



ACUERDO No. 04

(10 de febrero de 2021)

EL CONSEJO ACADÉMICO GENERAL DE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS.

Por medio del cual se aprueban las Orientaciones a la Línea de Acción de Emprendimiento a de la Universidad Santo Tomás a nivel multicampus

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 31, numerales 3 y 9

CONSIDERANDO

Que es función del Consejo Académico General, aplicar las políticas generales de la Universidad sobre investigación, docencia, educación permanente, posgrados y proyección social de acuerdo con lo establecido en el artículo 31 numeral 3 del Estatuto Orgánico de la Universidad Santo Tomás. Así como promover y reglamentar las relaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias de la comunidad académica conforme lo consagra el numeral 7 del citado artículo del Estatuto Orgánico.

Que mediante Acuerdo número 13 del 20 de octubre de 2020 el Consejo Superior de la Universidad Santo Tomás, expidió la Política y Lineamientos de Proyección Social y Extensión Universitaria de la Universidad Santo Tomás a nivel Multicampus, que tiene como una de sus líneas de acción el emprendimiento.

Que en sesión del 29 de octubre de 2020 del Consejo Académico General, la Directora Nacional de Proyección Social y la Extensión Universitaria (Dentro del principio de Responsabilidad Social Universitaria), presentó el documento de orientaciones a la línea de acción de emprendimiento de la Universidad Santo Tomás a nivel multicampus, que tiene como objetivo fomentar una cultura de emprendimiento en la comunidad universitaria, que fortalezca el potencial emprendedor a través del desarrollo de espacios que permitan la participación de toda la comunidad, con el fin brindar herramientas que permitan el desarrollo y puesta en marcha de proyectos de emprendimiento empresariales y sociales y contribuyan a la generación de valor, desarrollo económico y fomento a la generación de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

Que en la misma sesión el Consejo Académico General, impartió su aprobación al documento de orientaciones a la línea de acción de emprendimiento de la Universidad Santo Tomás a nivel multicampus,

Que, en mérito de lo expuesto,

ACUERDA

ARTÍCULO PRIMERO. Aprobar las Orientaciones a la Línea de Acción de Emprendimiento de La Universidad Santo Tomás a nivel Multicampus, el documento adjunto forma parte integral del presente acto administrativo.



ARTÍCULO SEGUNDO. - La Secretaria General enviará copia del presente Acuerdo a los rectores de las seccionales y sedes, para su socialización a los integrantes de la comunidad universitaria y deberá ser publicada en la página web de la Universidad.

ARTÍCULO TERCERO.- La Mesa Nacional de Proyección Social y la Extensión Universitaria (Dentro del principio de Responsabilidad Social Universitaria), velará por la implementación y cumplimiento del Documento de Orientaciones a la Línea de Acción de Emprendimiento a nivel Multicampus.

ARTÍCULO CUARTO.- El presente Acuerdo rige a partir de su expedición.

Expedido en Bogotá D.C., a los 10 días del mes de febrero de 2021.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

El Presidente del Consejo Académico General

La Secretaria del Consejo Académico General

Fr. Eduardo González Gil, O.P.

Lina María Fonseca



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



ORIENTACIONES A LA LÍNEA DE ACCIÓN DE EMPRENDIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS A NIVEL MULTICAMPUS

Tabla De Contenido

Introducción

1. El emprendimiento social en Colombia
2. Referentes de emprendimiento en la USTA
 - 2.1 Principios de emprendimiento
3. Orientaciones Institucionales de Emprendimiento
 - 3.1. Ecosistema de la línea de emprendimiento de la Universidad Santo Tomás
 - 3.2. Usuarios de la línea de Emprendimiento
 - 3.3. Articulación de la línea de emprendimiento con las funciones sustantivas

Referencias Bibliográficas.

Anexos

Anexo I Normatividad del Emprendimiento en Colombia

Anexo II Consultorios.

Nit. 860.012.357-6

SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ - PBX: (571) 587 87 97 **Línea gratuita nacional:** 01 8000 111 180
Carrera 9.^a n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

DIVISIÓN DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA

PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.^a n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co





UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



INTRODUCCIÓN

La Universidad Santo Tomás, en desarrollo de su misión institucional, la cual está orientada a promover la formación integral en el marco del pensamiento humanista y cristiano de Tomás de Aquino, busca responder desde la Proyección Social y la Extensión Universitaria, a los retos que impone la situación actual del país, reconociendo y tomando conciencia de la riqueza del carisma dominico que ilumina el ser y el hacer de los integrantes de la comunidad académica generando oportunidades para responder de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y aportar soluciones a las problemáticas que se presentan en diferentes contextos.

El objetivo del presente documento es generar la actualización los lineamientos de emprendimiento realizado en una primera versión en el año 2013, para lo cual se revisarán los referentes normativos (leyes, decretos, sentencias de la Corte Constitucional y documentos del Consejo Nacional de Política Económica y Social. CONPES) e institucionales (Estatuto Orgánico, PEI, Estatuto Docente, Plan de Desarrollo, lineamientos curriculares, Política Nacional en Responsabilidad Social Universitaria, entre otros), así como las políticas que guiarán el emprendimiento en la USTA, los principios, el planteamiento estratégico, los beneficiarios, las modalidades o herramientas para el emprendimiento, el funcionamiento y sus procesos.

De igual manera, en el documento se exponen las líneas de emprendimiento en que se enfoca la institución, buscando con ello, dar respuesta a las nuevas dinámicas laborales y empresariales donde el fomento a la creación de proyectos empresariales, Startup y Spin-off, así como los conceptos de autoempleo, innovación social y sostenibilidad económica y ambiental se vinculan con la actualidad universitaria con miras a la formación integral de la comunidad estudiantil.

Nit. 860.012.357-6

SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ - PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9.ª n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

DIVISIÓN DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA

PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.ª n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co





1. EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN COLOMBIA

Para la Universidad es fundamental desde el carisma acoger la normatividad del emprendimiento a nivel nacional (ver anexo nro. 1), y con una clara intención de reconocer lo social como eje orientador del emprendimiento.

El emprendimiento social suele enfocarse en la creación de valor para la sociedad sobre cualquier maximización del beneficio económico. Consiste en satisfacer una necesidad social o medioambiental a partir de la consecución y generación de diferentes recursos. Las personas y los grupos de trabajo, además de ser el motor de la empresa, son también su principal prioridad, de manera que se trata de organizaciones socialmente responsables, tanto a nivel interno, es decir en lo que se refiere a sus empleados y al clima laboral, como a nivel externo, o sea hacia la sociedad en su conjunto (Sanchis, 2010).

Acebedo y Velasco (2017) plantean que “el emprendimiento social en sentido estricto es aquel cuyo objetivo es dar solución a un problema social en aquellos sectores en que la acción del Estado resulta ineficaz” (p. 102-116) y que, por su misma naturaleza, se orienta a la noción de beneficios compartidos por encima de la satisfacción de intereses privados que motivan normalmente las prácticas económicas. Así, mientras el ‘emprendedor tradicional’ emprende para crear beneficios para sí mismo, teniendo en cuenta sus riesgos e inversiones, el ‘emprendedor social’ emprende de forma desinteresada y sin perseguir utilidad (Fourier, 2001), y además incluye las voces de actores que se ven involucrados en la problemática que busca solucionar.

El emprendimiento social cada vez contribuye más a la transformación, mejorando la calidad de vida de sociedades vulnerables en contextos particulares es aquí donde la Proyección y la Extensión se integran. El objetivo clave del emprendimiento social es aportar un cambio a ciertos aspectos relevantes de una comunidad, sin tener que dejar de lado la creación de valor económico o la independencia financiera. Vale la pena mencionar que este objetivo no se reduce a una ayuda temporal, sino a la sostenibilidad y posibilidad de escalar el proyecto en el tiempo. La innovación implicada en el proceso debe posibilitar un impacto a gran escala correspondiente al problema social abordado (Dees & Anderson, 2006).

Desde este punto de vista, Martín y Obsberg citados por Navarro (2019) proponen que un emprendimiento social generará una transformación social cuando el emprendedor cree un nuevo



equilibrio estable que permita la satisfacción de necesidades sociales; es así como en el momento en que un emprendedor social identifique un equilibrio estable, pero inherentemente injusto que crea exclusión o sufrimiento dentro de un segmento de la población, que no puede ser contrarrestado por falta de recursos financieros o influencia política, podrá aportar desde su experticia una solución pertinente y así enfrentar el problema de manera innovadora, rompiendo totalmente la estabilidad del equilibrio inicial.

Esto implica que el emprendedor social debe ser un líder, es decir, debe tener la capacidad de autocriticarse, saber compartir el éxito y responder al entorno de una manera más eficiente ante los problemas que enfrenta la sociedad, así mismo debe saber utilizar los recursos disponibles para encontrar combinaciones creativas que sean de gran ayuda para la sociedad. Según Ashoka (2019), los emprendedores sociales son individuos con soluciones innovadoras para los desafíos sociales, culturales y ambientales más acuciantes de la sociedad. Son ambiciosos y persistentes a la hora de abordar los principales problemas y ofrecer nuevas ideas y, aunque pueden estar enmarcados en la noción de “aventureros” ligada a la palabra de origen francés entrepreneur, estos se acercan más a la idea de satisfacción de necesidades y búsqueda de justicia social dentro de un horizonte ético.

La importancia de la figura de un emprendedor social que desarrolle proyectos de larga envergadura en un país como Colombia, se hace visible a la luz de los problemas que surgen a partir del fenómeno de la violencia. Para Gámes y Cortés (2018) “la reducción de gasto público, los niveles de inequidad, la pobreza, el desplazamiento forzado por la violencia, los asesinatos de civiles y el recrudecimiento del conflicto armado pueden justificar la aparición de nuevos proyectos de emprendimiento social en Colombia” (p. 40).

En razón a lo anterior, la consolidación de los emprendimientos sociales permite un enfoque hacia el desarrollo local que considere las necesidades propias de las comunidades, convirtiéndolas a ellas en actores activos de los procesos de transformación. Un proyecto cuya finalidad sea el beneficio social no puede alejarse de las personas ni de las construcciones sociales que se tejen alrededor de un territorio y unos valores específicos en coherencia a lo planteado en el PEI. Esto significa que el emprendimiento social surge como una alternativa a las visiones hegemónicas de desarrollo que, más allá de buscar el bien común, se enfocan en ideas prefabricadas que creen pueden acomodarse a cualquier sociedad.



A continuación, se presentan las siguientes definiciones orientadoras de los presentes lineamientos:

- ✓ **Ley de Emprendimiento:** La ley 2069 del 31 de diciembre del 2020, ley diseñada a la medida de los emprendedores, sin importar el tamaño de sus negocios, con la que busca brindar un marco regulatorio moderno que facilite el nacimiento de nuevos emprendimientos y empresas, que los ayude a crecer y a incentivar la creación de nuevos empleos. En el eje 5 de esta ley, educación y desarrollo de habilidades para el emprendimiento, se facilita la apropiación del emprendimiento y la cultura emprendedora en el país a través de los colegios y las IES.
- ✓ **Emprendimiento:** la Ley 1014 de 2006 “De Fomento a la Cultura de Emprendimiento”

Define el emprendimiento como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

- ✓ **Global Entrepreneurship Monitor (GEM).**

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es la red de investigación en emprendimiento más grande del mundo. Por medio de ella se monitorea la actividad emprendedora de los países que anualmente participan en el estudio. Surgió como una iniciativa de investigación del London Business School y del Babson College.

- ✓ **Emprendimiento Social**

Actividad, con un significativo componente social y dimensión colectiva, en donde la comunidad es el eje de este, para lo cual se apoya en estrategias y habilidades empresariales. La característica central es la participación de las comunidades como sujetos de su propio cambio, en donde las iniciativas surgen de la identificación de oportunidades, las cuales son concertadas y administradas por agentes de cambio, que pueden ser externos o internos. (Franco, 2016).



✓ **Intra Emprendimiento**

Colaboración entre un emprendedor y su empresa, que le permite desarrollar proyectos propios, independientemente de su puesto de trabajo, de cuyo resultado a veces surge un proyecto comercial (Pinchont, 1985)

✓ **Spin-Off.**

Empresa basada en conocimientos, sobre todo aquellos protegidos por derechos Propiedad Intelectual, gestados en el ámbito de las Instituciones de Educación Superior -IES-, resultado de actividades de investigación y desarrollo realizadas bajo su respaldo, en sus laboratorios e instalaciones o por investigadores a ellas vinculados, entre otras formas. (Ley 1838 de 2017, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.)

2. REFERENTES DE EMPRENDIMIENTO EN LA USTA

La importancia del emprendimiento en el marco de las políticas y lineamientos institucionales se articula de una manera integral, en diferentes documentos institucionales que orientan el quehacer universitario. Esta estrategia, adscrita a la unidad de Proyección Social y Extensión Universitaria, no se vincula solamente con los objetivos profesionales de los estudiantes, sino que trasciende el enfoque de la productividad para que los integrantes de la comunidad académica puedan participar en diversos contextos, cuyas necesidades sociales requieren del diálogo continuo y de la capacidad que resulta de la formación integral.

En primer lugar, en el Estatuto Orgánico, Título Octavo: De la Dirección Nacional de Responsabilidad Social Universitaria, Artículo 86 se establece que la Universidad Santo Tomás tendrá una Dirección Nacional de Responsabilidad Social Universitaria, adscrita a la Vicerrectoría Académica General, cuyo propósito, a partir de la filosofía del humanismo cristiano tomista, consistente en orientar, coordinar y promover el desarrollo de la política institucional de la proyección social, la extensión, el emprendimiento, el desarrollo comunitario y la promoción de una ecología integral, en interacción con las diferentes



dependencias académicas y administrativas, que permitan impulsar y dar cuenta de las transformaciones sociales, económicas y políticas de la sociedad (USTA, 2018).

Asimismo, la Proyección Social, se articula con el Proyecto Educativo Institucional PEI, específicamente en los Objetivos estatutarios (3.2), donde se hace explícito el carácter comunitario y social de la universidad, junto con la importancia de vincular las unidades académicas a proyectos de desarrollo regional por medio del apoyo técnico y científico que se pueda brindar desde la especialidad que presente cada uno de los integrantes de la comunidad académica. Lo anterior, puede verse reflejado en el punto 6.2 del PEI donde se hace referencia a la importancia de la relación de la universidad con la sociedad, en el entendimiento que a partir del vínculo entre estudiantes y profesores -en el que además se podrían incluir otros miembros de la Universidad-, es posible prevenir o resolver problemas sociales o mantener aquellas soluciones que se consideran adecuadas; todo ello, partiendo de la lectura crítica de la realidad y del contexto en que se encuentran los profesionales tomasinos.

El surgimiento y consolidación de las diferentes Unidades académicas de la Universidad, obedece a la necesidad de profundizar en el proceso de formación integral, brindando a los estudiantes y profesionales posibilidades para aplicar su conocimiento en nombre del bien común y la justicia social. Tal es el caso de la Unidad de Proyección Social y Extensión Universitaria y, específicamente de la estrategia de emprendimiento, desde donde se reconoce que, si bien la universidad no puede subordinarse a las metas empresariales, pues esto no corresponde con su naturaleza, es importante comprender este campo como un espacio de acción en el que es posible responder de manera ética y creativa a las necesidades de nuestro tiempo. Lo anterior se vincula con lo expuesto en el apartado 6.3 del PEI en que se indican cuáles son las políticas generales para la interacción con el medio externo, haciendo referencia explícitamente a la necesidad de articular los lineamientos curriculares de los programas académicos con los contextos y dinámicas empresariales, de manera que los estudiantes puedan vincularse con espacios productivos y aportar desde sus áreas de saber profesional.

De igual forma, en el Documento de Lineamientos y Política Curricular de la Universidad, se observan diferentes aspectos que se relacionan de manera transversal con la estrategia de



emprendimiento que se articulan a la idea de formación integral que caracteriza a la Universidad. En ellos se expresa lo siguiente:

La USTA privilegia ejes transversales que permean los currículos, dada la necesidad e intencionalidad formativa declaradas por la Universidad y los programas académicos. Algunas de estas grandes líneas son: la formación humanística e institucional; las ciencias básicas y el pensamiento lógico; la formación en lengua extranjera; el uso de las tecnologías de la información y la comunicación -TIC- y las tecnologías para el aprendizaje y el conocimiento -TAC-; la formación para lo social, incluida la ciudadana, el espíritu emprendedor, el emprendedurismo y el emprendimiento, la comunicación oral y escrita; la formación para y desde la paz; la formación para la actividad física, las artes y el crecimiento espiritual. (USTA, 2018).

En consecuencia, partiendo de la condición de transversalidad e integralidad en el desarrollo curricular, es posible determinar la importancia de los fenómenos y dinámicas vinculados con el sector empresarial y productivo dentro de los programas de formación y, sobre todo, dentro de los lineamientos y pilares filosóficos que orientan el camino de la institución. Por ejemplo, en lo que se refiere a la problematización del saber (ver, juzgar actuar) o a las dimensiones de la acción humana (comprender, hacer, obrar y comunicar) como elementos fundamentales para el ejercicio del quehacer tomasino, en cuanto a las competencias y habilidades que el estudiante desarrolla para desenvolverse en el ámbito económico, sin desconocer las condiciones sociales, políticas y culturales del contexto.

En el apartado 3.2 de las Políticas Curriculares se detalla puntualmente, cuando aborda los propósitos del Currículo, en tanto que la dimensión del obrar incluye la capacidad emprendedora y de liderazgo que posibilita la generación de empresa; así como en la dimensión del hacer se vinculan las habilidades para formular, gestionar y evaluar proyectos, las habilidades gerenciales relacionadas con planear, gestionar, evaluar y proyectar; y en la dimensión del comunicar se hace explícita la capacidad para presentar proyectos y expresarse con claridad así como la capacidad para trabajar en equipo (p. 24).

En la práctica, estas dimensiones se pueden implementar en la docencia, aplicando una metodología derivada del hacer (Kilpatrick & William, 1918), que evolucionó del



constructivismo, a la metodología basada en problemas (ABP) y consolidada en 1985 por Imideo Nerici. Posteriormente, se complementa con la metodología basada en proyectos, que consiste en orientar el uso de diversas habilidades y conocimientos para formular soluciones a problemáticas; o, apostar por oportunidades novedosas. Así es como surge la actual metodología STEAM, que combina ciencias, tecnología, ingeniería, artes y matemáticas; además, incide en la estructuración de la mente hacia soluciones innovadoras y de gran envergadura.

En el documento Lineamientos Curriculares en el punto 2.2.6. Definición del Plan de Estudios, se establece que la estructura curricular de la USTA se fundamenta en elementos de formación humanista, en comunicación en lengua materna y en lengua extranjera, así como la formación en pensamiento lógico y en investigación, sin olvidar la formación para lo social en la que se incluye el espíritu emprendedor, el Emprendedurismo y el emprendimiento y cuyo enfoque versa en el hecho de que “la cultura del emprendimiento merece especial atención bien para la destinación de créditos académicos específicos o para su desarrollo al interior de los espacios académicos de los programas” (p. 34).

De igual manera, en el punto 2.2.8 Opciones de Grado: se establece la Opción de Grado de Orden social y Empresarial, incluyéndose en este punto la creación de empresa o proyecto de emprendimiento como una oportunidad para que los estudiantes puedan aproximarse al diseño, materialización y/o consolidación de sus ideas de negocio mientras se encaminan a la consecución de su título profesional.

Bajo la lógica de integración de la estrategia de emprendimiento en el desarrollo curricular de los procesos de formación propios de las facultades, se resalta el hecho de que su enfoque trasciende los intereses netamente económicos y productivos y se enfoca específicamente en el componente de la formación social. Es por esto por lo que se justifica la vinculación de esta estrategia con la Proyección Social, vínculo que se hace explícito en el Plan Integral Multicampus PIM 2016-2027 Línea de acción 3: Proyección Social e investigación pertinentes. Allí se denota la importancia de focalizar y articular la investigación y la proyección social de la USTA con visibilidad e impacto nacional.



Esto mismo, se ve reflejado en las aspiraciones del Documento Políticas y Lineamientos de Proyección Social y extensión Universitaria (2020), donde se hace referencia a la generación y consolidación de centros de innovación para el emprendimiento que promuevan la investigación e implementación de proyectos, programas, unidades de negocios con base tecnológica, a través de las asesorías especializadas orientadas a las nuevas tendencias, buscando adaptar a las empresas a los cambios con desarrollos de Spin-Off, Startups, fab labs, hackatón, coworking y otras, mediadas por la inteligencia artificial, generadas por los estudiantes, egresados y comunidad en general desde la sensibilización, ideación, pre-incubación, incubación y aceleración (USTA, 2020, p. 14). Esto último se articula con los planteamientos del Modelo Integral para la acción MIA, documento en que se expone que el objetivo de los escenarios de Innovación Comunitaria.

2.1 PRINCIPIOS DEL EMPRENDIMIENTO

La USTA a partir de lo establecido en la normatividad vigente y teniendo como base fundamental la ley 1014 del 2006 “De fomento a la cultura del emprendimiento” la ley 2069 del 2020 donde se establece un marco regulatorio que propicie el emprendimiento, el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad, establece que los principios del emprendimiento al interior de la Universidad, los cuales se articulan con el quehacer formativo del estudiante en aras de la integralidad son:

1. Formación integral en aspectos y valores como: el desarrollo integral del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad, desarrollo del gusto por la innovación, el estímulo a la investigación y el aprendizaje permanente.
2. Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo, en torno a empresas con responsabilidad social.
3. Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad.



4. Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.
5. Construcción y participación en redes, como un paso necesario para el desarrollo de proyectos.
6. Fortalecimiento de los activos intangibles relacionados con el conocimiento, como elemento innovador que genera capacidades diferenciadoras y competitivas.

3. ORIENTACIONES INSTITUCIONALES DE EMPRENDIMIENTO

El espíritu emprendedor, el Emprendedurismo y el emprendimiento se incluyen dentro de la línea “formación para lo social” definida como uno de los ejes transversales que permean los currículos dada la necesidad e intencionalidad formativa declaradas por la Universidad (USTA,2015, p.12) y en consonancia con el modelo educativo – pedagógico definido como “modelo de universidad de estudio general” (USTA, 2010, pp. 33-34).

El emprendimiento como estrategia de relacionamiento con el sector productivo, estatal y comunitario, permite el desarrollo de competencias profesionales, laborales y personales durante el proceso formativo de los estudiantes tomasinos tomando como punto de partida la generación del espíritu creativo y de innovación, por medio de procesos de docencia e investigación que permiten la sensibilización, formación y actualización de los nuevos emprendedores en coherencia con los núcleos problémicos de los programas académicos de pregrado y posgrado y los campos de acción: sociedad y ambiental.

Para estar en coherencia y pertinencia con el ecosistema actual de emprendimiento a nivel nacional, las universidades están llamadas a la formación de profesionales capaces de ser agentes de cambio, personas con una capacidad distinta de abordar los problemas, con competencias que le permitan interactuar a nivel global y sobre todo, propiciar la construcción de conocimiento a través de la academia e investigación, articulados a la proyección social a través de proyectos de impacto a las distintas comunidades y empresas que aporten dinamismo a los sectores económicos en nuestro país.



La USTA asume el emprendimiento desde un enfoque innovador que permite nuevos productos, servicios, modelos de negocio, que generen valor a las organizaciones que correspondan a las nuevas tendencias y dinámicas globales; buscando dar respuesta a la economía a nivel de país y su entorno, a las empresas y a los individuos. Por lo tanto, el emprendimiento es una búsqueda incansable de oportunidades que asume riesgos, es una actitud en las personas, una cultura; que genera y adapta nuevo conocimiento (tecnologías, modelos, entre otros), a través de la capacidad para trabajar con grupos multidisciplinarios en proyectos conjuntos. (USTA, 2020 pág. 20-21).

La Universidad Santo Tomás, en desarrollo de su misión institucional, crea la estrategia de emprendimiento con el ánimo de construir perfiles integrales que conjuguen el carisma dominicano y el espíritu emprendedor a partir de la formación integral y define el perfil del emprendedor tomasino como aquel líder que a partir de la reflexión crítica desarrolla y fortalece sus capacidades para visualizar las necesidades de una comunidad, teniendo en cuenta los valores regionales y contextuales, para así responder de manera ética y creativa a las problemáticas que se presentan de manera cotidiana. Para esto, el emprendedor tomasino, utiliza sus conocimientos y se posiciona como creador de organizaciones capaces de mejorar las condiciones de vida de las personas, generando proyectos cuyo impacto positivo pueda verse reflejado tanto en la esfera ambiental, económica y social. Asimismo, se caracteriza por que, a partir de sus iniciativas, se hace posible la construcción de conocimiento y el fortalecimiento de las capacidades científicas y profesionales, tanto como las capacidades humanas, de manera pertinente y coherente con el desarrollo de las comunidades en las participa. Lo anterior le permite ser un constructor y regenerador del tejido social a través de un sistema productivo innovador y sostenible.

El emprendedor tomasino es un agente de cambio que, inspirado en el Humanismo Cristiano Tomista, considera a las personas y la dignificación de la vida como pilares para la generación de alternativas que fortalezcan la justicia social y actúa de manera consecuente por medio de la realización de emprendimientos en que se reconoce que la rentabilidad es solo un medio para llegar al fin último: el bien común.

3.1 ECOSISTEMA DE LA LINEA DE EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Nit. 860.012.357-6

SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ - PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9.ª n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

DIVISIÓN DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA

PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.ª n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co

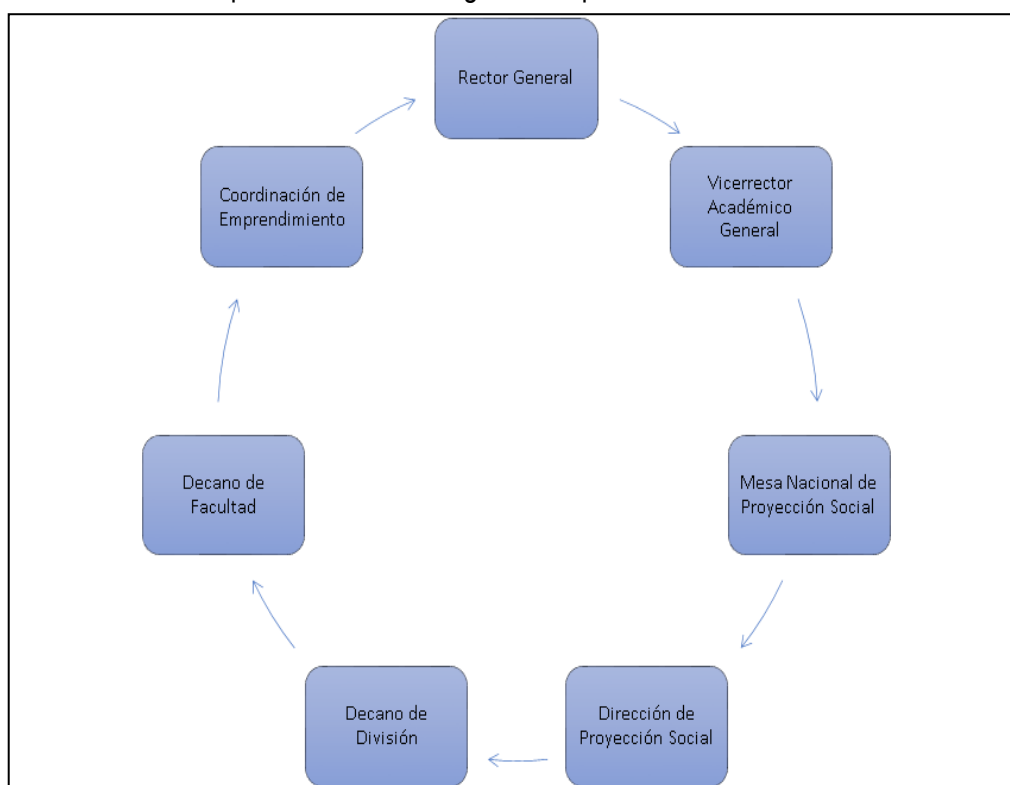




El funcionamiento del emprendimiento está estructurado a través de la figura de estrategia que depende de la Unidad de Proyección Social y Extensión Universitaria tal como quedó establecido en las políticas y lineamientos de la función, cuya forma de operación radica en congregar las políticas y principios generales de funcionamiento y articular su ejecución a través de las divisiones de la universidad.

Para efectos de planeación, ejecución, control, seguimiento y evaluación, requiere de la participación directa de las siguientes instancias y cargos:

Gráfico 1. Actores Participantes de la Estrategia de Emprendimiento



Fuente: Elaboración Coordinación de Emprendimiento.

La labor de cada uno de los actores involucrados es planear, ejecutar y evaluar todas las acciones de la estrategia de Emprendimiento que permitan aprovechar el ecosistema en el cual se desarrolla la universidad con el fin de contribuir a potenciar el crecimiento de las empresas emergentes que respondan a los retos económicos, ambientales y sociales que ofrecen las oportunidades del mercado.

3.1.1 La Línea de Emprendimiento

Esta línea tiene como propósito la puesta en práctica de las políticas y lineamientos en las modalidades presencial, distancia y virtual, estableciéndose para ello una coordinación de emprendimiento o quien haga sus veces en sedes/seccionales, la cual es la encargada de diseñar, proponer, ejecutar y evaluar mecanismos que fomenten la cultura del emprendimiento y la generación de proyectos de emprendimiento desde la comunidad universitaria que generen impactos positivos en la sociedad y estén orientados a la búsqueda del bien común y la justicia social.

Partiendo del hecho de que la misión institucional corresponde con la promoción de la formación integral de las personas, es posible articular la estrategia de emprendimiento conforme al propósito de fomentar en los estudiantes y egresados el pensamiento crítico y la creatividad para que ellos puedan visualizar las necesidades de la sociedad y gesten soluciones poco comunes y pertinentes inspiradas en el Humanismo Cristiano Tomista.

En la USTA se promueve la articulación institucional con redes regionales, nacionales e internacionales a través de la promoción del emprendimiento de base tecnológica y asimismo la búsqueda constante de fuentes de financiamiento para el apalancamiento de los proyectos de innovación y emprendimiento resultantes de procesos de investigación o espacios académicos, asumiendo el emprendimiento principalmente desde un enfoque social. Esto significa que uno de los objetivos de la estrategia de emprendimiento de la universidad, siguiendo el modelo de gestión institucional, es la articulación de las restantes estrategias de Proyección social y de las funciones universitarias de investigación, docencia e internacionalización, (González, 2018) específicamente, para no desvincularse de la labor que el docente realiza en los espacios académicos propios de cada facultad. También, de acuerdo a las particularidades de cada sede o seccional se cuenta con los consultorios empresariales ver anexo II: descripción de cada consultorio, cada uno tiene su propia dinámica.



Misión

Propiciar transformaciones en las actitudes y comportamientos de los miembros de la comunidad universitaria contribuyendo a formar personas con mentalidad emprendedora, fomentando la creatividad, innovación, empresarismo, responsabilidad social y ambiental, bajo los preceptos de bien común, justicia y equidad propios del carisma de la Orden de Predicadores.

Visión

Para el año 2028 la estrategia de emprendimiento será referente a nivel nacional, en virtud de su eficacia en la formación de personas que contribuyan al desarrollo socioeconómico del país mediante actividades emprendedoras en el ámbito de su ocupación o ejercicio profesional, así como en el acompañamiento creación y puesta en marcha de proyectos empresariales y sociales de alto impacto que contribuyan a la generación de empleos con equidad, mejoramiento de calidad de vida y construcción de capital social, es decir, que desemboquen principalmente, en la regeneración del tejido social de acuerdo con los contextos particulares de las regiones y los territorios nacionales.

Objetivo General

Fomentar una cultura de emprendimiento en la comunidad universitaria, que fortalezca el potencial emprendedor a través del desarrollo de espacios que permitan la participación de toda la comunidad, con el fin brindar herramientas que permitan el desarrollo y puesta en marcha de proyectos de emprendimiento empresariales y sociales y contribuyan a la generación de valor, desarrollo económico y fomento a la generación de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

Objetivos Específicos

- a. Crear mecanismos de promoción y apoyo a emprendedores, que generen una cultura de emprendimiento en la Universidad.
- b. Generar, diseñar y/ proponer procesos de formación y actualización a docentes y estudiantes en el fortalecimiento de capacidades emprendedoras, liderazgo y motivación.



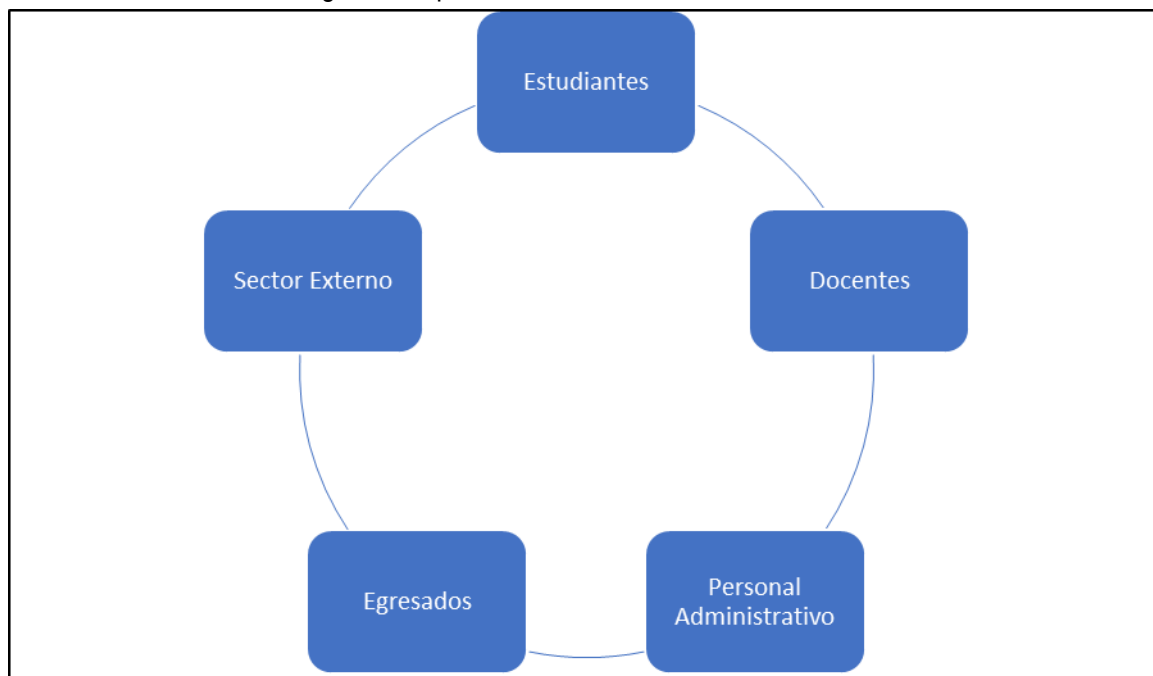
- c. Fortalecimiento del Comité institucional de Emprendimiento o quien haga las veces en sedes/seccionales como eje articulador a nivel institucional en el desarrollo de acciones encaminadas a la generación de cultura emprendedora.
- d. Coordinar acciones y recursos que orienten a las Facultades y Departamentos Académicos, en favor del emprendimiento y en la formación de competencias para la creación y el desarrollo de nuevas unidades productivas o proyectos de emprendimiento e innovación social de alto potencial.
- e. Establecer convenios de cooperación con entidades, tanto de orden nacional como internacional, en actividades relacionadas con el emprendimiento, la creación, desarrollo de empresas y/ proyectos de emprendimiento social y que permita a los emprendedores a postularse a diferentes fuentes de financiación como capital semilla, fuentes de fomento o empresa privada con el fin de fortalecer sus modelos de negocio.
- f. Generar y fomentar procesos de investigación orientada al emprendimiento en sus diferentes ámbitos, así como la creación de semilleros de investigación en emprendimiento.
- g. Contribuir a los principios de integralidad y transversalidad de los currículos institucionales, siendo el emprendimiento uno de los ejes transversales. (USTA, 2015, pg12).
- h. Fortalecer las competencias de emprendimiento como atributo del “hacer” contemplados en el perfil del egresado Tomasino. (USTA,2015, pg25).
- i. Fomentar la opción de grado de orden social y empresarial en creación de empresa o proyecto de emprendimiento en la institución. (USTA,2015, pg48).

3.2 USUARIOS DE LA LINEA DE EMPRENDIMIENTO

En el marco de la estrategia de emprendimiento se reconoce que dentro de los actores más importantes para su desarrollo está la comunidad académica, la cual incluye estudiantes, egresados, docentes y personal administrativo; asimismo, se hace explícita la necesidad de trabajar de manera conjunta con los grupos de interés de la universidad.



Gráfico 2. Usuarios estrategia de emprendimiento



Fuente: Elaboración del Consultorio Social- Empresarial, 2019

▪ **Estudiantes**

Tanto los estudiantes de pregrado como de posgrado pueden participar de la estrategia de emprendimiento para crear o fortalecer sus proyectos empresariales y/ de emprendimiento social.

▪ **Docentes**

En su desarrollo profesional, el docente encuentra en esta estrategia diversas modalidades de integración: participar en las diferentes actividades de emprendimiento con sus estudiantes, ser docente líder de emprendimiento de su facultad, ser asesor de proyectos de emprendimiento, ser beneficiario y/o proponer procesos de formación y actualización docente en temas de emprendimiento, generar procesos de investigación, así como beneficiarse del portafolio de servicios de la estrategia en caso de tener un proyecto de emprendimiento propio.

▪ **Personal administrativo**

Permite un acompañamiento a sus proyectos de emprendimiento a través del portafolio de servicios de la estrategia.



- **Egresados**

Una de las estrategias para fortalecer los vínculos de los egresados con la universidad y de esta con el sector privado es el emprendimiento. A través de dicha estrategia se busca dar respuesta a las necesidades de los profesionales tomasinos a través de un portafolio de servicios que incluyan eventos, asesoría y acompañamiento para sus proyectos de emprendimiento. El egresado tiene la oportunidad de estar en el banco de conferencistas y asesores para así contribuir con la puesta en marcha de unidades productivas y/o proyectos de emprendimiento social.

- **Sector externo: social, Empresarial, organizaciones sin ánimo de lucro y entidades públicas**

Como actores fundamentales del ecosistema de emprendimiento, es de vital importancia su articulación en las actividades de la estrategia de emprendimiento como sensibilizadores, conferencistas, asesores y mentores de proyectos empresariales y sociales.

3.3 ARTICULACIÓN DE LA LINEA DE EMPRENDIMIENTO CON LAS FUNCIONES SUSTANTIVAS

En este apartado encontrarán como se articula el emprendimiento a las funciones sustantivas de la USTA.

Línea de emprendimiento articulada a la docencia como función universitaria

Las diferentes facultades y programas académicos podrán proponer la creación de cursos, cátedras, electivas y opciones de grado que tengan como foco el emprendimiento, así como incorporar herramientas y actividades de emprendimiento a las cátedras existentes, siguiendo con los procedimientos de presentación y aprobación establecidos por las instancias pertinentes al interior de la Universidad y coherente con las necesidades del sector productivo.

Las facultades y departamentos Académicos podrán incluir dentro de su planeación estratégica, la designación de un docente líder de emprendimiento el cual hará parte del Comité institucional de Emprendimiento USTA o quien haga las veces en sedes/seccionales.



Dicho docente tendrá a su cargo el diseño, divulgación y ejecución del plan de trabajo al interior de su facultad de la estrategia en mención en articulación con la Coordinación de Emprendimiento de la USTA o quien haga sus veces en sedes/seccionales.

Las Facultades y departamentos académicos en articulación con la coordinación de emprendimiento o quien haga las veces en sedes/seccionales, podrán proponer espacios de fomento al emprendimiento en actividades curriculares y extracurriculares como eventos internos, externos en articulación con otras entidades, visitas, entre otros.

La Unidad de Proyección Social y Extensión Universitaria junto con la Dirección de innovación e investigación, o a quien corresponda en las sedes/seccionales, dará apoyo en la Identificación de productos generados en investigación o consultorías susceptibles a generar una empresa de base tecnológica o spin-off, a partir de la cual, en articulación con la línea estratégica se proporcione apoyo a la creación de esta. Esta estrategia se fundamenta, estructura y aplica, en colaboración con la coordinación de emprendimiento o quienes hagan sus veces en cada sede o seccional, de tal manera que la comunidad académica, pueda tener acceso a las orientaciones en la formulación de planes de negocios, así como en la realización de estudios de factibilidad y procesos de financiación.

Línea de emprendimiento articulada a la investigación como función universitaria

Desde la estrategia de emprendimiento se podrán apoyar los procesos de investigación en las siguientes acciones:

1. Fomentar la creación de semilleros de investigación en temas y/o líneas con relación a emprendimiento e innovación social.
2. Generar articulación con el sector externo, brindando soluciones en temas empresariales y sociales de acuerdo con las convocatorias del Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación.
3. Fomentar la apropiación social del conocimiento a través de la generación de productos relacionados con emprendimiento.



Línea de emprendimiento articulada a la proyección social como función universitaria

La estrategia de emprendimiento estará vinculada a las acciones de proyección de social gracias a que pretende:

1. Generar espacios de fomento a la cultura emprendedora, buscando articulación entre facultades, unidades académicas y entidades externas nacionales e internacionales.
2. Participar en espacios de relacionamiento interinstitucional como redes locales, regionales, nacionales e internacionales, que permitan generar articulación y acciones y planes de trabajo y vinculación a proyectos macro en torno al emprendimiento e innovación.
3. Generar un portafolio de servicios en temas de fomento, asesoría y acompañamiento a proyectos de emprendimiento a la comunidad universitaria.
4. Apoyar la identificación, de productos generados en investigación o consultorías susceptibles a generar una empresa de base tecnológica o spin-off en donde desde la línea estratégica se de apoyo a la creación de esta.

Línea de emprendimiento articulada a la internacionalización como función universitaria

La proyección social, entendida como el relacionamiento de las universidades con otras comunidades fuera de la propia, pone sobre la mesa la necesidad no solamente de buscar cooperación internacional para el desarrollo de proyectos de este tipo, sino también de posicionar a la institución en el ámbito internacional para llegar más allá de su área inmediata de influencia. La dimensión internacional de la proyección social y de la extensión, es un aspecto a través del cual la universidad se proyecta al exterior para lograr la internacionalización de las otras dos funciones sustantivas, y alcanzar sus objetivos sociales, académicos, comerciales y científicos.

La línea de emprendimiento estará vinculada a la internacionalización gracias a que pretende:



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES: 1704



1. Participar en ferias y concursos internacionales
2. Generar vínculos con redes internacionales de fomento al emprendimiento y lograr alianzas.
3. Internacionalización de la investigación en emprendimiento como línea central
4. Representar a la Universidad en un contexto internacional

Estas orientaciones son susceptibles a cambios de acuerdo a las dinámicas de cada sede o seccional.

Nit. 860.012.357-6

SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ - PBX: (571) 587 87 97 **Línea gratuita nacional:** 01 8000 111 180
Carrera 9.^a n.º 51-11 / contactenos@usantotomas.edu.co
www.usta.edu.co

DIVISIÓN DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA

PBX: (571) 595 00 00 ext. 2044 / Carrera 10.^a n.º 72-50 / admisiones@ustadistancia.edu.co
www.ustadistancia.edu.co





REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ley 2069 31 de diciembre del 2020 por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia
2. Acebedo y Velasco. (2017).
[http://www.grupocieg.org/archivos_revista/Ed.%2027%20\(102-116\)%20Acebedo%20Afanador-enero%202017_articulo_id290.pdf](http://www.grupocieg.org/archivos_revista/Ed.%2027%20(102-116)%20Acebedo%20Afanador-enero%202017_articulo_id290.pdf)
3. ASEC. (2019).
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/28199/Yimoreno.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
4. DNP (2018). Todo lo que no le han contado del plan nacional de desarrollo 2018-2022. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Resumen-PND2018-2022-final.pdf>
5. Fourier, (2001).
6. Ley de Emprendimiento 1014 de 2016- (Congreso de la República de Colombia, 2019).
7. Ley 18378 de 2017 Ministerio de ciencia y tecnología
8. Navarro, (2019).
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/28199/Yimoreno.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. Sanchis, J. (2010). Emprendimiento, economía social y empleo. Recuperado el 05 de mayo de 2019, de <http://base.socioeco.org/docs/emprendimiento2.pdf>
10. Universidad Nacional. (Productor). (2018). Punto crítico [youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=nUteBb8DC7Y&t=1311s>
11. USTA. (2004). Política Curricular para Programas Académicos. Bogotá, Colombia.
12. _____. (2004). Proyecto Educativo Institucional. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://www.usta.edu.co/images/documentos/documentos-institucionales/pei.pdf>
13. _____. (2015). Lineamientos para el Diseño y la Actualización Curricular. Bogotá, Colombia. Recuperado de: https://www.usta.edu.co/images/documentos/documentos-institucionales/lineamientos-curriculares_small.pdf
14. _____. (2019). Modelo Integral para la Acción. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://www.usta.edu.co/index.php/tomas-noticias/proyeccion-social/item/5373-conozca-el-modelo-integral-para-la-acci%C3%B3n-en-los-territorios-MIA>
15. _____. (2020). Documento Políticas y Lineamientos de Proyección Social y Extensión Universitaria. Bogotá, Colombia.
16. _____. (2018). Estatuto Orgánico. Recuperado de: <https://www.usta.edu.co/images/documentos/documentos-institucionales/estatutos/estatuto-organico.pdf>



ANEXOS

Anexo I: NORMATIVIDAD DEL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

En Colombia existen leyes, decretos, sentencias y normas en general que datan de los años noventa y que progresivamente destacan la creciente importancia que para el Gobierno tiene el Emprendimiento. De acuerdo con la política nacional de emprendimiento el Estado cumple un papel fundamental en el fomento del emprendimiento a partir de tres roles: Promotor de la alianza público-privada- académica; facilitador de las condiciones para el emprendimiento y desarrollador de la dimensión local, regional, nacional e internacional del emprendimiento. Sus responsables son el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

De acuerdo con la normatividad vigente, se alude a aquellas leyes aplicables a entes públicos y privados:

1. Ley 2069 del 2020

Tiene como objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento, el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.

2. Conpes 4011 Política Nacional de Emprendimiento.

Tiene como objetivo generar condiciones habilitantes en el ecosistema emprendedor para la creación, sostenibilidad y crecimiento de emprendimientos que contribuyan a la generación de ingresos, riqueza y aumentos en la productividad e internacionalización empresarial.

3. Ley 590 del 2000: Promover el desarrollo de las micro y pequeñas empresas.

Estimular las micro y pequeñas empresas para generar mercados altamente competitivos.
Facilitar el acceso al mercado de bienes y servicios a nivel nacional e internacional
Brindar formación de capital humano, desarrollo tecnológico y acceso a mercados financieros institucionales.
Generar esquemas de asociatividad empresarial y alianzas estratégicas entre entidades públicas y privadas de apoyo a las micro y pequeñas empresas.

4. Ley 1014 de 2016: Fomento de la cultura hacia el emprendimiento.



Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.

Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra de emprendimiento.

5. CONPES 3527 de 2008: Política Nacional de Competitividad y productividad.

Fomentar la cultura del emprendedurismo: pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales.

Mejorar la calidad de producción, además de generar más empleo en las MiPymes.

Crear condiciones para que el conocimiento sea un instrumento del desarrollo, consolidación de capacidades para el CTI

Contribuir la inclusión social y la competitividad del país, a través de estrategias que mejoren el uso y la aprobación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).

6. CONPES 3582 de 2009: Política Nacional de Ciencia, tecnología e innovación.

Fomentar la innovación en los sistemas productivos

Consolidar la institucionalidad del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación

Fortalecer la formación del recurso humano para la investigación e innovación

Promover la apropiación social del conocimiento

Focalizar la acción pública en áreas estratégicas

Desarrollar y fortalecer capacidades en Ciencia, Tecnología e Innovación



ANEXO II: Consultorios

El consultorio empresarial tiene como objetivo fortalecer a los emprendedores y empresarios en los principales retos que se enfrentan al momento de creación, puesta en marcha o fortalecimiento de sus iniciativas empresariales.

Actualmente el consultorio empresarial tiene presencia en Bogotá, Bucaramanga y Tunja.

Sede Bogotá: Consultorio Social Empresarial

Sede Bucaramanga: Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial – CEDE

Sede Tunja: Consultorio 100% empresarial

Misión

Brindar asesoría especializada a estudiantes y egresados de manera gratuita con el fin de poner a su disposición diferentes herramientas que les permitan fortalecer su modelo de negocio.

Visión

Para el año 2027, el Consultorio Empresarial USTA, se consolidará a nivel local, regional y nacional, como un referente estratégico en fomento de actividades de mentalidad y cultura emprendedora, apoyo en creación y desarrollo empresarial y social, consultorías, convenios y proyectos de investigación que promuevan el bienestar social y la competitividad empresarial.

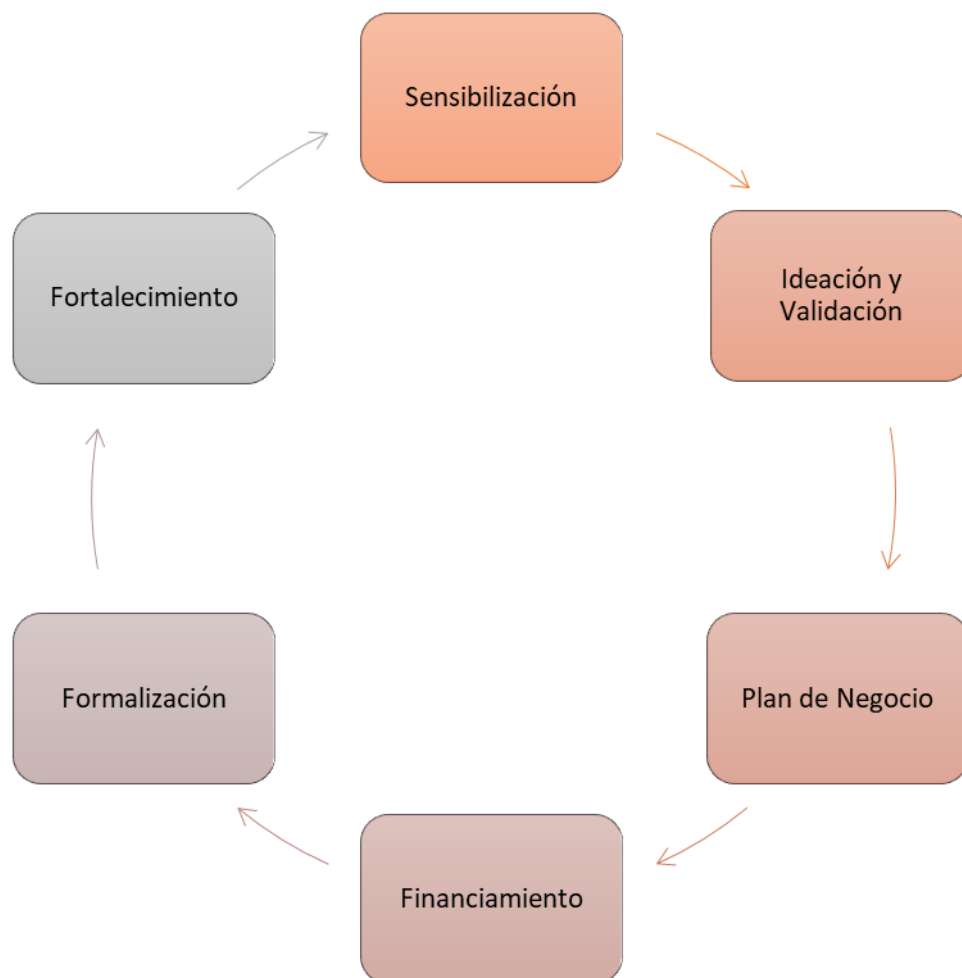
Objetivo General

Fomentar habilidades emprendedoras que contribuyan a impulsar la transformación de ideas empresariales y sociales en proyectos que generen un impacto positivo en el desarrollo social y económico a nivel local y regional, a través de un portafolio integral de servicios a los grupos de interés de la universidad.

Objetivos específicos

- Identificar y fomentar el desarrollo de competencias emprendedoras en la comunidad universitaria en concordancia con las políticas y lineamientos de la institución.
- Identificar y fomentar ideas, planes y opciones de negocio de la comunidad universitaria.
- Fomentar la presentación de proyectos a convocatorias a nivel local, nacional e internacional de capital semilla, fondos de capital, fondos de ángeles inversionistas u otro tipo de estímulos que contribuyan al crecimiento del modelo de negocio.
- Acompañamiento en la estructuración de proyectos de emprendimiento, industrias creativas y emprendimiento social.
- Consolidar vínculos y convenios con empresas del sector público y privado que apoyen el desarrollo de los procesos del consultorio por medio de la participación de estudiantes en el desarrollo de estos.

Ruta Integrada del Emprendimiento en la USTA



La ruta integrada de emprendimiento en la Universidad cuenta con los siguientes servicios:

- Sensibilización: Realización de actividades, charla, cátedras, ciclos de emprendimiento, boletines de emprendimiento de acuerdo con los temas de vanguardia dentro del ecosistema emprendedor.
- Ideación y Validación: Talleres, ferias empresariales, workshops, hackáthones enfocados en temas de emprendimiento.
- Plan de Negocio: Brindar asesoría y acompañamiento a emprendedores y empresarios que cuentan con una iniciativa de emprendimiento o empresa
- Financiamiento: Vigilancia tecnológica en convocatorias que permitan apalancar los emprendimientos con los diferentes entes del ecosistema.
- Formalización: Apoyo, capacitación y acompañamiento para el proceso de formalización.
- Fortalecimiento: Acompañamiento empresarial a MiPymes para fortalecimiento empresarial