Esta estrategia ayuda a apreciar y potenciar las competencias del emprendedor en el mercado y permite definir su viabilidad; también articula una visión de cambio para llevar a cabo un modelo de negocio propio para la realización de la vida personal y profesional.

Según Spinoza (2013), los modelos de negocios se dividen en: B2A (Actividad empresarial dirigida a la Administración pública), B2B (Venta de empresa a empresa), B2C (Venta de empresa a cliente), C2B (Venta de cliente a empresa) y C2C (Venta de cliente a cliente). A continuación, se explica brevemente cada una de estas categorías.

El **modelo B2A** es un servicio que se realiza a través de internet por parte de la administración a las empresas y hacia los usuarios en temas administrativos tales como: la presentación de solicitudes, el pago de tasas e impuestos, solicitud de la información, entre otros. Aporta ventajas tales como mayor agilidad en las gestiones, ahorro en tiempo y esfuerzo, información actualizada, acceso a formularios y modelos de procedimientos administrativos sin restricción de horario, acceso a la información y servicios de la administración, automatización

de procesos y gestiones administrativas, bajos costos en gestiones burocráticas y acceso a canales de comunicación.

El modelo B2B es una transacción que se realiza por medio de la web entre los negocios, las instituciones o entidades públicas, se requiere de estrategias de marketing y publicidad en torno a internet. Surge como mecanismo de automatización de los procesos de negocios para facilitar sus cadenas de suministros, ahorro de tiempo, planificación e integración de todos los sistemas reduciendo el costo de los inventarios y los ciclos de fabricación, de esta forma se mejora el servicio al cliente permitiéndole acceso a una diversidad de productos y servicios y mejorando la comunicación entre cliente y proveedor.

El **modelo B2C** establece comunicación entre la empresa y clientes por medio de la web, permite segmentar el mercado a nivel de agente individual y establece estrategias personalizadas de marketing uno a uno por medio del sistema CRM (Customer Relationship Management), o Sistemas de Administración de Relaciones con los clientes.

Con estas estrategias las empresas comerciales llegan directamente al consumidor, mejorando el servicio y generando oportunidades para incrementar ingresos y ventas. En este modelo de negocio los usuarios tienen libertad para examinar y comparar precios y realizar compras por internet, ofreciéndole a sus clientes comodidad, además atrae nueva clientela con la voz a voz de usuarios satisfechos, minimizando costos, mejorando el manejo de inventarios y recurso humano.

En el **modelo C2B** los consumidores determinan las condiciones de las transacciones. Las empresas son intermediarias entre clientes y proveedores de servicios. Los clientes hacen requerimientos usando el portal y los proveedores deciden si aceptan las requisiciones realizadas, permiten el consumo colaborativo, facilitando la interacción y la reciprocidad entre los consumidores y las empresas.

En el **modelo C2C**, las personas negocian e intercambian productos y servicios electrónicamente, usando las plataformas web; son de alta escalabilidad y de masa crítica, permiten que se propaguen velozmente, facilitadas por empresas virtuales o portales de internet, funcionan como una subasta en línea y se paga una comisión por sus servicios.

Este modelo facilita la comercialización de una gran variedad de productos, disponibles 24 horas al día, con precios competitivos, logrando el incremento en la demanda y gran número de compradores potenciales, eliminando intermediarios para realizar la transacción comercial con mayor eficiencia.

En los modelos descritos es fundamental identificar el sector económico para saber a qué público se dirige el emprendimiento.

El sector económico como segunda categoría es de vital importancia, para la generación de nuevos proyectos que contribuyen al crecimiento económico por medio de la generación de empleo, innovación tecnológica y desarrollo social; la creación de productos, procesos y servicios, generan valor agregado que potencia otros sectores de la economía imprimiéndole una dinámica de crecimiento sostenible para nuevos emprendimientos.

Según el Banco de la República la actividad económica se divide en sectores económicos. Cada sector tiene características comunes y su división se realiza según sus procesos de producción. Los sectores de la economía corresponden a: sector agropecuario (primario), sector industrial (secundario) y sector servicios (terciario).

En la actualidad los sectores de la economía son: agropecuario, industrial, servicios, transporte, comercio, financiero, construcción, minero y energético, solidario y comunicaciones.

El sector agropecuario obtiene los productos de la naturaleza, sin valor agregado o proceso de transformación; el sector industrial comprende las actividades económicas relacionadas con la transformación industrial de bienes o mercancías y los sectores: servicios, transporte, comercio, financiero y construcción; el sector minero y energético lo componen las empresas con actividad minera y energética de cualquier tipo (de carácter extractivo o empresas generadoras de energía); el sector solidario lo conforman las cooperativas, las empresas solidarias de salud y las cajas de compensación familiar y el sector comunicaciones abarca las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación.

Habiendo identificado el modelo de negocio y el sector económico, los emprendimientos requieren una plataforma que oriente el proceso para llevar a feliz término los proyectos propuestos por los emprendedores; es así como surge la alianza estratégica de la Universidad Autónoma de Bucaramanga con el programa Apps.co.

Como resultado de esta alianza se vincularon 161 proyectos de emprendimientos de los cuales el 69% correspondió a modelo de negocios B2C, el 28% al modelo de negocios B2B, y en

menor proporción con una participación del 2% a modelos de negocio C2B y con 1% a modelos de negocio C2C. Como era de esperarse la mayor participación se concentró en modelos de negocio enfocados a la venta de empresa a cliente, que aplica la tecnología para desarrollar estrategias de marketing y publicidad en internet, por tanto, este modelo de negocios es muy atractivo para los emprendedores jóvenes que son nativos digitales y se encuentran inmersos en las redes sociales.

En cuanto al sector de la economía, en el programa Apps.co, de las 161 propuestas vinculadas el 69, 57% se concentró en el sector servicios, el 12% en el sector comercio, el 6,21% en el sector agropecuario, el 4 % en comunicación, el 3,11% en el sector de la construcción, la industria y el sector minero y energético con igual participación del 2,48% y el sector transporte con 0,62%. Estos resultados reflejan una mayor tendencia de los emprendimientos hacia el sector servicios y comercio que aportan el 81,57% de la participación total. (Ver anexo B: categorización de los emprendimientos.)

Esta alianza deja como experiencia lo indispensable del acompañamiento de los emprendedores en su fase inicial de elaboración del modelo de negocio y la necesidad de un post acompañamiento para fortalecer y afianzar la consolidación de la propuesta y transformarla en viable y sostenible en la fase de crecimiento y maduración del emprendimiento, dado que la mayor parte de las propuestas, aunque sean muy creativas e innovadoras no sobrepasan los tres años.

4.2 Desarrollo objetivo 2

Sistematizar la experiencia de 8 emprendimientos producto del programa Apps.co en la UNAB, que se encuentren en la etapa de consolidación (Ver Anexo C. Sistematización de los ocho emprendimientos de Apps.co en la UNAB).

La encuesta se realizó a 8 emprendedores del programa Apps.co en la UNAB, uno de ellos no consolidó la empresa y por esta razón no respondió en su totalidad la misma. En este cuestionario se incluyeron 15 preguntas ajustadas al modelo Canvas.

Una vez recolectada la información se sistematiza la experiencia de los 8 emprendimientos producto del programa Apps.co en la UNAB.

A continuación, se realiza el análisis descriptivo de los resultados obtenidos en los emprendimientos con cada una de las preguntas realizadas.

1. Tiempo de consolidación del emprendimiento (tiempo que ha transcurrido desde que presentó la idea al programa Apps.co)

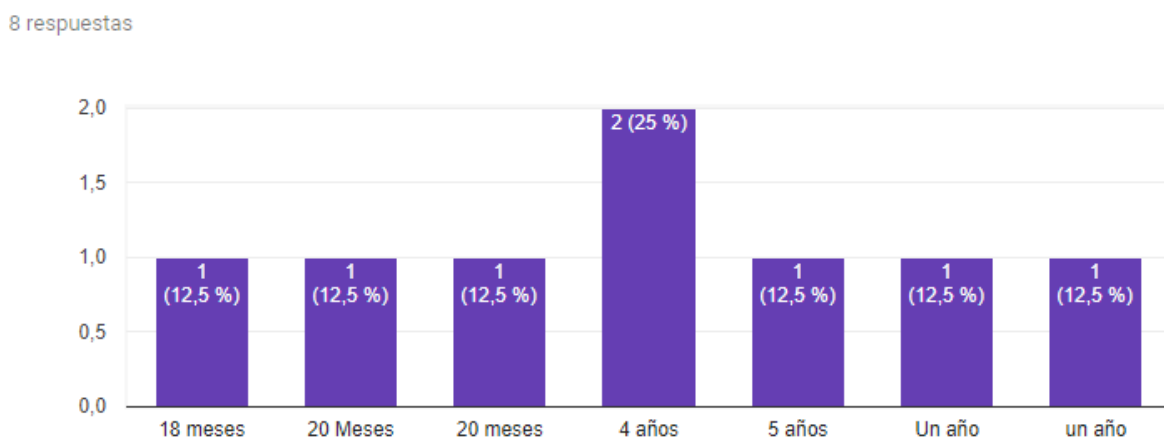


Figura 1. *Tiempo de consolidación del emprendimiento (tiempo que ha transcurrido desde que presentó la idea al programa Apps.co)*

Según la gráfica No. 1, se observa que la consolidación de los emprendimientos analizados puede llevar desde uno hasta cinco años, siendo más frecuente un periodo de cuatro años para su consolidación y posicionamiento en el mercado.

Los tres primeros años se constituyen en un factor crítico para los emprendedores, dado que en este periodo la mayoría de ellos desisten en su consolidación.

En Colombia, el 59% de los emprendimientos no subsisten al segundo año de vida (Jair López, 2017), debido a factores como la falta de objetivos claros del negocio, planeación deficiente y problemas en la ejecución o fallas en la conexión adecuada con el mercado.

Por medio del post acompañamiento se requiere proporcionarles a las emprendedoras habilidades empresariales que permitan conducir de buena forma el negocio, facilitar a través de diferentes mecanismos el financiamiento de dichas empresas, incentivar y generalizar el uso de las TIC y su comunicación con el mercado, así como vincularlos con aliados públicos y privados del ecosistema emprendedor.

2. ¿Cuál fue su propuesta de valor inicial?

En la propuesta de valor inicial se encontraron las siguientes ideas de negocios:

- Plataforma de consultas en línea de crecimiento personal.
- Plataforma WEB para Promocionar y Vender Turismo Rural.
- Crear una App para pedir comida a domicilio a los restaurantes de la ciudad.
- Medidas Orofaciales automatizadas.

- Administración de palmicultoras de forma más eficiente.
- Crear un tour gastronómico.
- Crear una comunidad de vendedores y compradores de materiales de construcción.
- Conectar a viajeros con lugares históricos y culturales por medio de experiencias.

3. ¿Cuál fue su propuesta de valor final?

En la propuesta de valor final se ajustaron las ideas de negocios así:

- Una aplicación móvil inspirada en las afirmaciones positivas.
- Plataforma WEB para Promocionar y Vender Turismo Rural.
- Poder ver mediante la App la carta menú, los precios, productos de los restaurantes y hacer el pedido por este medio. Sin necesidad de hacer una llamada telefónica.
- Plataforma de seguimiento para tratamientos Orofaciales.
- Desarrollos tecnológicos en palmicultura.
- Se está realizando.
- Herramientas que facilitan la conexión de compradores y vendedores de materiales de construcción dirigido a pequeñas y medianas distribuidoras de materiales de construcción.
- Experiencias recopiladas en una plataforma web.

Se observa con respecto a las ideas de negocios inicial y final, notables cambios en las propuestas de valor que durante el proceso de acompañamiento se fueron estructurando de manera más adecuada según las necesidades del mercado, teniendo como resultado la modificación de 7 de las 8 propuestas de valor.

4. ¿Creó su empresa?

8 respuestas

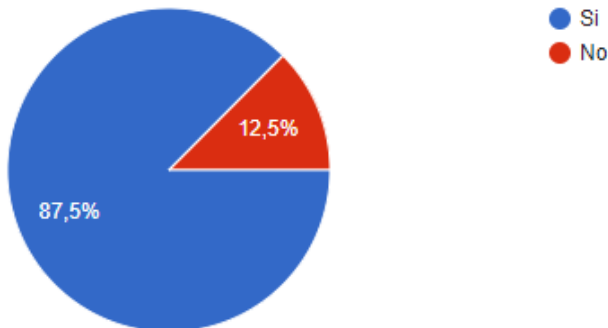


Figura 2. ¿Creó su empresa?

De los 8 emprendedores del programa Apps.co en la UNAB contactados, se observó que el 87,5% (7 emprendimientos) logró consolidar la empresa mientras que el 12,5% (1 emprendimiento) se encuentra en proceso de consolidación.

5. ¿Cómo Surgió la idea de su emprendimiento?

Para el equipo Orofacialmetrics les surgió la idea a través de la investigación, los otros siete equipos no respondieron la pregunta.

6. ¿Qué tipo de empresa creo?

7 respuestas

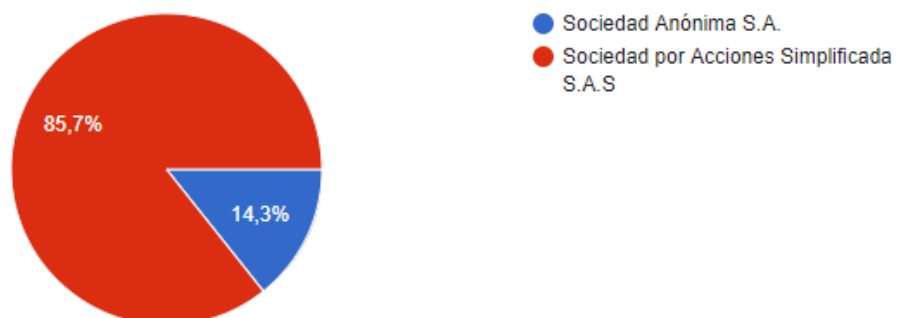


Figura 3. ¿Qué tipo de empresa creo?

La gráfica número 3 muestra que el 85.7% de los emprendimientos constituyó empresas de tipo sociedad por acciones simplificadas S.A.S. y el 14.3% creó empresas de sociedad Anónima S.A.

Elegir la forma jurídica que tendrá la empresa, es una decisión importante para los emprendedores una vez realizado el plan de negocios. Así mismo, habiendo definido el tipo de actividad que va a realizar y teniendo en cuenta los requerimientos mínimos para la puesta en marcha del emprendimiento, tales como: capital inicial, demandas económicas del proyecto, número de socios que lo componen, se debe escoger la que mejor se adapte a las características individuales del proyecto.

Las sociedades por acciones simplificadas o S.A.S. resultan ser más económicas y más flexibles que las sociedades anónimas y se pueden constituir por una o más personas naturales o jurídicas ajustándose muy bien a los emprendedores. Este tipo de sociedad promueve la creatividad e innovación empresarial y tecnológica, a la vez que facilita el acceso al sector financiero de las Startups.

Por esta razón se hace evidente la mayor participación (85,7%) en el grupo de emprendedores escogido, para la formación de sociedades por acciones simplificadas S.A.S.

7. ¿Cuándo la registró en la Cámara de Comercio?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

- Abril 2016

- En Proceso por Fondo Emprender
- Si
- 2013
- Enero
- 2014
- Enero de 2017

Se observa que la mayoría de los emprendimientos analizados se encuentran registrados en Cámara de Comercio, esta es una decisión favorable porque desean formalizar la empresa desde su inicio a pesar de las complicaciones de la economía colombiana por el impacto de la reforma tributaria que ha generado una mayor carga impositiva a las empresas.

8. ¿Cuántas son las ventas Anuales?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

- 0
- Nos encontramos en Rediseño de la Plataforma
- -
- 6000000
- 36
- 42000000
- 2 millones de pesos

En la actualidad la mayoría de las empresas encuestadas generan ingresos; la empresa que genera mayores ingresos tiene ventas anuales de \$42.000.000, varias empresas se reservan la información sobre el nivel de ventas generadas.

9. ¿Cuántos empleos directos generan?

Se obtuvo los siguientes resultados:

7 respuestas

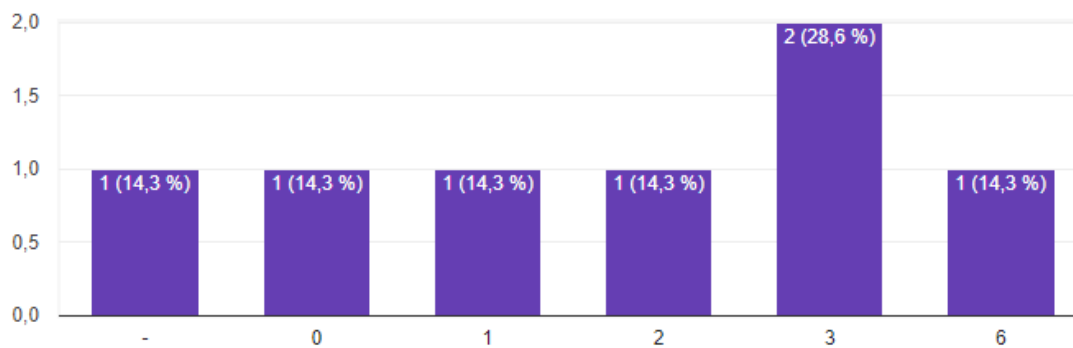


Figura 4. ¿Cuántos empleos directos generan?

De los siete emprendimientos que constituyeron empresa, una genera seis empleos directos, dos empresas generan cada una tres empleos directos, dos de ellas generan cada una un empleo directo y dos empresas no generaron empleos directos. El consolidado de las (7) siete empresas generaron un total de 12 empleos directos.

10. ¿Cuántos empleos indirectos genera?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

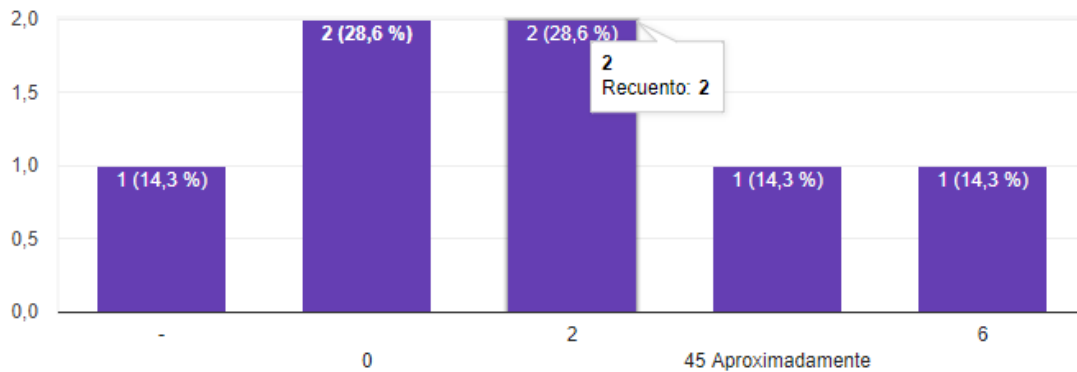


Figura 5. ¿Cuántos empleos indirectos genera?

De los siete emprendimientos consolidados, un emprendimiento generó 6 empleos indirectos, otro emprendimiento generó la cifra de 45 empleos indirectos aproximadamente, dos emprendimientos generaron dos empleos indirectos cada uno y tres empresas no generaron empleos indirectos. En total los emprendimientos encuestados obtuvieron 53 empleos indirectos.

11 ¿Para qué actividades económicas está desarrollado su emprendimiento?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

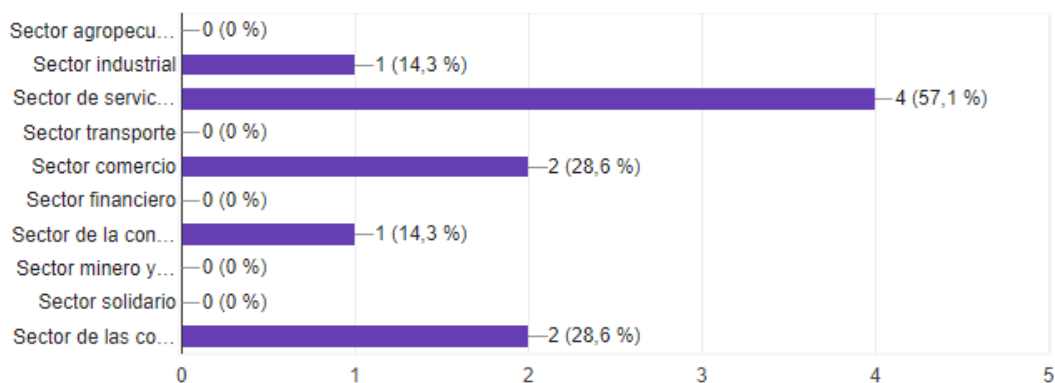


Figura 6. ¿Para qué actividades económicas está desarrollado su emprendimiento?

De los emprendimientos encuestados, cuatro (57,1%) están en el sector servicios y dos de ellos en el sector de las comunicaciones; en el sector comercio se encuentran dos (28,6%) de los cuales uno de ellos también se encuentra ubicado en el sector de la construcción y de las comunicaciones, un emprendimiento (14,3%) se encuentra en el sector industrial.

12. ¿En cuál Categoría se encuentra su Modelo de Negocio?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

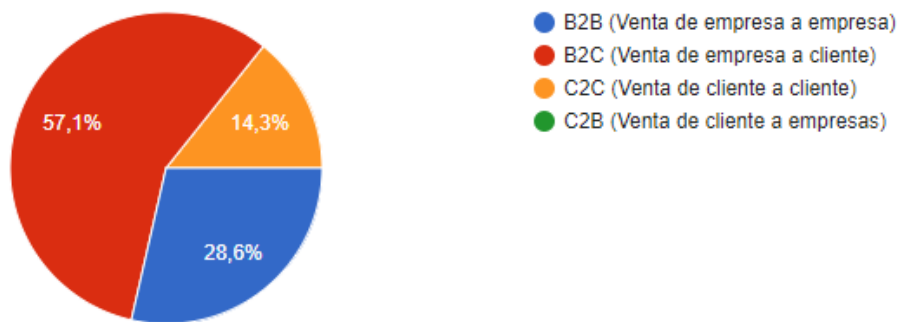


Figura 7. ¿En cuál Categoría se encuentra su Modelo de Negocio?

Según los resultados de la encuesta la mayor parte de los emprendimientos se encuentran en la categoría B2C (venta de empresa a cliente) con una participación del 57,1%; en segundo lugar, está la categoría C2C (venta de cliente a cliente) con una participación del 28,6%; seguida de la categoría C2B (venta de cliente a empresas) con una participación del 14,3%.

13. ¿Cuáles segmentos del mercado y líneas (arquetipos) definió para su emprendimiento?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

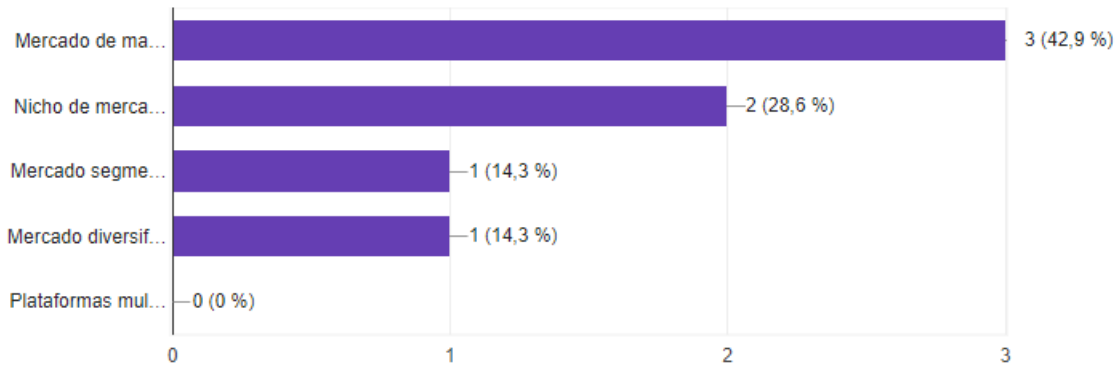


Figura 8, ¿Cuáles segmentos del mercado y líneas (arquetipos) definió para su emprendimiento?

En la gráfica ocho se observa que el 42.9% de los emprendimientos encuestados se encuentran en el segmento del mercado de masas (público en general), el 28.6% se encuentran en el nicho de mercado (específicos y especializados), el 14.3% se encuentran en el mercado segmentado (varios segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes) y el 14,3% se encuentra en el mercado diversificado (mercados que no están relacionados y presentan necesidades y problemas diferentes), las plataformas multilaterales (dos o más segmentos de mercado independiente) no tienen participación.

14. ¿Cuál es la propuesta de valor que ofrecen para cada uno de sus segmentos de clientes?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

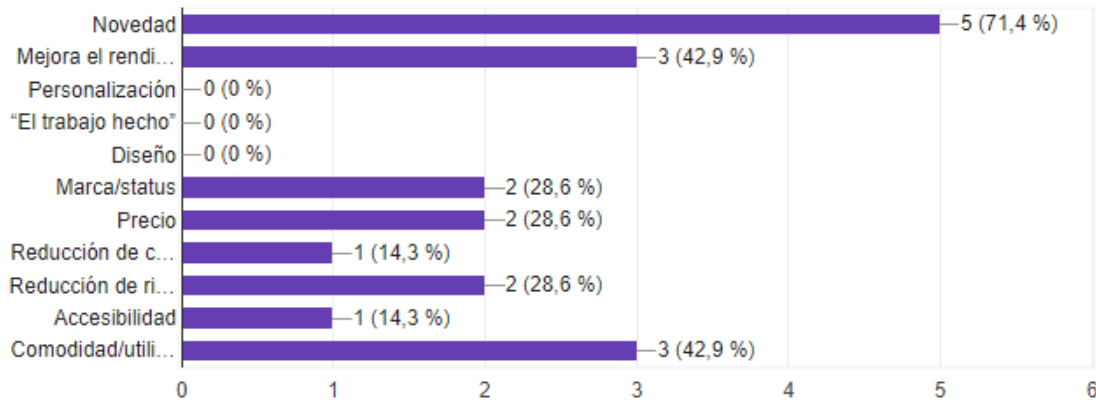


Figura 9. ¿Cuál es la propuesta de valor que ofrecen para cada uno de sus segmentos de clientes?

La propuesta de valor escogida por los emprendimientos fueron: el 71,4% corresponde a la propuesta de valor: novedad, (dentro de esta propuesta el 42,8% eligieron comodidad/utilidad y 28,6% mejora el rendimiento, incluidas precio, reducción de riesgo, accesibilidad y reducción de costos) y el 28,6% eligieron la propuesta de valor marca/status.

15. ¿Cuál es su modelo de monetización?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

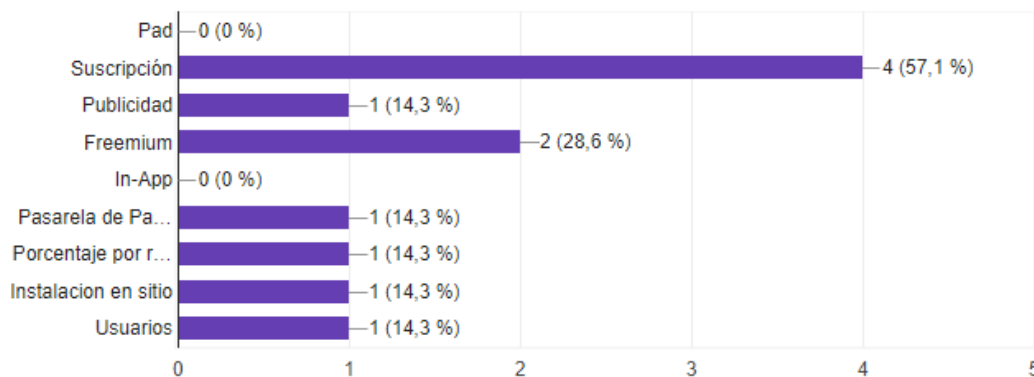


Figura 10. ¿Cuál es su modelo de monetización?

De los siete emprendimientos encuestados, cuatro de ellos eligieron el modelo de monetización por suscripción que corresponde al 57,1% (distribuidos así: uno solo eligió suscripción 14,3%; dos de ellos eligieron suscripción y Freemium 28,5% y uno de ellos eligió suscripción y publicidad 14,3%), un emprendimiento eligió como modelo de monetización pasarela de pagos 14,3%, uno de ellos escogió porcentaje por resultados 14,3% y otro se decidió por el modelo de monetización instalación en sitio 14,3%.

16. ¿Cual les funciona?

Se obtuvieron las siguientes respuestas:

- Estamos creando comunidad
- Pasarela de Pagos
- No respondió
- Venta de producto
- Todos
- Mis sectores están divididos en quienes compran y quienes venden, a los dos se les ofrecen diferentes propuestas
- Suscripción

17. ¿Cuáles son las fuentes de ingresos de su emprendimiento?

7 respuestas

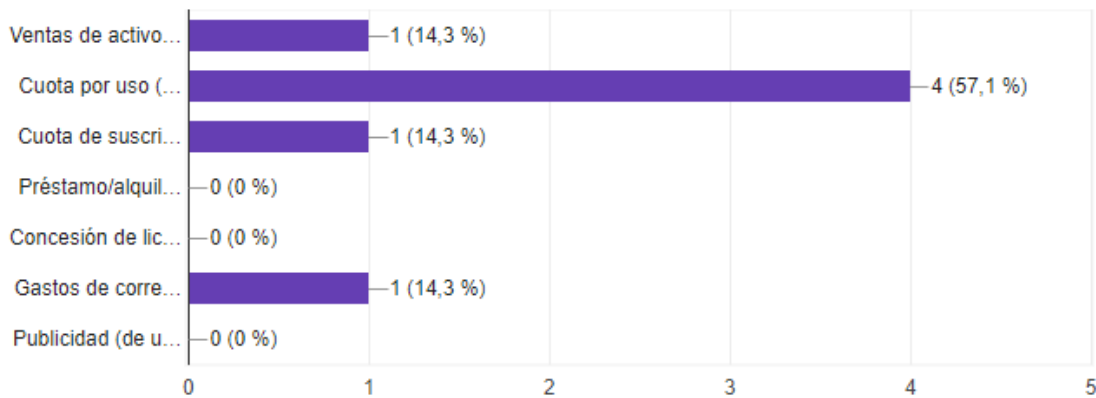


Figura 11. ¿Cuáles son las fuentes de ingresos de su emprendimiento?

Las fuentes de ingresos de los emprendedores encuestados fueron las siguientes: cuota por uso corresponde al 57,1%, gastos de corretaje el 14,3%, ventas de activos el 14,3% y cuota de suscripción el 14,3%. Ninguno de ellos eligió préstamo, alquiler o leasing; concepción de licencias ni tampoco publicidad.

18. ¿Cuáles son las principales dificultades que tuvieron en el acompañamiento?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

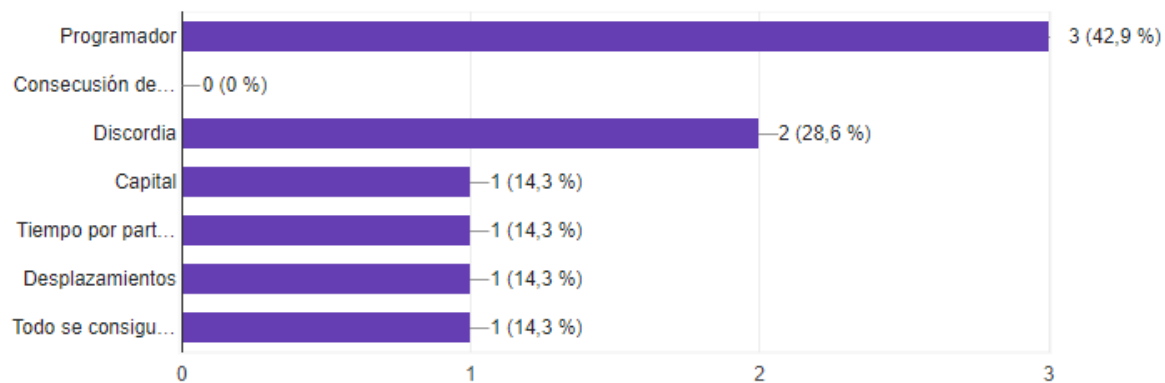


Figura 12. ¿Cuáles son las principales dificultades que tuvieron en el acompañamiento?

Los emprendedores expresaron las siguientes dificultades durante el acompañamiento: se destaca la dificultad de contar con un programador 42,9% (dos de los emprendedores incluidos en este porcentaje manifestaron dificultad con el programador 28,6%, uno manifestó dificultad con el programador y discordia 14,3%), los tres restantes eligieron por separado problemas de capital 14,3%, dificultad en el desplazamiento 14,3% y otro respondió “todo se consigue, si la idea es buena, toca trasnochar y trabajar” 14,3%.

19. ¿Cuáles son las fortalezas?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

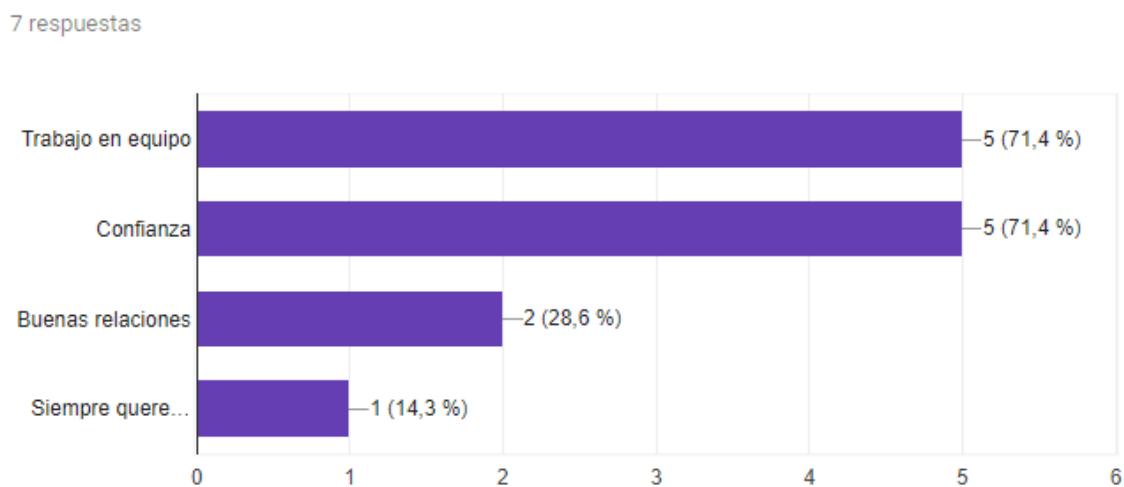


Figura 13. ¿Cuáles son las fortalezas?

Se destaca como fortaleza de los emprendedores encuestados, el trabajo en equipo 71,4% (cuatro eligieron como fortaleza la confianza y el trabajo en equipo y uno solo escogió trabajo en equipo), uno de los emprendedores seleccionó sólo la confianza como su mayor fortaleza 14,3%, mientras que otro escogió el tener buenas relaciones 14,3%.

20. ¿Cómo es la relación o categorías con los clientes?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

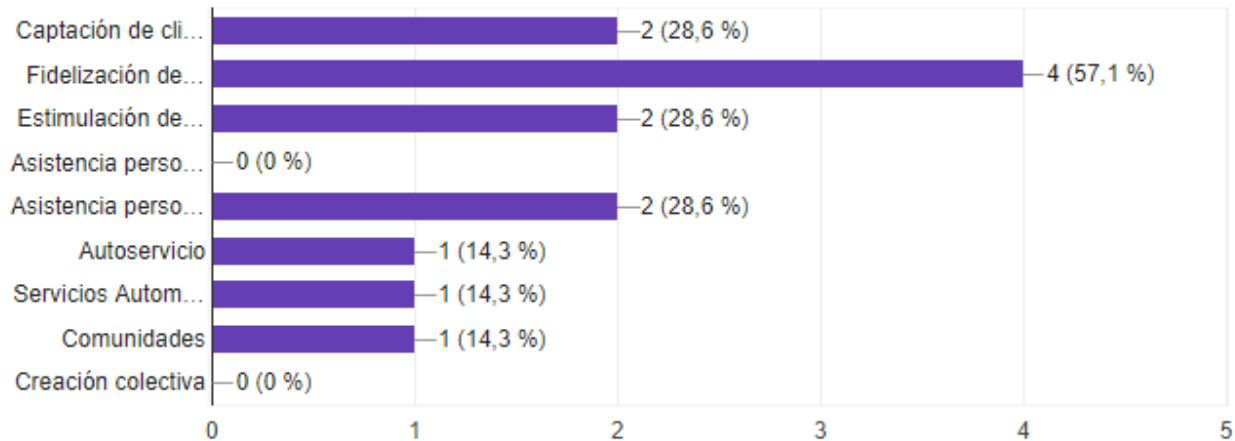


Figura 14. ¿Cómo es la relación o categorías con los clientes?

Los emprendedores encuestados manifestaron que la relación o categoría con los clientes se concentra en la fidelización de clientes con un porcentaje del 57,1% (dentro de ésta categoría dos eligieron fidelización y captación de clientes, uno sólo fidelización y otro captación de clientes y servicio automático), dos escogieron como categoría con los clientes asistencia personal exclusiva con un porcentaje de 28,6% (en esta categoría uno eligió solo asistencia personal exclusiva y el otro estimulación de las ventas y asistencia personal exclusiva), otro emprendedor eligió estimulación de las ventas y fidelización de clientes 14,3%.

21. ¿Cuál es su tipo de canal?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

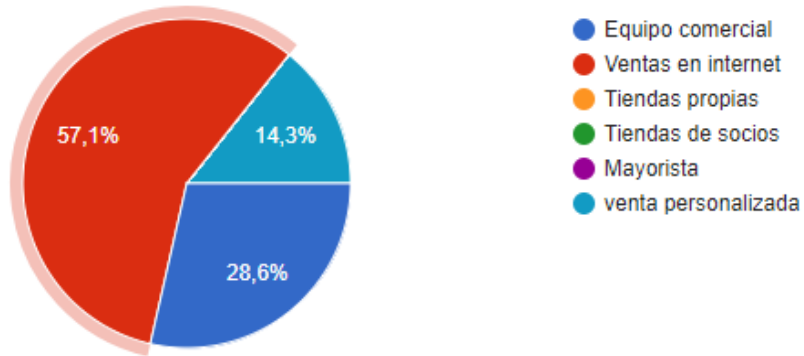


Figura 15. ¿Cuál es su tipo de canal?

Para los emprendedores las ventas por internet corresponden al 57,1% lo cual implica que es el canal más significativo seguido por equipo comercial con una participación del 28,6% y ventas personalizadas con el 28,6%. Como se puede observar en la gráfica número 15 los canales de tiendas propias, tiendas de socios y mayoristas no tuvieron participación.

22. ¿Qué valor proporciona su emprendimiento a sus clientes?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

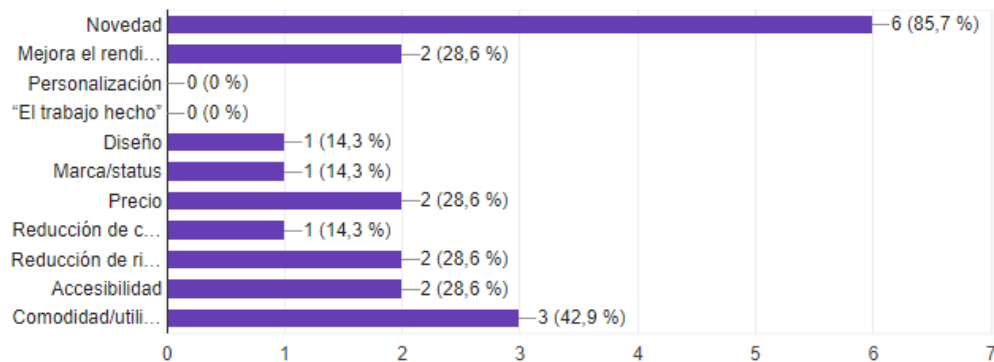


Figura 16. ¿Qué valor proporciona su emprendimiento a sus clientes?

Los emprendedores identificaron como el mayor valor a destacar para los clientes corresponde a la novedad con 85,7% (dentro de esta categoría se ubica comodidad y utilidad, red de riesgo, accesibilidad, diseño, precio, red de costos y mejora el rendimiento). El 14,3% está asignado a la categoría marca/status.

23. ¿Cuál es el canal de distribución, es decir cómo nos van a encontrar los clientes?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

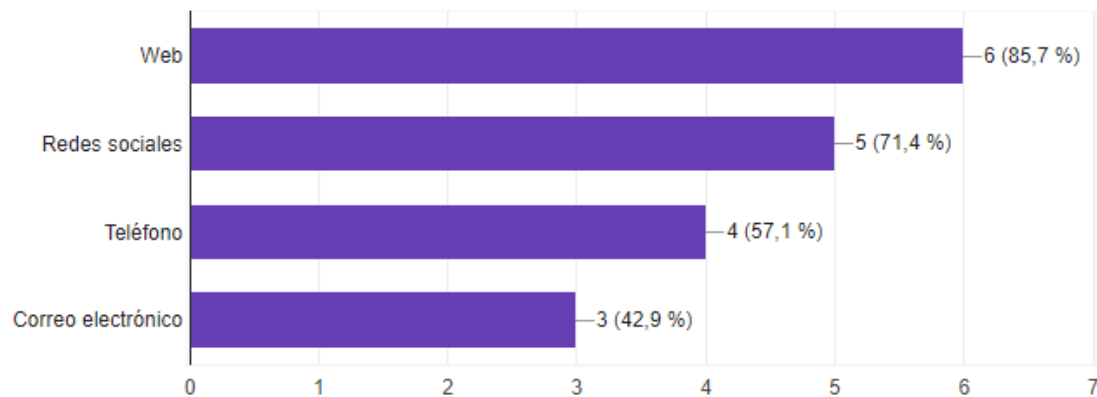


Figura 17. ¿Cuál es el canal de distribución, es decir cómo nos van a encontrar los clientes?

Los emprendedores eligieron como canal de distribución más significativo la web con una participación del 85,7% (en esta categoría se encuentran las redes sociales, correo electrónico y teléfono); el 14,3% restante corresponde al uso de teléfono como canal más utilizado.

24. Fuentes de financiación

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

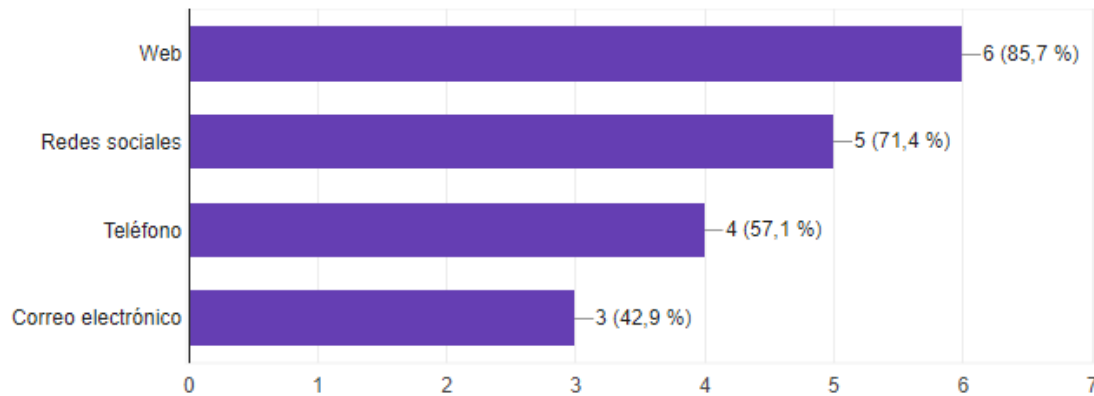


Figura 18. Fuentes de financiación

Según la encuesta la fuente de financiamiento más representativa para los emprendedores corresponde a la categoría de familia, amigos y locos con una participación del 72,4% (dentro de este factor se encuentran también el capital semilla, subsidios y concursos); también escogieron como fuente de financiamiento el mercado con un porcentaje del 28,6%.

25. ¿Sabe la importancia del acompañamiento del Programa Apps.co en la UNAB, para la puesta en marcha de su modelo de negocio?

(8 semanas base del proceso de descubrimiento de negocio). Explique su respuesta.

Los emprendedores reconocen la importancia del acompañamiento del programa Apps.co en la UNAB para la creación y puesta en marcha de su emprendimiento:

- Muy importante para validar la idea, hacer el prototipo y empezar a pivotear.

- La capacitación del equipo fue la base para afianzar nuestra idea de Negocio.
- Si, nos ayudan a formar las bases del emprendimiento, a aterrizar la idea.
- Sin ese acompañamiento no hubiera podido siquiera imaginarme que fuera hoy de mi proyecto de vida.
- Bueno.
- Si, como todo proceso necesita un acompañamiento tanto académico como empresarial, encontré en la UNAB la oportunidad de crear y formalizar mi idea de negocio, algo especial entre las universidades de la región, esto me llevó a estudiar la maestría en la UNAB.
- Si, para nosotros fue de gran ayuda y nos abrió muchas puertas, el nombre y recorrido que tiene la UNAB en Santander.

26. ¿Qué aspectos considera importantes en el Programa de post acompañamiento en la puesta en marcha de su modelo de negocio? Explique su respuesta.

Los emprendedores manifiestan como criterios a destacar en el post acompañamiento lo siguiente:

- Marketing Digital. Creación de comunidad.
- Fue para nosotros deficiente.
- Los contactos que facilitan luego del programa.
- No tuve.
- Canvas.
- Siempre he sentido respaldo de la UNAB en mi proceso empresarial, siempre que tengo ideas alguien me escucha, me indica caminos me contacta con personas.

- Captación masiva de clientes.

Algunos emprendedores reconocen la necesidad de un post acompañamiento más eficiente que les proporcione alternativas de decisión y orientación ante las diversas situaciones complejas que enfrenta un emprendedor cuando pone en marcha su idea de negocio.

27. ¿Puede compartir su Canvas actualizado, de su modelo de negocio?

Se obtuvieron los siguientes resultados:

7 respuestas

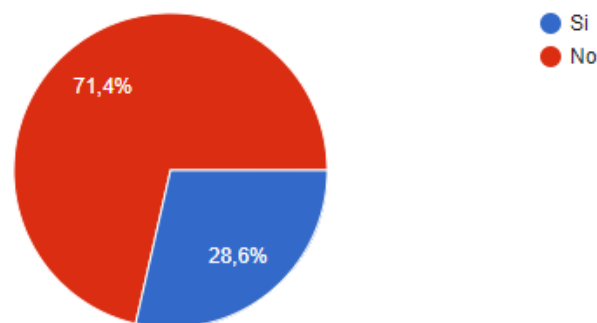


Figura 19. ¿Puede compartir su Canvas actualizado, de su modelo de negocio?

Es evidente que los emprendedores se reservan el derecho de compartir el lienzo Canvas actualizado porque en el se encuentra plasmada su idea de negocio. El modelo Canvas se constituye en su carta de navegación y la mayoría (71,4%) no está dispuesto a compartirlo, mientras que el 28,6% de los encuestados están dispuestos a compartir el modelo CANVAS. Como ejemplo de esta herramienta el emprendimiento Vivamos el campo compartieron la plantilla del Canvas (ver anexo A).

4.3 Desarrollo objetivo 3

Guía De Post Acompañamiento

Estructura de la propuesta

El proceso de post acompañamiento se brindará a través de la Universidad Autónoma de Bucaramanga entidad aliada del programa Apps.co.

Este proceso se dará en un espacio de trabajo colaborativo (coworking space), con mentirías semanales, realización de talleres y asesorías uno a uno en temas como mercadeo y ventas (CRM), aspectos legales y jurídicos, negocios, tecnología, estrategia, administración, finanzas, comunicaciones, gestión de proyectos, consolidación de equipo, usabilidad y marketing digital. También se realizarán periódicamente reuniones consultivas, seguimiento virtual, presentaciones orales (pitch) y feedback.

¿Por qué es necesario el Post acompañamiento?

Es necesario el Post acompañamiento, porque la discontinuidad en los programas de apoyo a los emprendedores, dificulta la madurez del proceso del emprendimiento de Apps.co, que culminan las etapas de ideación, prototipado y validación. Por lo cual se considera imprescindible el desarrollo de una guía metodológica para el post acompañamiento que le facilite al emprendedor plan de acción y desarrollo de estrategias ante las dificultades que lleguen a presentarse.

El post acompañamiento se realizará como mínimo durante (24) semanas, donde realizarán diversos eventos de relacionamiento con agentes del ecosistema como empresarios, ángeles inversionistas, medios de comunicación, universidades, cámaras de comercio, parques tecnológicos entre otras.

El programa será realizado por la UNAB, utilizando uno de los modelos: Master Main que consiste en reunirse periódicamente con expertos, para aprender de las cosas que si funcionaron y que no funcionaron, con emprendedores que se encuentren relacionados con el nicho y con el sector, para hacer cosas nuevas que estén en una situación similar, más avanzados o más atrasados, porque aportan ideas, sobre lo que otros emprendedores están haciendo y que desconocen, para propiciar el crecimiento que se requiere, en las áreas relacionadas, por medio de reuniones virtuales o presenciales con el público objetivo, para identificar problemas comunes y necesidades para la puesta en marcha que agreguen valor al emprendimiento.

Finalidad de la metodología en el Proceso de Post acompañamiento

La metodología para el post acompañamiento tiene como finalidad la evaluación de la integralidad del modelo de negocio que se ha puesto en marcha y diseñar estrategias de acompañamiento que mejor se adapten a los emprendedores Apps.co.

Se aplicará como herramienta de diagnóstico la matriz DOFA interrelacionada con el lienzo CANVAS, para obtener la información necesaria que oriente a los emprendedores a desarrollar un plan de acción estratégico, que le permita tomar decisiones en tiempo real ante potenciales debilidades y amenazas. Esta herramienta le permitirá agregar valor al modelo de negocio.

Papel de la evaluación realizada por el mentor

El mentor realiza la evaluación del modelo de negocio la cual se constituye en una actividad importante de gestión, que permite a los emprendedores evaluar su posición en el mercado en función de los resultados y puede ser el punto de partida para realizar mejoras graduales y ajustes necesarios del modelo de negocio e incluso puede llegar a propiciar iniciativas de innovación.

En este proceso se busca la evaluación global del modelo en relación con sus elementos individuales.

Perfil del emprendedor

El post acompañamiento está dirigido a emprendedores que culminaron las etapas de ideación, prototipado y validación con éxito y hayan consolidado el emprendimiento.

Aspectos operativos de la propuesta metodológica

La propuesta metodológica tiene en cuenta el análisis del contexto, las encuestas aplicadas y los diálogos con los emprendedores que participaron en el Programa Apps.co.

Para realizar este diagnóstico en la matriz DOFA se plantean cuatro preguntas: las dos primeras corresponden a las oportunidades que tiene el emprendedor y qué amenazas potenciales enfrenta, las otras dos se relacionan con la identificación de fortaleza y debilidades del modelo de negocio, en este planteamiento las dos primeras se enfocan en aspectos del entorno mientras que las otras dos evalúan los aspectos internos del emprendimiento.

Se plantean éstas preguntas con relación al modelo de negocio de manera global y en cada uno de sus nueve módulos del Canvas; la información obtenida proporciona un plan de acción adecuado para la toma de decisiones.

En este proceso se ofrece a los equipos de emprendedores, orientación de mentores y asesores, para consolidar los modelos de negocios digitales mediante planes de acción ajustado a sus necesidades específicas con base en el resultado de las matriz DOFA aplicada.

Se plantearon las siguientes preguntas para evaluar las debilidades y fortalezas de los módulos del modelo de negocio: la valoración uno corresponde a la más baja y cinco a la más alta que se le asigna a cada indicador.

Análisis DOFA de los diferentes módulos del CANVAS en el Modelo de Negocio:

Tabla 2.
Análisis DOFA

Evaluación de la propuesta de valor					
La propuesta de valor esta alineada con las necesidades de los clientes	1	2	3	4	5
La propuesta de valor tiene un potente efecto de red	1	2	3	4	5
Hay sinergia entre los productos y servicios	1	2	3	4	5
Los clientes están satisfechos	1	2	3	4	5
Evaluación de costos e ingresos					
Tiene márgenes elevados	1	2	3	4	5
Los ingresos son predecibles	1	2	3	4	5
Tiene fuentes de ingresos recurrentes y compras repetidas frecuentes	1	2	3	4	5
Tiene fuente de ingresos diversificadas	1	2	3	4	5
Las fuentes de ingresos son sostenibles	1	2	3	4	5
Percibe ingresos antes de incurrir en gastos	1	2	3	4	5
Cobra a los clientes por lo que están dispuestos a pagar	1	2	3	4	5
Los mecanismos de fijación de precios incluyen todas las oportunidades de ingresos	1	2	3	4	5
Los costos son predecibles	1	2	3	4	5
La estructura de costos se adecúa perfectamente al modelo de negocio	1	2	3	4	5
Las operaciones son rentables	1	2	3	4	5
Aprovecha las economías de escala	1	2	3	4	5
Evaluación de la infraestructura					
La competencia no puede imitar fácilmente los recursos clave	1	2	3	4	5
Las necesidades de recursos son predecibles	1	2	3	4	5
Aplica los recursos clave en la cantidad adecuada y en el momento adecuado	1	2	3	4	5
Realiza las actividades clave de forma eficiente	1	2	3	4	5
Las actividades clave son difíciles de copiar	1	2	3	4	5
La ejecución es de alta calidad	1	2	3	4	5
El equilibrio entre el trabajo interno y la colaboración externa es ideal	1	2	3	4	5
Están especializados y trabajan con socios cuando es necesario	1	2	3	4	5
Tienen buenas relaciones profesionales con los socios claves	1	2	3	4	5
Evaluación de la interacción con los clientes					
El índice de migración de clientes es bajo	1	2	3	4	5
La cartera de clientes está bien segmentada	1	2	3	4	5
Captan nuevos clientes constantemente	1	2	3	4	5
Los canales son eficientes	1	2	3	4	5
Los canales son eficaces	1	2	3	4	5
Los canales establecen un contacto estrecho con los clientes	1	2	3	4	5
Los clientes puede acceder fácilmente a los canales	1	2	3	4	5
Los canales están perfectamente integrados	1	2	3	4	5
Los canales proporcionan economías de campo	1	2	3	4	5
Los canales se adecúan a los segmentos de mercado	1	2	3	4	5
Existe estrecha relación con los clientes	1	2	3	4	5
La calidad de la relación está alineada con los segmentos de mercado	1	2	3	4	5
Las relaciones vinculan a los clientes mediante un elevado costo de cambio	1	2	3	4	5
La marca es fuerte	1	2	3	4	5

Evaluación de amenazas

Tabla 3.

Evaluación de amenazas

Amenazas para la propuesta de valor					
¿Hay productos y servicios sustitutos disponibles?	1	2	3	4	5
¿La competencia amenaza con ofrecer un precio mejor o más valor?	1	2	3	4	5
Amenazas para los costos /ingresos					
¿La competencia pone en peligro los márgenes de beneficios?	1	2	3	4	5
¿Depende excesivamente de una o varias fuentes de ingresos?	1	2	3	4	5
¿Las fuentes de ingresos podrían desaparecer en el futuro?	1	2	3	4	5
¿Los costos amenazan con aumentar más rápido que los ingresos que generan?	1	2	3	4	5
Amenazas para la infraestructura					
¿Puede hacer frente a un cambio abrupto en el suministro de determinados recursos?	1	2	3	4	5
¿La calidad de los recursos se ve amenazada de alguna manera?	1	2	3	4	5
¿Hay actividades clave que podrían interrumpirse?	1	2	3	4	5
¿La calidad de las actividades se ve amenazada de alguna manera?	1	2	3	4	5
¿Corre peligro de perder clientes?	1	2	3	4	5
¿Los socios pueden colaborar con la competencia?	1	2	3	4	5
¿Depende demasiado de determinados socios?	1	2	3	4	5
Amenazas para la interacción con los clientes					
¿El mercado puede saturarse en breve?	1	2	3	4	5
¿La competencia pone en peligro la cuota de mercado?	1	2	3	4	5
¿Hay probabilidades de que los clientes se vayan?	1	2	3	4	5
¿Aumentara la velocidad de la competencia en el mercado?	1	2	3	4	5
¿La competencia pone en peligro los canales?	1	2	3	4	5
¿Es posible que los clientes dejen de utilizar los canales?	1	2	3	4	5
¿Alguna de las relaciones con clientes corre el peligro de deteriorarse?	1	2	3	4	5

Evaluación de oportunidades

Tabla 4.

Evaluación de oportunidades

Oportunidades de la propuesta de valor					
¿Puede generar ingresos recurrentes si convierte los productos en servicios?	1	2	3	4	5
¿Puede mejorar la integración de los productos o servicios?	1	2	3	4	5
¿Puede satisfacer otras necesidades de los clientes?	1	2	3	4	5
¿Existen complementos o ampliaciones admite nuestra propuesta de valor?	1	2	3	4	5
¿Existen actividades adicionales que puede realizar para los clientes?	1	2	3	4	5
Oportunidades de costos/ingresos	1	2	3	4	5
¿Puede sustituir los ingresos por transacción por ingresos recurrentes?	1	2	3	4	5
¿Existen otros elementos que estarían dispuestos a pagar los clientes?	1	2	3	4	5
¿Tiene oportunidades de venta cruzada con los socios o dentro de la empresa?	1	2	3	4	5
¿Tiene fuentes de ingresos que puede añadir o crear?	1	2	3	4	5
¿Puede elevar los precios?	1	2	3	4	5
¿Hay costos que puede reducir?	1	2	3	4	5
Oportunidades de infraestructura					
¿Puede utilizar recursos más económicos para obtener los mismos?	1	2	3	4	5
¿Hay recursos clave que puede adquirir de los socios?	1	2	3	4	5
¿Tiene recursos clave que están poco explotados?	1	2	3	4	5
¿Tiene objetos de propiedad intelectual sin utilizar que pueden ser valiosos para terceros?	1	2	3	4	5
¿Puede estandarizar algunas actividades clave?	1	2	3	4	5
¿Puede mejorar la eficiencia en general?	1	2	3	4	5
¿El soporte de Tecnologías de la información pueden aumentar la eficiencia?	1	2	3	4	5
¿Hay oportunidades de tercerización?	1	2	3	4	5
¿Una mayor colaboración con los socios permite concentrarse en la actividad empresarial principal?	1	2	3	4	5
¿Hay oportunidades de venta cruzada con los socios?	1	2	3	4	5
¿Los canales de los socios pueden ayudar a mejorar el contacto con los clientes?	1	2	3	4	5
Oportunidad de interacción con los clientes					
¿Los socios podrían complementar nuestra propuesta de valor?	1	2	3	4	5
¿Puede beneficiarse de un mercado creciente?	1	2	3	4	5
¿Puede atender nuevos segmentos de mercado?	1	2	3	4	5
¿Puede atender mejor a los clientes con una segmentación más depurada?	1	2	3	4	5
¿Puede mejorar la eficiencia o efectividad del canal?	1	2	3	4	5
¿Puede mejorar la integración de los canales?	1	2	3	4	5
¿Puede buscar nuevos canales de socios complementarios?	1	2	3	4	5
¿Pueden aumentar el margen si sirven a los clientes directamente?	1	2	3	4	5
¿Puede alinear mejor los canales con los segmentos de mercado?	1	2	3	4	5
¿Puede mejorar el seguimiento de los clientes?	1	2	3	4	5
¿Puede estrechar las relaciones con los clientes?	1	2	3	4	5
¿Puede aumentar la personalización?	1	2	3	4	5
¿Puede aumentar los costos de cambio?	1	2	3	4	5
¿Ha identificado los clientes que no son rentables?	1	2	3	4	5
¿Tiene que automatizar algunas relaciones?	1	2	3	4	5

Actividades

Una vez realizado el diagnóstico a partir de la matriz DOFA y el lienzo CANVAS, se propone realizar un proceso de acompañamiento para llevar un control efectivo de cada equipo de emprendedores durante 6 meses, para evaluar el impacto del plan de acción propuesto.

De manera simultánea se realiza acompañamiento consistente en reuniones de seguimiento, capacitaciones en temas asociados a las debilidades y amenazas detectadas en la matriz DOFA.

Tabla 5.
Etapas de la Guía Metodológica de post acompañamiento

ETAPAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
ETAPA 6						
ETAPA 5						
ETAPA 4						
ETAPA 3						
ETAPA 2						
ETAPA 1						

En la entrevista realizada a los emprendedores, se formuló la siguiente pregunta:

“Según su experiencia como emprendedor de Apps.co en la UNAB, ¿qué sugiere tener en cuenta para realizar el proceso del post acompañamiento?”

Se obtuvieron las siguientes respuestas que aportan al proceso de post acompañamiento:

- Acompañamiento para presentación Incubadora (Fondo Emprender) y énfasis marketing digital.
- Sugiere que el post acompañamiento se complemente en administración, jurídica (legalización de las empresas), contabilidad, en conclusión, aclarar las obligaciones tributarias y legales.
- Sugiere mayor capacitación en entrevistas, charlas, publicidad y apoyo para la visibilidad del emprendimiento.
- Recomienda tener en cuenta para el post acompañamiento el apoyo jurídico en el tema derechos de autor, porque tuvieron que hacer transformaciones profundas por normas legales e incluir el habeas data en la validación del negocio. También fortalecer la parte Financiera para planear adecuadamente y hacer proyecciones.
- Es importante resaltar el apoyo de los mentores aún después de terminar el proceso con la UNAB, ellos continuaron contestando las inquietudes que se nos presentaron.
- Resalta el respaldo de la UNAB que le permitió entrar en las diferentes empresas en Bucaramanga, es un sello, también destaca el compromiso de los mentores para fortalecer su emprendimiento.

5. Conclusiones

Se realizó una guía metodológica para el post acompañamiento a emprendedores de negocios TIC del Programa Apps.co en la UNAB, con las siguientes etapas: aplicación del instrumento evaluativo de los diferentes módulos del Canvas en la matriz DOFA, construcción del plan de acción y estrategias a realizar a partir del diagnóstico obtenido de matriz DOFA correlacionada con el Canvas, reuniones de seguimiento, jornadas de capacitación en herramientas tecnológicas, en temas relacionados con el producto, en términos de usabilidad, coherencia, rapidez, integración con redes sociales y evaluación final del plan de acción. Esta guía es aplicable a otro tipo de emprendimientos haciendo los ajustes necesarios con relación a los canales de comercialización.

Se identificaron las principales categorías asociadas a la fase de descubrimiento de negocios del programa Apps.co en la UNAB, modelo de negocio y sector económico. Es importante que cada emprendimiento diseñe su propio modelo y pueda diferenciar el proceso, producto o servicio para darle mayor valor agregado.

La identificación del modelo de negocio permite optimizar los procesos para que los emprendimientos sean competitivos, viables y sostenibles en el tiempo con el fin de dar continuidad a la innovación y ofrecer a los clientes, productos y servicios óptimos, acorde con sus necesidades.

El sector económico como segunda categoría es de vital importancia, para la generación de nuevos proyectos que contribuyen al crecimiento económico por medio de la generación de empleo, innovación tecnológica y desarrollo social.

Se sistematizó la experiencia de ocho emprendimientos del programa Apps.co en la UNAB, que estaban en la etapa de consolidación. Con base en el instrumento aplicado a los emprendedores quienes reconocen la importancia del acompañamiento del programa Apps.co en la UNAB para la creación y puesta en marcha de su emprendimiento, así como la importancia de fortalecer en la parte jurídica, marketing digital y la preparación para ofrecer sus productos a los clientes.

El programa Apps.co ha impactado la comunidad colombiana pues este proyecto permite mejorar las habilidades de los participantes para identificar claras oportunidades de negocio a través de herramientas sencillas y poderosas, como el modelo Canvas. Los participantes lograron validar su impacto en el mercado, empezando por prototipos rápidos hasta llegar a un producto que les permitió tener sus primeros clientes o usuarios. El programa Apps.co integra las diversas áreas del conocimiento en el emprendimiento TIC a través de convocatorias periódicas que dan inicio a los procesos de descubrimiento y validación de modelos de negocio y la UNAB fue un actor principal por participar en la mayoría de sus iteraciones.

El post acompañamiento se muestra como una herramienta que se convierte en oportunidad para potenciar la creación de negocios en Contenidos Digitales, entendiéndose éstos como industrias creativas digitales, ya que el espíritu de Apps.co permite el descubrimiento de oportunidades de negocio es en el post acompañamiento en donde se puede concretar muchas de las ideas a través de servicios de acompañamiento y entrenamiento metodológico para que equipos de

emprendedores desarrollen un proceso de validación en el mercado que viabilice el desarrollo de su iniciativa y de su producto digital a través de un modelo de negocio sostenible.

El post acompañamiento le permite a todos los emprendimientos que terminen la etapa de descubrimiento de negocios que tengan un producto mínimo viable y un modelo de negocio estructurado según sus necesidades específicas, por lo que la UNAB ha jugado un papel muy importante en la consolidación de esos emprendimientos que directamente han impactado el desarrollo de la sociedad colombiana y aquí se presenta una metodología de post acompañamiento que identifica las necesidades para la puesta en marcha de una oportunidad de negocio previamente validada.

6. Recomendaciones

Se debe fomentar el emprendimiento en los jóvenes desde las instituciones educativas para que puedan estructurar un proyecto de vida acorde con sus necesidades y el entorno, para asumir con responsabilidad las acciones y decisiones con disposición a correr riesgos moderados, capacidad de gestionar el riesgo para controlar y minimizar su impacto, determinación de llevar a cabo el desarrollo de proyectos en equipo y comunicarse adecuadamente, identificando oportunidades, autoaprendizaje, creatividad y pensamiento flexible.

La experiencia del post acompañamiento propicia la formación de comunidades de aprendizaje que se deben documentar de manera organizada y de fácil acceso, desde su inicio para que futuros emprendedores se beneficien del conocimiento adquirido en todo el proceso.

Se recomienda que la UNAB tenga un plan de tipo institucional que ayude a los participantes de Apps.co así como a emprendedores, estudiantes o egresados en la etapa de post acompañamiento que les permita desarrollar planes de marketing, flujo de ingresos y revalidación de modelos de negocios para potencializar el emprendimiento como factor de desarrollo regional.

6. Referencias Bibliografía

- Alemany, L. (2011). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*.
- Apps.Co-Unab. (2015). *Emprendimientos Apps.co-UNAB ya se encuentran en el mercado digital*. Obtenido de Apps.Co-Unab: <https://mprende.co/innovaci%C3%B3n/emprendimientos-appsco-unab-ya-se-encuentran-en-el-mercado-digital>
- Blank, S., & Dorf, B. (6 de Marzo de 2012). *The Lean LaunchPad Online*. Recuperado el 5 de Enero de 2013, de <http://steveblank.com/2012/09/06/the-lean-launchpad-online/>
- Blank, Steve. (8 de Marzo de 2011). *A New Way to Teach Entrepreneurship The Lean LaunchPad at Stanford Class 1*. Recuperado el 8 de Enero de 2014, de <http://steveblank.com/2011/03/08/a-new-way-to-teach-entrepreneurship-the-lean-launchpad-at-stanford-class-1/>
- Blank, Steve. (8 de MARzo de 2011). *A New Way to Teach Entrepreneurship The Lean LaunchPad at Stanford Class 1*. Recuperado el 8 de Enero de 2014, de <http://steveblank.com/2011/03/08/a-new-way-to-teach-entrepreneurship-the-lean-launchpad-at-stanford-class-1/>
- Brown, T. (2008). *Definitions of design thinking. Design Thinking: Thoughts by Tim Brown*, 7.
- Cohen Karen, D. (2009). *Tecnologías de información en los negocios* (5a. ed.). México, D.F.: MX: McGraw-Hill Interamericana, ProQuest ebrary.
- Congreso de Colombia. (2006). Ley 1314 de 2006, de fomento a la cultura emprendimiento. Diario oficial 46164.
- De Tecnologías, A. C. D. E., & Gutierrez, N. I. M. (2014). *Red de Mentores para el Fortalecimiento de Emprendimientos Tic Acti*.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2017). *Empleo Informal y Seguridad Social*. Obtenido de Bogotá: DANE Información Estratégica:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2017). *Empleo Informal y Seguridad Social*. Obtenido de DANE Información Estratégica:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad>

Drucker, P. F. (1986). *La innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios*.

Bogotá D.C.: Norma.

Duque Toro, C. C. . (2015). *Análisis de la contribución del sector público y privado de frente al*

desarrollo de la cultura emprenditorial en Colombia. Obtenido de Bachelor's thesis,

Universidad Militar Nueva Granada.

Equipo Técnico. (2017). *MinTIC abre nueva convocatoria de la fase de Descubrimiento de*

Negocios de Apps.co para emprendedores digitales del país. Bogotá. Obtenido de

Apps.co.: <https://apps.co/comunicaciones/noticias/mintic-abre-nueva-convocatoria-de-la-fase-de-descu/>

Equipo Técnico Apps.Co. (2017). *Convocatoria Descubrimiento de Negocios TIC - Industrias*

Creativas Digitales. Bogotá. Obtenido de Apps.co.: <https://apps.co/inscripciones/convocatoria/convocatoria-descubrimiento-de-negocios-tic-indust/>

Escorsa Castells, P., & Pasola, J. V. (2004). *Tecnología e innovación en la empresa* (Vol. 148).

Univ. Politèc. de Catalunya.

Gatignon, H., Gotteland, D., & Haon, C. (2016). Assessing Innovations from the Technology Perspective. En *In Making Innovation Last* (Vol. 1, págs. 19-51). Palgrave Macmillan UK.

Gómez, L., Martínez, J., & Arzuza, M. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. En *Pensamiento & gestión* (pág. 21).

Gómez, R., Hernando, J., & Mitchell, D. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia- Balance, perspectivas y recomendaciones de política: 2014-2018 .

Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2008). En *Metodología de la Investigación* (4 ed.). México: Mc Graw Hill.

Kiyosaki, R. T. (2013). El negocio del siglo XXI. En *Aguilar*.

Kunkel. (1991). "The impact of strategy and industry structure on new venture performance", Doctoral Dissertation. Athens: The University of Georgia.

Lizcano, A. R., Arévalo, A., & Zabala, S. A. (2014). Formación de innovadores en el desarrollo de aplicativos móviles. La experiencia Apps. co en Santander. En *Ingeniería solidaria* (págs. 9(16), 49-55).

López, J. (2017). *Fracasan en México 75% de emprendimientos*. Recuperado el 4 de diciembre de 2017, de El financiero: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fracasan-en-mexico-75-de-emprendimientos.html>

López, S., & Gómez, L. (2014). GEM Colombia 2014. En *Universidad del Norte*.

McClelland, D. C. (1967). *Achieving society*. Simon and Schuster.

Micó P.,González A. (2017). *Emprender con éxito* (Primera ed.). Mexico: Alfaomega.

Munoz, C. O. (2017). *Efecto de la intervención del Estado en el sector TIC para cerrar la brecha digital en Colombia 2012-2015*.

- Osterwalder, A. (2008). *Business Model Innovation- Matters*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2013, de <http://www.slideshare.net/Alex.Osterwalder/business-model-innovation-matter>
- Osterwalder, A. (2010). *Generación de modelos de negocio*. Planeta Colombiana.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. . (2011). *Generación de modelos de negocio*. Madrid: Grupo Planeta.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, T. . (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Deusto.
- Park, S. I. S., & Masi, S. D. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314.
- Portafolio. (2016). *Emprendimiento colombiano en cifras*. Bogotá. Obtenido de Portafolio.co.: <http://www.portafolio.co/innovacion/emprendimiento-colombiano-cifras-155078>.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Books.
- Rodeiro-Pazos, D., & Calvo-Babio, N. . (2012). El rol de los parques científico-tecnológicos en el emprendimiento universitario. Propuesta de un catálogo de indicadores de evaluación. *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 6(2), 95.
- Rodríguez Lozano, G. I. (2015). La economía informal y el desempleo: el caso de la ciudad de Bucaramanga (Colombia). En *Innovar* (págs. 25(55), 41-58).
- Salinas Ramos, F. &. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75.
- Santos, J. M. (2010). *Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014. Prosperidad para Todos*, Bogotá.
- Say, J. B. (1803). *Tratado de política económica*.

- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones.
- Schumpeter, J. A. (1957). *Teoría del desenvolvimiento económico* (Tercera ed.).
- Sen, A. (2000). El desarrollo como libertad. En *Gaceta Ecológica* (págs. (55), 14-20).
- Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *Sectores económicos*. Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos
- Tassara, C. A. (2015). Pobreza y desigualdad en Colombia: análisis del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018. En *Seguimiento y análisis de políticas públicas en Colombia*. Anuario: Carolina Isaza.
- Thornton, P. H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual review of sociology*, 19-46.
- Thorp, R., Acosta, A. A., Bocco, A., Chiriboga, M., Fernández, I., Moncayo, P., & Ramos López, E. . (1998). Progreso, pobreza y exclusión: una historia económica de América Latina en el siglo XX (No. E10 1399). Econometric Society, Evanston, Ill.(EUA).
- Vesga, R. (2008). *Emprendimiento e innovación en Colombia:¿ qué nos está haciendo falta*. Observatorio de Competitividad del Centro de Estrategia y Competitividad .
- Vesga, R. (2012). *Guía para los mentores del programa Lean Launchpad Colombia*.
- Villegas, R. V. (2001). *Innovación empresarial: arte y Ciencia en la Creación de empresas*. Pearsoneducación.

Anexos

A. Lienzo Canvas “Vivamos el campo”



Vivamos el campo Turismo Rural Proyecto para el Fondo Emprender Plantilla Canvas Lean		Junio de 2017	<input checked="" type="checkbox"/> Original <input type="checkbox"/> Alternativo	
PROBLEMA A SOLUCIONAR 1. Cliente Propietario a) Falta de Promoción y Visibilización de los Alojamientos Rurales b) La dificultad para recibir pagos con tarjetas débito o crédito c) Altos costos de Intermediación de terceros d) Desplazamiento de los jóvenes del campo a la Ciudad 2. Cliente Turista (consumidor) a) Desconocimiento de la existencia y localización de los Alojamientos o servicios turísticos rurales. b) Dificultad para encontrar Alojamientos Rurales que reciban pagos con tarjetas débito o crédito	SOLUCION Plataforma web que promociona Alojamientos y Servicios Turísticos Rurales mediante catálogo, contenidos multimedia novedosos y gestión de reservas con recepción de diversos pagos online. Como valor añadido, se ofrece un turismo natural y vivencial, con intercambio cultural ofreciendo precios justos por la intermediación. METRICAS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos Clientes • Fidelización Clientes • Campañas y ofertas en la Web • Tecnología de punta en contenidos multimedia • Seguimiento post-venta 	PROPOSICION DE VALOR UNICA Nuestra propuesta es una Plataforma Web que promociona y permite gestionar servicios turísticos Rurales a través de catálogo de Alojamientos y Paquetes Turísticos, describiendo los sitios con contenidos multimedia de última generación, además de las indicaciones de localización y características propias de habitaciones. La plataforma también facilita la reservación y pago online de los servicios a través de diferentes métodos (tarjeta crédito, débito, efectivo, etc.). Como valor añadido, a través del proyecto, se busca promover la legalidad en la prestación de servicios Turísticos Rurales, además de la capacitación de propietarios y colaboradores de Alojamientos Rurales.	VENTAJA ESPECIAL La plataforma web de Vivamos el Campo buscará generar un alto nivel de interacción de los usuarios con el Turismo Rural, ofreciendo seriedad y compromiso en sus servicios, con contenidos reales y tangibles, convirtiéndose así en un producto necesario y novedoso. CANALES A UTILIZAR 1. Viajes de Familiarización 2. Uso de Redes Sociales 3. Asistencia a ferias y eventos del Sector 4. Campañas de Marketing	SEGMENTO DE CLIENTES 1. Cliente Propietario a) Propietario Campesino 2. Cliente Turista (Consumidor) a) Nacional b) Extranjero c) Comunidad LGBT d) Clientes segmentados así: Niños entre 0 y 7 años, y Adultos de 7 años en adelante (En términos de reservación de hospedaje)
ESTRUCTURA DE COSTOS 1. Equipos Tecnológicos 2. Equipo de Oficina 3. Arreglo de Oficina 4. Campaña de Marketing 5. Legalización de la Empresa 6. Licencias de software 7. Señalización en los Alojamientos 8. Salarios y Honorarios 9. Servicios externos		FLUJO DE INGRESOS 1.- Intermediación entre el Propietario de Alojamiento Rural y el Turista (Consumidor) para la venta del servicio de Alojamiento con una comisión justa sobre el valor de venta		


Vivamos el campo Turismo Rural Proyecto para el Fondo Emprender			<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin: 0 auto;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin: 0 auto; background-color: yellow; text-align: center;">X</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100px; margin: 0 auto;"> Junio de 2017 </div>
<p style="text-align: center;"><u>ALIADOS</u></p> <p style="text-align: center;">MinTic Universidades Uniboyaca SENA</p> <p style="text-align: center;">Cámara de Comercio de Tunja</p> <p style="text-align: center;">Secretaria de Cultura y Turismo Departamental</p> <p style="text-align: center;">Secretaria de Productividad y Tics Departamental</p> <p style="text-align: center;">Alcaldías</p> <p style="text-align: center;">Asociaciones de Turismo</p>	<p style="text-align: center;"><u>ACTIVIDADES CLAVE</u></p> <p style="text-align: center;">1.- Capacitación a los propietarios</p> <p style="text-align: center;">2.- Promoción de la oferta por redes sociales</p>	<p style="text-align: center;"><u>PROPUESTA DE VALOR</u></p> <p>1.-El turismo Rural es poco visibilizado en Colombia</p> <p>2.-Este tipo de alojamiento no puede recibir pagos en línea</p> <p>3.-Hay desconocimiento para saber dónde se encuentran los alojamientos rurales</p> <p>4.-Hay un problema Social en el campo por la falta de ingresos</p> <p>5.-Evitamos desplazamiento del campesino joven hacia la ciudad por falta de empleo</p> <p>6.-Por el conflicto armado existirán zonas donde el turista podrá ir</p>	<p style="text-align: center;"><u>RELACION CON LOS CLIENTES</u></p> <p style="text-align: center;">1.- Propietarios</p> <p style="text-align: center;">2.- Creamos Confianza</p> <p style="text-align: center;">3.-Tenemos Conocimiento</p> <p style="text-align: center;">4.- Damos Visibilización</p> <p style="text-align: center;">2.- Turista</p> <p style="text-align: center;">1.- Facilidad de pago</p> <p style="text-align: center;">2.- Conocimiento del sitio</p> <p style="text-align: center;">3.- Conocimiento de la ruta</p> <p style="text-align: center;"><u>CANALES A UTILIZAR</u></p> <p style="text-align: center;">1.-Visitas personalizadas</p> <p style="text-align: center;">2.- Reuniones masivas con demostraciones prácticas con Video bean y computador</p> <p style="text-align: center;">3.- Cursos presenciales</p>	<p style="text-align: center;"><u>SEGMENTO DE MERCADO</u></p> <p style="text-align: center;">PROPIETARIOS DE ALOJAMIENTOS</p> <p>1.- Visibilizar los Alojamientos Rurales en la Web y que mediante plano y señalización que se conozca cómo llegar.</p> <p>2.- Mejorar los ingresos de los propietarios.</p> <p>3.- Evitar el desplazamiento de los jóvenes a la ciudad.</p> <p style="text-align: center;">PARA LOS TURISTAS</p> <p>1.-Saber en dónde están situados los alojamientos y como llegar a ellos</p> <p>2.- Poder pagar en línea</p>
<p style="text-align: center;"><u>COSTOS</u></p> <p style="text-align: center;">1.- Licencias de software</p> <p style="text-align: center;">2.- Pago publicidad a Redes Sociales</p> <p style="text-align: center;">3.- Desplazamientos</p> <p style="text-align: center;">4.- Señalización</p> <p style="text-align: center;">5.- Asesoría profesional especializada</p> <p style="text-align: center;">6.- Ayudas para capacitación (Equipos)</p>		<p style="text-align: center;"><u>UTILIDAD QUE SE OBTENDRA</u></p> <p style="text-align: center;">Intermediación entre el Propietario de Alojamiento Rural y el Turista (Consumidor) para la venta del servicio de Alojamiento con una comisión justa sobre el valor de venta</p>		

B. Categorización de los emprendimientos (Objetivo 1)

ITERACION	EMPRESA	CATEGORIA		CIUDAD	DESCRIPCION	SITIO WEB Y REDES SOCIALES
		MODELO DE NEGOCIO	SECTOR			
1		B2C	Comercio, construcción y comunicaciones.	Bucaramanga	El sistema de información de materiales para construcción - VIGA- tiene como propósito ser una herramienta imprescindible en la elaboración de presupuestos de obra empleando información actualizada suministrada por proveedores de materiales , promoviendo así, integridad y transparencia en procesos relacionados con la industria de la construcción.	http://www.viga.com.co/ https://www.facebook.com/vigaSAS?fref=ts
1		C2B	Comercio	Bucaramanga	Aplicativo que administra los procesos de gestión logística en las empresas que comercializan y distribuyen sus productos en canales tradicionales como mini mercados y tiendas de barrio, a través de indicadores de control operativo relacionados con la seguridad, la efectividad y rutas inteligentes mediante el intercambio de información entre el cliente y la empresa.	https://twitter.com/AlestraGeo

1		C2B	Comunicaciones	Bucaramanga	Una App. que facilita y mejora la comunicación entre las personas y las empresas, mediante un nuevo canal.	
1		B2C	Comunicaciones	Cúcuta	Plataforma web semántica basada en infraestructura Linked Data para el sector turístico colombiano.	
1		C2B	Servicios	Bucaramanga	Es la aplicación móvil que permite a usuarios y clientes de entidades bancarias, reservar un turno para realizar sus transacciones financieras evitándoles hacer las engorrosas, prolongadas y tradicionales filas bancarias, permite a dichas entidades, brindar un servicio preferencial tanto a usuarios y clientes, y representa un medio masivo y efectivo para convertir a los usuarios en clientes.	https://twitter.com/Bankar_Co
1		B2C	Servicios	Bucaramanga	Diagnostica la situación financiera del usuario, permitiendo planificar metas financieras personales a corto, mediano y largo plazo. Calcula y compara opciones de endeudamiento o inversión, teniendo información para tomar mejores decisiones financieras.	

<p>1</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Es una aplicación, desarrollada para moverse a través de la plataforma Android, orientada al servicio de atención a mesa en restaurantes, bares y discotecas.</p>	<p>https://www.facebook.com/MeseroDigital https://twitter.com/meserodigital</p>
<p>1</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Créditos estudiantiles busca resolver el problema de la falta de información de las personas al tomar decisiones que tienen que ver con obtener créditos para estudiar a diversos niveles. Es una App que permite encontrar no solo información unificada de créditos estudiantiles en Colombia y para colombianos sino además brinda a los usuarios la posibilidad de comparar y escoger la mejor opción de acuerdo a sus necesidades y sus posibilidades financieras mediante un sistema de comparación y de simulación de crédito.</p>	<p>https://twitter.com/Cestudiantiles https://www.facebook.com/Crediestudiantiles?ref=hl</p>






<p>1</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Servicio web para la gestión del flujo de caja dinámico que ayude a tomar decisiones en el momento de adquirir endeudamiento financiero y evaluación diferentes alternativas.</p> <p>Ofrecer a diferentes compañías que vendan bienes y servicios de consumo, el espacio publicitario porque tenemos una cartera de clientes que están pesando en adquirir bienes y servicios mediante endeudamiento financiero.</p>	
<p>1</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Es un servicio que desarrolla páginas web para dispositivos móviles sin conocimientos técnicos, que soluciona el problema de experiencia de usuario al navegar páginas web creadas para el mouse y monitores grandes y no para nuestros dedos y la pequeña pantalla de un dispositivo móvil.</p>	

1		B2B	Servicios	Bucaramanga	Bajos costos, actualización inmediata sin mayores costos, asesoría en distintas áreas relacionadas con el buen desempeño de una empresa hechas por especialistas, y asesorías en tiempo real, técnicos especializados en tiempo real.	
1		B2B	Servicios	Bucaramanga	Administración eficiente de proyectos de bienes raíces a cargo del agente a través de una aplicación móvil. Determinación de bienes factibles de acuerdo a eventos claves en la decisión de posibles compradores o arrendatarios y análisis detallado de facturas	
1		B2C	Servicios	Bucaramanga	Mejora la relación que hay entre los locales comerciales y sus clientes. La plataforma resultante ofrecerá de una forma fácil y agradable, un medio por el cual pueden darse a conocer los locales comerciales junto con los productos que ofrecen, para que sus clientes se vuelvan recurrentes, y permitirá que estos últimos, reciban la información de las diferentes promociones y ofertas, teniendo en cuenta sus gustos y su posición geográfica.	





<p>1</p>	 <p>UN MUNDO DE SERVICIOS PARA EL HOGAR ***** AL ALCANCE DE TU MANO</p>	<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>ServiCenter es ahora un aplicativo móvil que ofrece a sus usuarios información que permite conocer al personal que presta los servicios, con una base de datos de hojas de vida que incluyen perfil profesional, experiencia laboral, disponibilidad de tiempo y la posibilidad de calificar su trabajo mediante puntuación y comentarios. Sus servicios incluyen aseo, mantenimiento de electrodomésticos, cerrajería, electricistas, plomería, pintores, carpintería y jardinería.</p>	<p>https://twitter.com/ServiCenterCo</p>
<p>1</p>	 <p>DONDE ARRIENDO?</p>	<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Ofrece otros criterios de selección y búsqueda de inmuebles, ubicaciones de los inmuebles con cercanías a locales comerciales, niveles de seguridad, entre otros. Fortaleza del 3D para observación del inmueble desde la plataforma.</p>	
<p>1</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Aldeaco es una plataforma virtual para móvil y web, donde los usuarios puedan chatear, jugar y además intercambiar productos y servicios con empresas vinculadas, en un entorno amigable y de fácil uso en 3D; buscando incentivar el comercio electrónico en la región.</p>	

<p>1</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>El Servicio se puede dividir en dos secciones para los dos tipos de clientes. Por un lado, es el servicio en caso de los restaurantes de conocimiento de sus comidas y la facilidad de aumentar en número sus pedidos y tener una base de datos actualizadas de sus clientes y gustos. Y por otro lado es el servicio de los usuarios quienes encontraran facilidad, comodidad, rapidez y descuentos en este servicio de domicilios por móvil.</p>	<p>https://www.facebook.com/FoodStoreCo?fref=ts</p>
<p>1</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>San Gil</p>	<p>Versiones de pruebas gratis, para que los usuarios conozcan el videojuego. Descarga de actualizaciones desde la página oficial de la empresa a cómodos precios, con una versión de prueba gratis de otro videojuego para promocionarlos.</p>	
<p>2</p>		<p>B2C</p>	<p>Industrial</p>	<p>Cúcuta</p>	<p>Es una aplicación que permite a palmicultores la gestión de procesos administrativos y de producción, mejorando su comunicación y la toma de decisiones.</p>	<p>https://www.facebook.com/palmatool.desarrollotecnologicoenpalmiticultura?fref=ts</p>





2	 <p>LA TORRE CHOCOLATES Con chocolates latorre personalizas tus emociones</p>	B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Con este aplicativo podrás personalizar tus cajas de chocolates con tamaños, mensajes, fotografías e incluso la forma y sabor de este tradicional dulce.</p>	<p>http://chocolateslatorre.com/</p>
2	 <p>Lánzame Despegamos tus ideas</p>	B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Lánzame.co es una plataforma de encuentro entre inversores y proyectos que aborda el sistema de financiamiento colectivo para sacar adelante empresas creativas.</p>	
2	 <p>Rastreamovil La tranquilidad de saber que sus hijos se transportan en las mejores manos</p>	B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Es un aplicativo de monitoreo y localización georeferenciada que garantiza información en tiempo real sobre el transporte escolar.</p>	
2	 <p>Ruta Cultura Santander Tu experiencia memorable por Santander</p>	B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Será la guía virtual que te ayudará a conocer la cultura desde otro punto de vista, mostrará lugares inesperados y ofrecerá diversión a través de los misterios que esconde Santander.</p>	<p>https://www.facebook.com/rutacultura?fref=ts</p>
2	 <p>BSP Buffet de Servicios Profesionales</p>	B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Centro virtual empresarial del país que actúe como canal de vinculación y contratación para trabajo a distancia.</p>	<p>https://www.facebook.com/COMUNIDADBSP?fref=ts</p>

2		B2C	Comercio	Bucaramanga	Street shopping es un aplicativo que permite realizar de manera fácil y rápida las compras desde el celular, a través de escaneo de códigos QR	
2		B2C	Comercio	Bucaramanga	Facilita la consulta de proveedores y compra de productos alimenticios en la línea de refrigerios o pasabocas para eventos o reuniones.	
2		B2B	Servicios	Bucaramanga	Íntegra es una plataforma web que permite la gestión y estandarización de flujos de información administrativa en el sector educativo.	
2		B2C	Servicios	Bucaramanga	Easy tool creator es la herramienta que ayudará a diseñadores gráficos, publicistas y creativos en general, a crear aplicaciones móviles de forma fácil y rápida.	
2		B2C	Servicios	Bucaramanga	Glaux app ofrece la mejor oferta técnica y profesional de atención a emergencias domésticas, geolocalizando la opción más oportuna y cercana.	https://www.facebook.com/glauxapp?fref=ts

2		B2C	Comunicaciones	Charalá	Publicidad en la nube es la herramienta que permite realizar diseños publicitarios de forma sencilla, para ser compartidos a través de redes sociales.	
2		B2C	Servicios	Cúcuta	Sistema de gestión de pasajes distribuido en diferentes puntos ubicados en toda la ciudad.	
2		B2C	Servicios	Bucaramanga	Es la aplicación que brinda información para descubrir destinos turísticos de forma fácil, rápida, con la seguridad que necesitas y lo mejor de todo: offline.	https://www.facebook.com/ummuscolombia?ref=ts https://twitter.com/ummusColombia
2		B2B	Servicios	Bucaramanga	Educatio es el servicio web que permite actividades de intercambio, donación y venta de material educativo, nuevo y usado, a la comunidad académica.	
2		B2C	Comercio	Bucaramanga	Es el aplicativo móvil que te acompaña en tu proceso de decisión de compra, permitiendo conocer la experiencia que otros usuarios han tenido con el producto que te interesa.	

2		B2C	Comercio	San Gil	Virtual Mall es la aplicación que permite realizar compras y visualizar los productos a través de un recorrido virtual en 3D. Con esta herramienta los usuarios lograr tener una mayor visualización de los productos que le interesan.	
2		B2B	Servicios	Bucaramanga	Plataforma web que ayude a las empresas en la administración de los archivos físicos y digitales.	https://www.facebook.com/linkdoc?fref=ts
2		B2B	Servicios	Cenipalma	Smart Office es el aplicativo diseñado para la administración de los sistemas de seguridad de las oficinas, permitiendo a los usuarios activar y verificar el funcionamiento de las herramientas de seguridad desde su celular.	
2		C2B	Comunicaciones	Cúcuta	Espatod@s es una aplicación móvil que permite georeferenciar barreras y limitaciones que existen en los espacios públicos para las personas en condición de discapacidad o movilidad reducida, garantizando su seguridad.	https://www.facebook.com/ESPPATODOS

3		B2C	Servicios	Bucaramanga	Con Appetitos podrás pedir y personalizar tu comida a domicilio, evitando los trancones, el desplazamiento y sin salir del lugar donde estés.	https://www.facebook.com/appetitos?fref=ts https://twitter.com/appetit osapp
3		B2C	Comercio	Bucaramanga	Es una aplicación en la cual encontrarás información, promociones y descuentos sobre repuesto, lujos, y servicios para carros y motos.	
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	Cita Online permitirá a los profesionales de la salud atraer a nuevos pacientes y al usuario agendar sus citas de forma rápida y fácil, a cualquier hora del día.	Esta página no está disponible.
3		B2C	Comercio	Bucaramanga	Asistente virtual que permite adquirir artículos y productos para bebés e infantes. Es tu asistente de compras virtual para que vivas tranquilamente el proceso de maternidad.	https://twitter.com/Baby SeasonCo
3		B2C	Comercio	Pasto	Rescatando el Conocimiento artesanal y Ancestral del Carnaval de Negros y Blancos con las TIC	https://twitter.com/maki puraART

3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Aplicación móvil donde los padres de familia podrán encontrar diferentes productos y servicios para su bebé o niños de 0 a 8 años (médicos, pediatras, guarderías, colegios, gimnasios, escuelas de fútbol, música, niñeras, ropa, coches, juguetes, biberones)</p>	<p>https://www.facebook.com/appdelbebe?fref=ts</p>
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Es un aplicativo web rápido, intuitivo y seguro que facilita la consulta médica convirtiendo la voz en texto para el registro de la historia clínica, logrando así, que el médico pueda brindarle mayor atención a su paciente.</p>	<p>https://www.facebook.com/pages/Intell-Med/487919544636170?fref=ts</p>
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Aplicación que permite que los clientes de restaurantes tengan un conocimiento previo de su pedido, a través de un menú detallado sobre productos, precios y descuentos disponibles.</p>	
3		B2B	Servicios	Bucaramanga	<p>Aplicación móvil y web que facilita a los organizadores de eventos, el registro, control e ingreso de los asistentes a sus eventos públicos.</p>	

3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Es una aplicación que informará la situación técnico-mecánica de su vehículo y que además alertará sobre ajustes, mantenimientos y reparaciones. Proporcionando diagnósticos precisos y seguros. Así también el usuario podrá conocer el lugar, horarios de atención, servicios disponibles y datos de contacto de Centros de Diagnóstico Especializado y Talleres Autorizados, junto a la posibilidad de comprar suministros y piezas para su vehículo de manera fácil, rápida y segura.</p>	https://www.facebook.com/CarCareSAS?fref=ts
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Aplicación donde los abogados encontrarán todos los códigos colombianos y podrán escribir notas que se sincronizarán en la nube para ser vistas desde cualquier dispositivo.</p>	https://www.facebook.com/paratodosderecho?fref=ts https://twitter.com/derechoptodos
3		B2C	Comercio	Bucaramanga	<p>Es la guía virtual en la que encontrarás información de lo que puedes hacer, comprar y probar en tus viajes.</p>	http://www.turisco.com.co/ https://www.facebook.com/turisco?fref=ts

3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Aplicación web que reúne los eventos más importantes del día, tanto gratuitos como pagos, para que no te vuelvas a perder de ese plan que tanto te gusta.</p>	<p>https://www.facebook.com/ArmaTuPlan?fref=ts</p>
3		B2C	Comunicaciones	Bucaramanga	<p>Es un videojuego que desarrolla conciencia en las personas, respecto al uso del medio ambiente y su preservación, de modo didáctico y efectivo.</p>	
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Aplicación móvil que permite monitorear remotamente y en tiempo real los signos vitales, chequeos médicos y ubicación gráfica de posición corporal en cama de los pacientes en las entidades médicas.</p>	<p>http://www.sistole.co/index.php https://www.facebook.com/pages/Sistole/227665750729428?fref=ts</p>
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Es una aplicación donde los clientes de supermercados pueden escoger en dónde desean comprar su mercado y hacer su lista de compras con los productos que desea recibir en la casa.</p>	

<p>3</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Herramienta que facilitará la adquisición de boletería digital para eventos masivos, permitiendo velocidad en la compra, variedad de puntos de pago y comunicación con los organizadores del evento.</p>	<p>https://www.facebook.com/pautickmovil?fref=ts</p>
<p>3</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Chatea, diviértete y entérate de la mejor rumba haciendo parte de la red Tu Tomata, aplicación donde puedes conocer nuevos amigos e interactuar con los establecimientos de la zona (chatea, diviértete y entérate de la mejor rumba, haciendo parte de la red Tu Tomata).de podrás conocer nuevos amigos e interactuar con los establecimientos de la zona.</p>	
<p>3</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Cúcuta</p>	<p>Es una aplicación web y móvil que permite publicar y conocer ofertas y promociones en tiempo real.</p>	

3		B2C	Comercio	Bucaramanga	<p>SI-Móviles es un emprendimiento dentro de la iniciativa Apps.co del MinTIC orientado a ofrecer servicios de diseño, despliegue y comisionamiento de sistemas de información con redes inalámbricas de sensores para la industria y la gestión ambiental.</p>	<p>https://www.facebook.com/Red.SI.Moviles?fref=ts</p>
3		B2C	Servicios	Cúcuta	<p>Es una plataforma social que agiliza y facilita el acceso a los procesos judiciales, las leyes y la jurisprudencia, para interesados como estudiantes, abogados, jueces, entre otros.</p>	<p>https://www.facebook.com/JustSapiens</p>
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Es una aplicación que permite comprar, vender, encontrar pareja para tu mascota y recibir los mejores tips para su cuidado.</p>	<p>https://twitter.com/Pet2Pair</p>
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Es una aplicación que permite calcular los gastos de viaje y acceder a información vital del trayecto.</p>	
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Es una herramienta que permite acceder a una gran variedad de ofertas en hoteles, moteles, restaurantes, bares y discotecas.</p>	<p>https://www.facebook.com/CuponeTando?fref=ts</p>

3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Es un aplicativo de acceso a información para hacer válida la garantía y mantenimiento de electrodomésticos en los centros de servicios autorizados por las marcas.</p>	
3		B2C	Industrial	Bucaramanga	<p>Es una herramienta que ubica cultivos de palma geográficamente e interactúa con el mismo de forma detallada, permitiendo administrar la plantación de forma Integral y observar los cambios o modificaciones que se presentan a medida que se van ejecutando labores.</p>	
3		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Plataforma que ofrece la oportunidad a tutores y estudiantes de conseguir servicios de asesorías en todo momento con excelentes conocimientos en las áreas que necesiten.</p>	
3		B2C	Servicios	Cúcuta	<p>Aplicación médica para realizar eventos virtuales.</p>	

4		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Mi tarjetero es la Aplicación móvil que permitirá aportar y presentar tarjetas de negocios, al igual que consultar y almacenar las que se reciben; propuesta innovadora que aporta a temas como el desarrollo social, consumo, publicidad y medio ambiente.</p>	<p>https://www.facebook.com/CardTic.co?fref=ts</p>
4		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>El Profe es la plataforma web y móvil que brindará la información necesaria para encontrar profesionales idóneos que orienten a estudiantes de básica primaria, secundaria, y pregrado en todas las áreas del conocimiento.</p>	
4		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Aplicativo que dispone alertas y consejos de médicos e instituciones de salud para el cuidado adecuado del cuerpo.</p>	<p>https://www.1doc3.com/ https://www.facebook.com/1doc3?fref=ts</p>
4		B2C	Industrial	Bucaramanga	<p>Herramienta que permite entrenamiento de seguridad para campos petroleros a través de simulaciones de riesgo en 3D.</p>	

4		B2C	Construcción	Bucaramanga	Transmission es la aplicación que permitirá a los ingenieros tener a su alcance los mejores productos y marcas, para resolver las necesidades que se presentan al momento de diseñar una máquina, ahorrando tiempo y recursos para sus empresas.	
4		B2C	Servicios	Bucaramanga	Es una aplicación para dispositivos móviles que busca visualizar e interactuar con amigos lugares y eventos de interés en tiempo real, usando la realidad aumentada.	https://www.facebook.com/jirafaco ?fref=ts https://twitter.com/Jirafaco
4		B2C	Servicios	Bucaramanga	Fast Market es la herramienta que permitirá realizar compras de la canasta familiar, evitando el traslado a supermercados y demás establecimientos.	
4		B2C	Servicios		Todería es la aplicación que ofrecerá todo tipo de productos y servicios para que sean ubicados de forma rápida, sencilla y económica.	




4	Sistema Consolidador de las licitaciones de América Latina	B2C	Servicios	Bogotá	Portal que ofrece suministra información sobre la contratación estatal latinoamericana, ofreciendo a sus clientes información consolidada de manera oportuna.	
4		B2C	Servicios	Bucaramanga	Cinestampilla es la opción de gestión y control que le permitirá a los artistas audiovisuales lograr una mayor distribución de sus obras en los principales festivales, concursos y convocatorias nacionales e internacionales.	
4		B2C	Servicios	Bucaramanga	INFOEVENTOS: La forma más fácil para enterarse de los eventos culturales, académicos, deportivos y de entretenimiento que suceden en la ciudad a través de un plataforma web dinámica que sirva como herramienta de integración social.	
5		B2B	Agropecuario	Bucaramanga	Apoya el desarrollo de la industria agrícola enfocándose en facilitar la administración de los cultivos en invernaderos, llevando a los mismos a tener una producción eficiente.	

5		B2C	Comercio	Ocaña	ZocoO es tu tienda virtual, donde encontrarás los productos del mercado que necesitas, una alternativa, rápida, económica y en la puerta de tu casa	
5		B2B	Servicios	Bucaramanga	Aplicación móvil para el control y seguimiento a tratamientos médicos asignados a los pacientes crónicos.	
5		B2B	Construcción	Piedecuesta	Ofrecemos servicios de diseño de exteriores e interiores, realizamos diseños arquitectónicos mediante la modelación en 3D.	
5		B2C	Servicios	Bucaramanga	Portal para encontrar personal disponible para trabajar en restaurantes y empresas en general. Aprovecha tus días libres trabajando. ¡Cientos de empresas están buscando personas como tu	

5		B2B	Transporte	Bucaramanga	Es una plataforma en Internet que sirve para que los transportadores busquen carga disponible en el momento y el lugar en el que lo necesiten, a su vez donde las empresas de logística y/o generadoras de carga publican sus ofertas de carga para ser transportada.	
5		B2B	Agropecuaria	Valledupar	Es una plataforma web que valoriza el producto al campesino; pero a la vez entregamos a la empresa o usuario a muy buen precio.	
5		B2C	Minero y Energético	Valledupar	Plataforma web y móvil para el sector minero y de hidrocarburos en geo cerca para el almacenamiento y manejo de información en campo.	
5		B2B	Comercio	Valledupar	Sex-shop online que vende productos para estimular la vida sexual de manera discreta para proteger la seguridad del usuario.	https://www.facebook.com/DiscretionApp

5		B2C	Comercio	Valledupar	<p>Permite a las personas que presentan algún desperfecto tecno-mecánico con su vehículo, encontrar un servicio de asistencia vehicular y auxilio mecánico a través de su dispositivo móvil en tiempo real</p>	<p>http://jandreszm.wix.com/servi-vehiculos#!acerca/cipy</p>
5		B2C	Comercio	Bucaramanga	<p>Es un portal para adquirir productos a un menor precio. Paguemos menos comprando juntos!</p>	
5		B2B	Servicios	Bucaramanga	<p>Somos el portal para la educación continua del sector salud en Colombia</p>	<p>https://www.facebook.com/eduvisaco</p>
5		B2C	Servicios	Yopal	<p>Aplicación que permite a los padres de familia e instituciones educativas de primaria y secundaria realizar seguimiento escolar a la asistencia, calificaciones, mediante comunicación fácil, fluida y en tiempo real.</p>	<p>https://www.facebook.com/Educajunto http://www.educajunto.com/</p>

5		B2C	Servicios	Cúcuta	<p>Emprendimiento que ayuda a educar y concienciar a la comunidad sobre el reciclaje y su impacto para la sociedad. Videojuegos.</p>	<p>https://www.facebook.com/comandoeco</p>
6		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Es un producto tecnológico dirigido a las instituciones educativas para afianzar la comunicación entre padres de familia, estudiantes y colegio; seguimiento diario que permite mejorar el nivel académico de los educandos y consolidar los vínculos familiares</p>	<p>https://www.facebook.com/evozapp?fref=ts</p>
6		B2C	Servicios	Valledupar	<p>En PoliHelp puedes encontrar datos relacionados con las zonas seguras de tu ciudad, tips de seguridad para evitar ser víctima de delitos en las calles.</p>	<p>https://www.facebook.com/poliHelp</p>

6		B2C	Servicios	Valledupar	<p>SIACADEMICA es un sistema de información encargado de administrar los procesos académicos y financieros de las instituciones educativas utilizando tecnología web y móvil. Este sistema fue creado pensando en el usuario, en su facilidad y comodidad, por lo cual el manejo es sencillo y ofrece un sin número de funcionales con respecto a los procesos académicos en su institución educativa.</p>	<p>www.siacademica.co</p>
6		B2B	Servicios	Valledupar	<p>Aplicativo que pretende por medio de la tecnología y la termografía contribuir en la detección temprana de cáncer de mama</p>	<p>www.facebook.com/Dxmamapps</p>
6		B2C	Comercio	Valledupar	<p>Plataforma que permite la compra y venta de artículos tecnológicos, de acuerdo a las necesidades del usuario</p>	<p>http://www.encuentraloya.com/ www.facebook.com/Encuentraloya.co</p>



6		B2C	Servicios	Chiquinquirá	<p>Aplicativo móvil que permita realizar una visita virtual en tercera dimensión en la que los estudiantes que cursan grado décimo o undécimo y egresados de las diferentes instituciones educativas interactúen con los programas de educación superior y la planta física de las universidades del país; por el que evitan el desplazamiento y visita en forma presencial a las instalaciones de las mismas.</p>	
6		B2C	Servicios	Tunja	<p>Aplicación móvil que analiza, clasifica y asesora tu imagen, para lograr de la mano de expertos, el estilo ideal.</p>	
6		B2C	Servicios	Tunja	<p>Aplicativo que facilita la compra de artículos en tiendas de barrio, a través de un dispositivo móvil y una plataforma web. Con Pide Tienda, los usuarios podrán recibir los artículos que requieran a domicilio y sin ningún valor adicional.</p>	<p>www.pidetienda.com https://www.facebook.com/pidetienda</p>

6		B2C	Servicios	Tunja	<p>Herramienta que brinda información sobre las diversas actividades recreativas y entretenimiento en la ciudad, permitiendo personalizarla según los gustos y preferencias del usuario</p>	
6		B2B	Agropecuario	Chiquinquirá	<p>Es un aplicativo móvil encaminado a crear una herramienta básica, versátil y pragmática para el ganadero, que le permita emplear toros calificados estadísticamente en sus hatos lecheros, con el fin de evitar factores adversos en cruzamientos como la consanguinidad y garantizar que la futura cría pueda incrementar el valor genético del rebaño sin deprimir el objetivo de producción.</p>	<p>https://www.facebook.com/cruceganadero</p>
6		B2C	Agropecuario	Toca	<p>Plataforma web que permite a productores, ofertar sus productos directamente al consumidor. Este portal facilita la compra directa al campesino, evitando la intermediación y permitiéndole a sus compradores obtener lo mejor de las cosechas del campo.</p>	<p>www.comproagro.com https://www.facebook.com/Comproagro</p>




6		B2B	Servicios	Piedecuesta	<p>Es una solución móvil, creada para las pequeñas y medianas empresas - PYMES, que desarrollan el 90% de su trabajo en campo abierto. Es un apoyo para Residentes de Obra, Coordinadores de Proyectos o Administradores de Recursos Humanos, que permite organizar, controlar y hacer seguimiento al talento humano de las empresas.</p>	<p>https://www.facebook.com/vigianetwork</p>
6		B2B	Agropecuaria	San Gil	<p>Aplicación que permite a los caficultores llevar un registro de las actividades de su cultivo para conocer las utilidades de su negocio.</p>	<p>https://www.facebook.com/ProyectoCafe2</p>
6		B2C	Servicios	Valledupar	<p>Es una aplicación móvil pedagógica que prepara a los estudiantes de último año de secundaria, para resolver exitosamente las Pruebas Saber 11.</p>	<p>https://twitter.com/saberapp https://www.facebook.com/SaberApp</p>
6		B2C	Servicios	Valledupar	<p>Aplicación móvil donde puedes encontrar personas cerca de ti, con tus mismos intereses, para hacer lo que más te gusta de forma fácil y ...</p>	<p>https://www.facebook.com/Moral.donde.esta.la.gente</p>

7		B2C	Servicios	Cúcuta	<p>Aplicación móvil de afirmaciones positivas, la cual brinda a los usuarios por medio de audios de programación neurolingüística, mejorar sus actitudes y cambiar los paradigmas que tienen de su realidad apoyando el crecimiento personal y el desarrollo personal.</p>	<p>https://www.appfirmaciones.com/</p>
7		C2C	Servicios	Boyacá	<p>¿Sabía usted que existe un tipo de turismo el cual permite disfrutar momentos increíbles, por medio del aprendizaje de actividades propias del campo y la posibilidad de contemplar maravillosos paisajes? Es por eso que nace Vivamoselcampo.co Turismo rural para todos.</p>	<p>https://vivamoselcampo.co/ https://www.facebook.com/pg/vivamoselcampo/about/</p>
7		B2C	Minero y Energético	Boyacá	<p>Jóvenes emprendedores de Boyacá crean una alternativa novedosa para aquellos que aman tener el control de las cosas, ellos son Enerbox. Esta aplicación hace que la iluminación inteligente esté al alcance de tus manos de manera sencilla y rápida en solo 3 pasos: 1. Abres, 2. Conectas y 3. Controlas.</p>	<p>http://www.facebook.com/Enerboxco</p>

7		B2B	Minero y Energético	Boyacá	<p>La pequeña y mediana minería ocupa un renglón importante en la economía Colombiana, para la interacción óptima entre titulares mineros y los profesionales en asistencia técnica nace Control Minero, Una herramienta ágil y óptima que permite realizar el seguimiento a sus proyectos mineros desde un celular.</p>	<p>www.controlminero.com</p>
7	 <p>TAURO MARKET COM.CO</p>	B2B	Agropecuaria	Boyacá	<p>TauroMarket, una forma de acortar las distancias entre los productores y comercializadores de ganado vacuno, herramienta importante en la comercialización de ganado.</p>	<p>www.facebook.com/TauroMarket</p>
7	 <p>Mundocente</p>	B2C	Servicios	Boyacá	<p>Es la forma más fácil para que los profesores universitarios crezcan profesionalmente, les permite conocer convocatorias docentes, eventos y revistas de investigación de su interés en tan solo 1 minuto, mediante un sitio web y próximamente aplicación móvil</p>	<p>http://www.facebook.com/mundocente</p>

<p>7</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Boyacá</p>	<p>Los niños con cáncer ahora enfrentan su enfermedad con una mejor actitud gracias a Appoyate, que mediante un juego para dispositivos móviles, recolecta sus estados emocionales de una forma divertida y ofrece actividades a realizar diariamente, permitiendo que los padres de familia y psicólogos a cargo del infante puedan ver su historial de emociones y tomen acciones de mejora.</p>	
<p>7</p>		<p>B2B</p>	<p>Servicios</p>	<p>Boyacá</p>	<p>Es un sitio web exclusivo para empresas de mantenimiento de computadores y técnicos especialistas comprometidos con el medio ambiente que deseen intercambiar repuestos difíciles de conseguir que antes terminaban en la basura.</p>	<p>http://rotapartes.co/ https://twitter.com/RotaPartes</p>

7		B2B	Servicios	Norte de Santander	<p>Plataforma web y aplicación móvil para aprender música leyendo partituras, la cual sirve como apoyo para docentes e instituciones educativas, siendo una metodología rápida y lúdica para aprender música, brindando la posibilidad de un mayor aprendizaje en un corto periodo de tiempo.</p>	
7		B2B	Servicios	Norte de Santander	<p>Plataforma web con información de moda, música y entretenimiento para jóvenes, donde no solo puedes obtener información de interés sino encontrar tiendas digitales que te brindaran los productos necesarios para estar a la moda.</p>	
7		B2B	Comercio	Norte de Santander	<p>Aplicación móvil que brinda la oportunidad a los negocios de atraer nuevos clientes a sus locales y a los usuarios y/o clientes, encontrar lo que buscan en sus ciudades de manera rápida. Busca mejorar el comercio dentro de las ciudades y brindarles la oportunidad a los clientes de ir a las tiendas cercanas a revisar sus productos antes de comprarlos.</p>	

7		B2C	Servicios	Norte de Santander	Emprendimiento que busca a través de su sitio web enlazar tutores universitarios y estudiantes, procurando siempre cumplir tanto con calidad como con efectividad en el momento crítico de las jornadas de exámenes.	
7		B2B	Servicios	Norte de Santander	Emprendimiento que potencializa la comunicación entre laboratorios oftalmológicos con los profesionales especialistas de la salud, que permite aumentar el posicionamiento empresarial de sus clientes (laboratorios).	
7		B2C	Servicios	Norte de Santander	Emprendimiento especializado en ofrecer experiencias para momentos especiales de pareja o amistad. Esto se logra a través de su sitio web y de la mano con sus partners (hoteles, restaurantes y tiendas especializadas en detalles).	

7		B2B	Servicios	Bucaramanga	<p>Es una plataforma online que mediante la aplicación de test especializados aplicados en colegios, detecta casos de "Bullying" de manera temprana y facilita una mejoría de la situación de los estudiantes por medio de una metodología y un seguimiento permanente de forma personalizada por parte del psicólogo del colegio y los padres de familia.</p>	
7		B2B	Servicios	Bucaramanga	<p>Es una plataforma online que permite enlazar a los fabricantes de calzado con los almacenes de comercio, dándoles a éstos, la posibilidad de crear y gestionar sus propios diseños partiendo de una línea de calzado ofrecida por el fabricante, personalizando su pedido y generando una alta eficiencia en la labor comercial de las fábricas.</p>	
7		B2B	Servicios	Bucaramanga	<p>Solución que permite el diagnóstico oportuno y especializado de enfermedades cardiovasculares por medio de un Electrocardiograma y una app que hace las veces de monitor, enviando el examen a un centro de análisis especializado, aumentando la cobertura de servicios, disminuyendo costos y la mortalidad en pacientes.</p>	

7	 <p>Señas Escritas</p>	B2B	Servicios	Bucaramanga	<p>Es una aplicación móvil que reduce barreras comunicativas entre docentes y personas con discapacidad auditiva, facilitando la comunicación por medio de la traducción de la voz a la gramática que utilizan los sordos para escribir, las "señas escritas", reduciendo una de las barreras para mejorar el acceso a la educación superior de este grupo poblacional.</p>	
7		B2C	Agropecuaria	Bucaramanga	<p>Plataforma web que permite a los agricultores mejorar la calidad de sus productos y comercializarlos directamente con sus mercados potenciales.</p>	
7		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Plataforma Web que permite crear contacto directo con clientes potenciales a través de una estrategia de captación, dirigida especialmente a colombianos que tiene problemas jurídicos y necesitan de un abogado experto.</p>	
7		B2B	Agropecuario	Bucaramanga	<p>Plataforma tecnológica que permite a las empresas del sector avícola, apoyar y controlar el proceso de solicitud de insumos realizando una trazabilidad de los requerimientos, gestionando de manera oportuna y adecuada la toma de decisiones de compra.</p>	


7		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Plataforma tecnológica que consolida la oferta educativa del país, a través de una herramienta de búsqueda inteligente que apoya a jóvenes y padres de familia en la toma de decisiones objetivas e informadas con respecto a su futuro educativo</p>	
8		B2B	Comercio	Cúcuta	<p>Usar la narrativa transmedia como una forma particular y didáctica de atraer una visita, un consumo o el uso de un servicio; a través de la Trasmmedia se logra un proceso de inmersión en el contexto.</p>	<p>https://www.facebook.com/pg/lavitrinatavel/community/?ref=page_internal</p>
8		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Aplicativo móvil que ayuda a mejorar la calidad de vida de aquellas personas que por su ritmo de vida no se cuidan adecuadamente,</p>	

8		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>“Plataforma web que ayuda a los estudiantes universitarios a ubicar la oferta relacionada con habitaciones disponibles y a los arrendatarios a encontrar la mejor opción para arrendarla, basándose en una herramienta de búsqueda que les permite perfilar cual es la mejor opción, aumentando el nivel de confianza y las satisfacción tanto de estudiantes como arrendatarios”.</p>	<p>https://www.facebook.com/luadaco/ https://twitter.com/LuadaColombia</p>
8		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Plataforma web que permite a las personas crear, diseñar y comunicar su homenaje memorial de una manera rápida y oportuna, brindándole la oportunidad en vida de definir como quiere ser recordado por sus seres queridos después de su muerte.</p>	<p>https://www.facebook.com/InLifememorial-424345217753271/ https://twitter.com/inlifememorial</p>
8		B2C	Construcción	Bucaramanga	<p>Plataforma tecnológica que permite a los arquitectos mejorar su proceso de presentación de propuestas y generar trazabilidad de las mismas, a través de la implementación de un cotizador, que basado en las preferencias del cliente y los servicios del arquitecto elabora de forma automática la cotización, disminuyendo los tiempos de presentación de las mismas.</p>	<p>https://twitter.com/sewa_co</p>

8		B2C	Servicios	Bucaramanga	“Es un videojuego que busca enseñar física mecánica de manera entretenida en tercera dimensión”.	https://www.facebook.com/EdukGames
8		B2B	Servicios	Bucaramanga	Aplicativo dirigido a la comunidad amante del ciclo montañismo, donde pueden conocer grupos, rutas y diversos eventos asociados a la práctica de este deporte.	https://www.facebook.com/pg/mountrail.co/about/?ref=page_internal https://www.instagram.com/mountrail/
8		B2B	Servicios	Cúcuta	Página de salud, encargada de dar tip's para el cuidado personal	
8	 Rehabilitic	B2C	Servicios	Cúcuta	Plataforma que permite la comunicación directa entre terapeutas y familiares de pacientes	https://www.facebook.com/Rehabilitic
8		B2C	Servicios	Cúcuta	Plataforma que permite a las veterinarias administrar la información de sus clientes	

8		B2B	Industrial	Cúcuta	Plataforma para comercializar procedimientos al sector industrial. Los procedimientos son generados por una comunicad de técnicos.	https://www.facebook.com/proceder.co http://www.proceder.co/
8		B2C	Servicios	Cúcuta	Plataforma para conectar huéspedes con hoteles, donde el hotel puede hacer una subasta inversa eliminando servicios no deseados por el huésped para mejorar sus tarifas	https://www.facebook.com/HeyHotel
8		B2C	Agropecuaria	Yopal	Gestionar los costos asociados al cultivo de arroz en una aplicación móvil (conservación de soportes, registro de compras y pagos).	www.micultivo.co
8		B2C	Comercio	Yopal	Ofrecemos la oportunidad de comercializar material musical especializado a músicos inéditos colombianos. A los Productores e Intérpretes Musicales de adquirir variedad y calidad en recursos musicales especializados.	https://www.facebook.com/Ama-Tu-Arte-1679503639004939/?fref=ts http://www.amatuarte.com/ https://twitter.com/AmaTuArte

8	 <p>GR3NAPP www.gr3napp.com</p>	B2B	Servicios	Yopal	<p>Formación interactiva para la comunidad educativa en reciclaje virtual, donde los estudiantes además de aprender, reciclan, las instituciones se beneficiarán aumentando el aprovechamiento de este material (plástico PET) evitando que la cantidad que va al relleno sanitario disminuya o se evite por completo. Para los centros de acopio ofrecemos pauta publicitaria y aumento de este material reciclado incrementando su nivel de captación.</p>	
8	 <p>Déclat</p>	B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>Declat presta servicios de belleza exclusivo, confiable y flexible para ejecutivas con estilistas a la vanguardia.</p>	
8	 <p>SISGE Soluciones Integradas para Sistemas de Gestión Empresarial</p>	B2B	Servicios	Tunja	<p>Plataforma web como sistema de gestión para pequeñas y medianas empresas que requieren implementar y mantener sistemas de salud ocupacional a más bajo costo</p>	<p>https://www.facebook.com/sisgesoft</p>


8		B2B	Construcción	Tunja	Plataforma web y móvil para constructoras pequeñas y medianas como sistema de control y gestión de proyectos	
8		B2C	Servicios	Tunja	Plataforma web y móvil para la búsqueda y alquiler de habitaciones y vivienda a través de un estudio de perfiles de los arrendatarios, cruzando con bases de datos riesgo financiero, judicial, entre otros.	
9		B2B	Servicios	Cúcuta	Plataforma para el seguimiento y diagnóstico clínico para la motricidad Orofacial a partir de la fotografía.	www.orofacialmetrics.com
9		B2B	Servicios	Bucaramanga	Herramienta para que restaurantes de la ciudad adquieran nuevos clientes a través de un tour gastronómico.	http://www.meloway.com/

<p>9</p>		<p>B2B</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Videojuego que permite la realización de pre diagnósticos visuales en niños y niñas de 5 a 12 años de manera fácil y rápida, manteniendo la atención y minimizando costos de infraestructura para la realización de brigadas de salud y exámenes de esta índole.</p>	
<p>9</p>		<p>B2B</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Es un videojuego educativo que empodera a los adolescentes en la toma de decisiones asertivas para su sexualidad al integrarse con las clases de educación sexual en</p>	
<p>9</p>		<p>B2C</p>	<p>Comercio</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Plataforma en línea que permite a creativos independientes, artistas y diseñadores de artículos originales ofrecer, dar a conocer y vender sus creaciones a aquellas personas que buscan regalar objetos únicos y originales, ofreciendo la posibilidad de personalizar todas las creaciones al gusto y estilo propio.</p>	

<p>9</p>		<p>B2B</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Educa en Señas busca ayudar a reducir las brechas de accesibilidad de las personas sordas a los diferentes servicios de empresas, a través de la capacitación del personal en el manejo de la lengua de señas para la atención a personas con discapacidad auditiva, mediante una plataforma virtual para la enseñanza del lenguaje de señas a personas oyentes y para la búsqueda de intérpretes para eventos.</p>	
<p>9</p>	 <p><i>Vive Patrimonio</i></p>	<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Socorro</p>	<p>Guía turística para la promoción y el rescate del turismo en la red de pueblos patrimonio de Colombia, mediante la creación de contenido multimedia altamente atractivo que resalte los valores turísticos, históricos, culturales y recreativos de estos municipios y fortalezca los empresarios del sector.</p>	

<p>9</p>		<p>B2B</p>	<p>Servicios</p>	<p>Sogamoso</p>	<p>StandarISO Company es la solución virtual para facilitar la implementación en microempresas del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, requerido por el decreto 1072 de 2015, mediante una aplicación web que permitirá documentar, implementar y controlar su sistema de gestión 100% online.</p>	
<p>9</p>		<p>B2B</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Es la Aplicación para la detección temprana de problema de lenguaje. Esta herramienta ayuda en la aplicación de una prueba tamiz para detectar de forma rápida y divertida, posibles problemas de lenguaje en niños, para reducir futuros problemas de aprendizaje.</p>	
<p>9</p>		<p>B2C</p>	<p>Servicios</p>	<p>Cúcuta</p>	<p>Aplicación para el control y monitoreo en tiempo real de los mantenimientos preventivos ayudándote a programar tus gastos en el mantenimiento de tu motocicleta.</p>	

9		B2C	Servicios	Cúcuta	<p>Plataforma para comunicar personas que necesitan de un paseo o cuidado de su mascota con apasionados y expertos que desean cuidar y pasear estas mascotas.</p>	
9		B2B	Minero y Energético	Cúcuta	<p>Es una plataforma de monitoreo en tiempo real de los consumos de energía eléctrica de alguna máquina o sector productivo de su empresa para la toma de decisiones.</p>	
9		B2C	Servicios	Bucaramanga	<p>El programa de Egoless Challenge consiste en adquirir valores por medio de retos, para facilitar el cumplimiento de los sueños. Va dirigido a personas entre los 27 y 33 años de edad, que conozcan del coaching, que les guste viajar y vivir experiencias nuevas. En este aplicativo móvil, se les podrá hacer un acompañamiento a los usuarios, para que vean su progreso y poco a poco, vayan viendo más reales sus metas.</p>	

<p>9</p>		<p>B2B</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bucaramanga</p>	<p>Es una plataforma online diseñada para ayudar a las empresas a encontrar el profesional freelance que requieren para el proyecto que desean realizar. En el lugar podrás disminuir el tiempo de respuesta, suprimir los elevados costos de contratación y omitir tediosos procesos de selección. TuFreelance, tu proyecto en las manos correctas.</p>	
----------	---	------------	------------------	--------------------	--	--

C. Sistematización de los ocho emprendimientos de Apps.co en la UNAB:

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	LOGO	CIUDAD	DESCRIPCION	TIEMPO DE CONSOLIDACION
Appafirmaciones		Cúcuta	Aplicación móvil de afirmaciones positivas, la cual le brinda a los usuarios por medio de audios de programación neurolingüística, mejorar sus actitudes y cambiar los paradigmas que tienen de su realidad apoyando el crecimiento personal y el desarrollo personal.	18 Meses
Vivamos El Campo Turismo Rural		Boyacá	¿Sabía usted que existe un tipo de turismo el cual permite disfrutar momentos increíbles, por medio del aprendizaje de actividades propias del campo y la posibilidad de contemplar maravillosos paisajes? Es por eso que nace Vivamoselcampo.co Turismo rural para todos.	20 Meses
APPETITOS		Bucaramanga	Con Appetitos podrás pedir y personalizar tu comida a domicilio, evitando los trancones, el desplazamiento y sin salir del lugar donde estés.	48 Meses
Oro Facial Metrics		Cúcuta	Plataforma para el seguimiento y diagnóstico clínico para la motricidad Orofacial a partir de la fotografía.	
Palmatool		Cúcuta	Es una aplicación que permite a palmicultores la gestión de procesos administrativos y de producción, mejorando su comunicación y la toma de decisiones.	48 Meses
Meloway		Bucaramanga	Herramienta para que restaurantes de la ciudad adquieran nuevos clientes a través de un tour gastronómico.	12 Meses
Viga		Bucaramanga	El sistema de información de materiales para construcción -VIGA- tiene como propósito ser una herramienta imprescindible en la elaboración de presupuestos de obra empleando información actualizada suministrada por proveedores de materiales, promoviendo así, integridad y transparencia en procesos relacionados con la industria de la construcción.	60 Meses
La Vitrina Travel		Cúcuta	Usar la narrativa transmedia como una forma particular y didáctica de atraer una visita, un consumo o el uso de un servicio; a través de la Trasmmedia se logra un proceso de inmersión en el contexto.	20 Meses

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	PROPUESTA DE VALOR INICIAL	PROPUESTA DE VALOR FINAL	¿CREO EMPRESA?	¿COMO SURGIO LA IDEA DE SU EMPRENDIMIENTO?	TIPO DE EMPRESA
Appfirmaciones	Plataforma de consultas en línea de crecimiento personal	Una aplicación móvil inspirada en las afirmaciones positivas	Si	No respondió	Sociedad por acciones simplificada S.A.S
Vivamos El Campo Turismo Rural	Plataforma WED para promocionar y vender turismo rural	Plataforma Web para promocionar y vender Turismo Rural	Si	No respondió	Sociedad por acciones simplificada S.A.S
APPETITOS	Crear una app para pedir comida a domicilio a los restaurantes de la ciudad	Poder ver mediante la App la carta menú, los precios, productos de los restaurantes y hacer el pedido por este medio. Sin necesidad de hacer una llamada telefónica	Si	No respondió	sociedad por acciones simplificada S.A.S
Oro Facial Metrics	Medidas Orofaciales automatizadas		No	Investigación	
Palmatool	Administración de palmicultores más eficientes	Desarrollos tecnológicos en palmicultura	Si	No respondió	sociedad por acciones simplificada S.A.S
Meloway	Crear un tour gastronómico	Se está realizando	Si	No respondió	sociedad Anónima S.A
Viga	Crear una comunidad de vendedores y compradores de materiales de construcción	Herramientas que facilitan la conexión de compradores y vendedores de materiales de construcción dirigido a pequeñas y medianas distribuidoras de materiales de construcción	Si	No respondió	Sociedad por acciones simplificada S.A.S
La Vitrina Travel	Conectar a viajeros con lugares históricos y culturales por medio de experiencias	Experiencias recopiladas en una plataforma Web	Si	No respondió	Sociedad por acciones simplificada S.A.S

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	REGISTRO EN LA CAMARA DE COMERCIO	VALOR VENTA ANUALES	EMPLEOS DIRECTOS GENERADOS	EMPLEOS INDIRECTOS GENERADOS	SECTOR ECONOMICO	MODELO DE NEGOCIO
Appafirmaciones	abr-16	No brinda Información.	No contesto	No contesta	Sector servicios	B2C
Vivamos El Campo Turismo Rural	En proceso con el fondo emprender	Se encuentra rediseñando la plataforma	3	45 Aproximadamente	Sector servicios	C2C
APPETITOS	No contestó	No puede responder porque la empresa es con una socia	No contesto	No contesta	Sector servicios	B2C
Oro Facial Metrics					No contestó	No contestó
Palmatool	2013	\$ 6.000.000	1	2	Sector industrial	B2B
Meloway	ene-16	\$ 36.000.000	2	2	Sector servicios	B2C
Viga	2014	\$ 42.000.000	3	6	Sector: comercio, construcción y comunicaciones	B2C
La Vitrina Travel	ene-17	\$ 2.000.000	6	No contesta	Sector comercio	B2B

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	SEGMENTO DEL MERCADO	PROPUESTA DE MERCADO PARA CADA SEGMENTO	MODELO DE MONITIZACION INICIAL	MODELO DE MONETIZACION QUE LE FUNCIONÓ	FUENTE DE INGRESOS
Appfirmaciones	Mercado de masas(Público en General)	Novedad , comodidad/utilidad	Suscripción, Freemium	Estamos creando comunidad	Cuota por uso(se basa en el uso de un servicio determinado)
Vivamos El Campo Turismo Rural	Mercado diversificado (mercados que no están relacionados y presentan necesidades y problemas diferentes)	Novedad , Precio, reducción de riesgos, accesibilidad, comodidad y utilidad	Pasarela de pagos online	Pasarela de pagos	Gastos de corretaje (se derivan de los servicios de intermediación realizado en nombre de dos o más partes)
APPETITOS	Mercado de masas(Público en General)	Novedad, mejora el rendimiento, reducción de costos, comodidad y utilidad	Porcentaje por resultados	No contesta	Cuota por uso(se basa en el uso de un servicio determinado)
Oro Facial Metrics					
Palmatool	Nicho de mercados (específicos y especializados)	Novedad, mejora el rendimiento, reducción de riegos.	Instalación en sitio	Venta de producto	Venta de activo(venta de los derechos de propiedad de un producto físico)
Meloway	Mercado de masas (Público en General)	Novedad, Precio	Suscripción, publicidad, usuarios	Suscripción, publicidad, usuarios	Cuota por uso(se basa en el uso de un servicio determinado)
Viga	Nicho de mercados (específicos y especializados)	marca/status, Mejora el rendimiento	Suscripción, Freemium	Mis sectores están divididos en quienes compran y venden a los dos se les ofrece diferentes propuestas	Cuota por uso(se basa en el uso de un servicio determinado)
La Vitrina Travel	Mercado segmento (varios segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes)	Marca/status	Suscripción.	suscripción	Cuota de suscripción(el acceso ininterrumpido por un servicio)

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	DIFICULTADES PRESENTADAS	FORTALEZAS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	CANALES	VALOR AGREGADO A LOS CLIENTES
Appafirmaciones	Programador, discordia, tiempo por parte del desarrollador para las mejoras rápidas de la Apps	Trabajo en equipo, confianza.	Captación de clientes, fidelización de clientes	Ventas en internet	Novedad y comodidad/utilidad
Vivamos El Campo Turismo Rural	Desplazamientos	Trabajo en equipo, confianza	Estimulación de las ventas (ventas sugestivas). Asistencia personal exclusiva	Ventas en internet	Novedad, reducción de riesgos, Accesibilidad y comodidad/utilidad
APPETITOS	Programador	Trabajo en equipo	captación de clientes, fidelización de clientes, servicios automáticos	Ventas en internet	Novedad, mejora el rendimiento, reducción de costos y comodidad/utilidad
Oro Facial Metrics				No creo empresa	
Palmatool	Capital	Trabajo en equipo, confianza	Asistencia personal exclusiva	Ventas personalizadas	Novedad, mejora el rendimiento y reducción de riesgos
Meloway	Programador	Buenas relaciones	Fidelización de clientes	Equipo comercial	Novedad y precio
Viga	Todo se consigue si la idea es buena toca trasnochar y trabajar	Trabajo en equipo, confianza, buenas relaciones, siempre queremos mejorar crecer	Fidelización de clientes, Estimulación de las ventas (ventas sugestivas), comunidades	Equipo comercial	Novedad, diseño y precio
La Vitrina Travel	Discordia	Confianza	Autoservicio	Ventas en internet	Marca/status

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	CANAL DE DISTRIBUCION	FUENTES DE FINANCIACION	IMPORTANCIA DEL ACOMPAÑAMIENTO DEL PROGRAMA APP.CO, PARA LA PUESTA EN MARCHA DE SU MODELO DE NEGOCIO	ASPECTOS IMPORTANTE EN EL PROGRAMA DE POST ACOMPAÑAMIENTO EN LA PUESTA DEL MODELO DE NEGOCIO
Appafirmaciones	Web, redes sociales	Familia, amigos y locos	Muy importante para validar la idea, hacer el prototipo y empezar a pivotear	Marketing digital y creación de comunidad
Vivamos El Campo Turismo Rural	Web, redes sociales y correo electrónico	Familia, amigos y locos; capital semilla, subsidios y concursos	La capacitación del equipo fue la base para afianzar nuestra idea de negocio	Fue para nosotros deficiente
APPETITOS	Web, redes sociales, teléfono y correo electrónico	Familia, amigos y locos; subsidios y concursos	Si, nos ayuda a formar las bases del emprendimiento aterrizar las ideas	Los contactos que facilitan luego del programa
Oro Facial Metrics				
Palmatool	Teléfono	Familia, amigos y locos	Sin ese acompañamiento no hubiera podido siquiera imaginarme que fuera hoy de mi proyecto de vida	No tuve
Meloway	Web, redes sociales, teléfono y correo electrónico	El mercado	Bueno	Canvas
Viga	Web, redes sociales, teléfono	Familia, amigos y locos	Si como todo proceso necesita un acompañamiento tanto académico como empresarial encontré en la UNAB la oportunidad de crear y formalizar mi idea de negocio, algo especial entre las universidades de la región esto me llevo a estudiar la Maestría en la UNAB	Siempre he sentido el respaldo de la UNAB en mi proceso empresarial siempre que tengo ideas alguien me escucha me indica caminos me contacta con personas
La Vitrina Travel	Web	El mercado	Si, para nosotras fue de gran ayuda y nos abrió muchas puertas el nombre y recorrido que tiene la UNAB en Santander	Captación masiva de clientes