



Código: D-PA-P01-F07	Versión: 02	Página 1 de 9
----------------------	-------------	---------------

IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA		
Facultad de Estudios a Distancia – FESAD		
Escuela: Ciencias Administrativas y Económicas		
Programa: TECNOLOGÍA EN REGENCIA DE FARMACIA	Plan:	854
Asignatura/módulo: EMPRENDERISMO	Código:	8106340
Semestre al cual pertenece la asignatura/módulo: II	Periodo académico: 2025	

APOYO TUTORIAL		
Nombre Docente	Información de Contacto	CREAD

PERFIL DE EGRESO
El Tecnólogo en Regencia de Farmacia de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia: dirige establecimientos farmacéuticos distribuidores minoristas y mayoristas de productos alopáticos, homeopáticos, veterinarios, preparaciones farmacéuticas con base en recursos naturales, cosméticos, preparados magistrales e insumos para salud. Dirige el servicio farmacéutico de instituciones prestadoras de servicios de salud de baja complejidad y apoya bajo la dirección del químico farmacéutico el desarrollo de las actividades básicas de la prestación del servicio farmacéutico de alta y mediana complejidad. Participa en actividades de inspección y vigilancia de medicamentos, dispositivos médicos, establecimientos farmacéuticos, distribuidores mayoristas y minoristas; así como en actividades de atención farmacéutica y de prevención y promoción para el uso racional de medicamentos, como estrategias de relevancia en salud pública. Crea unidades empresariales que aportan valor socioeconómico a la región y las comunidades de influencia; participa en equipos interdisciplinarios de investigación y mesas de trabajo, aportando conocimientos desde su campo de formación a las dinámicas del sector productivo, del gobierno nacional, de las entidades territoriales y de la sociedad, bajo principios éticos y humanísticos.

PROPOSITO DE FORMACIÓN
En esta asignatura se busca desarrollar competencias del estudiante en cuanto al ser, el saber y del hacer, mediante la interactividad en torno al emprendimiento y creación de empresa, abordando cuatro unidades de aprendizaje con sus temas y subtemas; para lograr una visión de conceptos generales, exploración e identificación de oportunidades en el mercado, establecer la viabilidad del negocio, a través de la estructura y análisis de un plan de negocio y la constitución de una unidad empresarial, mediante la aplicación del marco legal, que rige para nuestro país mediante la estructura de una propuesta para crear su propia empresa.

COMPETENCIAS DEL PROGRAMA
Competencias Generales
La Tecnología en Regencia de Farmacia forma profesionales integrales con capacidades, valores y actitudes acordes con el sector farmacéutico, sustentadas en la comunicación asertiva, en las buenas relaciones interpersonales, en el trabajo en equipo y la proyección que como empresa se evidencia en su misión y visión, que le permitan comprender el mundo que le rodea y comportarse como un individuo responsable y justo en complemento con el aprender a aprender y aprender a hacer.

Competencias Transversales

Estas refieren a las estructuras cognitivas, las cuales propenden por el fomento de la creatividad, la innovación y asertividad con el propósito de asimilar y transformar el conocimiento de acuerdo con las necesidades del entorno, la empresa y la educación, para una aplicabilidad óptima y efectiva en contexto real.

COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Al final de esta asignatura/modulo el estudiante estará en capacidad de:

- **Competencia Cognitiva:** El estudiante se apropia de los conocimientos que comprende la asignatura mediante las técnicas de aprendizaje autónomo, incorporando estrategias que le permitan interrelacionarlos y aplicarlos en situaciones reales del entorno.
- **Competencia Comunicativa:** se asocia con el contexto disciplinar y socio cultural realizando el proceso de interpretar contenidos, argumentar problemas y proponer soluciones.
- **Competencia Valorativa:** se desarrolla el saber ser mediante la interacción en equipos de trabajo y a través del diálogo de razones se reconoce el valor de los argumentos del otro.
- **Competencia Socio-Afectiva:** Se establecen vínculos inspiradores de confianza entre compañeros que permite generar conductas, motivaciones y generación de ideas para que los estudiantes puedan vivir en comunidad.

Al final de esta asignatura/modulo el estudiante estará en capacidad de:

- Comprender conceptos fundamentales del Emprenderismo
- Identificar oportunidades empresariales en el mercado
- Conocer aspectos fundamentales del plan de negocio
- Desarrollar un modelo de emprendimiento (CANVAS) y presentarlo en Expoferiax

METODOLOGÍA

La metodología corresponde a la modalidad de **educación a distancia**, por lo que asumir la actividad académica propuesta, implica que el estudiante debe garantizar la asistencia a las tutorías programadas y a la obtención de los medios de interacción con la comunidad académica tales como: el celular, Internet, computador, textos y medios escritos. La Institución educativa garantizará la contratación del docente, proporcionará espacios físicos, plataforma virtual, y demás recursos tecnológicos de comunicación e información.

La interacción de los actores se dará en las sedes principales y los centros regionales de educación a distancia que estime la Universidad para el desplazamiento de docentes y la asesoría a estudiantes. Se tiene en cuenta el Aprendizaje Autónomo como elemento central del proceso educativo, que estimula al estudiante para que sea el autor de su propio desarrollo y en especial construya por sí mismo su conocimiento, bajo la orientación y acompañamiento del tutor, teniendo en cuenta los pilares de la UNESCO como: Aprender a Conocer, Aprender a Hacer, Aprender a Vivir Juntos y Aprender a Ser.

Se orienta al aprendiente a través de los siguientes pasos metodológicos:

- Diseño de guía de autoaprendizaje con los siguientes componentes: Información institucional, apoyo tutorial que hace referencia a la información del docente y el entorno en que se desempeña, datos del perfil de egreso, propósitos del curso, contenido temático del curso, actividades para el desarrollo del curso, tiempos para el desarrollo de productos, fuentes de consulta bibliográfica e infografía.
- Acompañamiento permanente a través de las tecnologías de la información y la comunicación y sesiones tutoriales presenciales para la interacción de los actores del proceso de aprendizaje.
- El estudiante debe verificar su inscripción dentro del curso virtual en la plataforma Moodle y el acceso a todos los recursos de trabajo, en caso de detectarse problemas, debe remitirse a la oficina de educación virtual de la UPTC para reportar la situación.
- A través de la valoración, validación (retroalimentación) y evaluación se presentan los resultados del trabajo académico del docente y del aprendiente.
- El aprendiente cuenta con unas herramientas de comunicación con el docente, como son: Presencial en las tutorías programadas, el correo electrónico, los foros, los mensajes internos por plataforma, el teléfono celular, aplicaciones de mensajería como WhatsApp, las video llamadas por internet, y el chat de soporte. Este último será programado por el tutor indicando la hora, la fecha y el tema a tratar.
- Los espacios de tutoría presencial son oportunidades que todos los estudiantes pueden utilizar si se cuenta con la facilidad de asistencia y si se ha programado en el horario del respectivo cread, su finalidad, es resolver algunas dudas acerca de los temas enunciados en esta guía.

Recomendaciones para el estudiante:

- Tener presente el calendario establecido por la Universidad, y recuerde que el semestre académico es de 16 semanas. Puede consultarlo en cada CREAD, en la página web de la Universidad o en la página web de la Escuela: <http://administrativafesad.wixsite.com/ecae>
- Utilizar la cuenta de correo electrónico institucional y/o la plataforma virtual para cualquier consulta con el tutor.
- Las actividades de aprendizaje se deben enviar al docente asignado como tutor, únicamente a través de la plataforma virtual, completamente terminadas y en las fechas establecidas. Así mismo el estudiante debe hacer uso de las bases de datos y en general de los recursos bibliográficos con que cuenta la Universidad.
- En la metodología de educación a distancia es recomendable aprovechar el encuentro presencial para superar dudas y reforzar los conceptos vistos en la plataforma. Se debe tener en cuenta que sí es obligatorio cumplir con la entrega de actividades y presentación de evaluaciones en las fechas establecidas en el calendario.

Respeto a los Derechos de Autor

En todas las actividades académicas se deben respetar los Derechos de Autor citando y referenciando adecuadamente, (Normas APA). Recuerde que copiar total o parcialmente obras o

trabajos de otras personas presentándolas como propias sin la debida citación, se considera Plagio. Situación legalmente prohibida y también contemplada en el Reglamento Estudiantil (Acuerdo 097 de 2006), que en el Literal J del Artículo 104 señala que son deberes de los estudiantes, entre otros: "... Respetar los Derechos de Autor", y en el Literal H del Artículo 105 indica que los estudiantes no podrán adoptar las siguientes conductas: "... la falsificación de documentos académicos o administrativos.

EVALUACIÓN

La evaluación tiene como objetivo central, examinar el dominio y comprensión de los contenidos de la asignatura tanto en lo teórico, conceptual, metodológico y bibliográfico.

En la atención tutorial presencial se confrontan las investigaciones realizadas por los aprehendientes, para que el estamento estudiantil valore, evidencie y conceptué el avance de sus demás compañeros en el ejercicio académico investigativo.

La evaluación de la asignatura se realizará en dos partes iguales (primer 50%, segundo 50%) con dos evaluaciones de manera presencial.

PRIMER 50%: Mediante la entrega de las actividades propuestas y la participación en la plataforma se evaluarán los conocimientos adquiridos en el desarrollo de las unidades comprendidas entre la semana 1 hasta semana 8 del calendario académico. Se programarán talleres, foros y evaluaciones virtuales. Dentro de las actividades a desarrollar, se incluye un texto en inglés y el uso de las bases de datos de la Universidad.

SEGUNDO 50%: Mediante la entrega de las actividades propuestas y la participación en la plataforma se evaluarán los conocimientos adquiridos en el desarrollo de las unidades comprendidas entre la semana 9 hasta semana 16 del calendario académico. Se programarán talleres, foros y evaluaciones virtuales y presenciales (participación Muestra Empresarial). Como actividad central, el estudiante desarrollará la idea emprendedora y la presentará en evento programado por la escuela para tal fin. Dentro de las actividades a desarrollar, se incluye un texto en inglés y el uso de las bases de datos de la Universidad.

HABILITACION 100%: Semana 17

FUENTES DE INFORMACIÓN SUGERIDAS

- Alcaraz Rodríguez, R. E. (2020). El emprendedor de éxito. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=10407>
- Cajigas Romero, M., Ramírez Cajigas, D. A., Ramírez, E.(2023). Diagnóstico y Plan de Acción Empresarial. Ecoe Ediciones. <https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=30931>
- Corma Canós, F. (2017). El Canvas de la innovación: innova practicando. Díaz de Santos. <https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=6765>
- Delgado Cerviño, J. (2018). Claves de la creatividad empresarial: cómo gestionar el talento humano. Ecoe Ediciones. <https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=6464>
- Gómez Vallejo, M.P. (2019). La Mentalidad Emprendedora. Ediciones de la U. <https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=9181&pg=4>

- González González, J., Juliao Esparragoza, D., & Mejía Reátiga, C. (2021). Retos en los modelos de negocio: Una perspectiva latinoamericana. Universidad del Norte. <https://www-digitaliapublishing-com.biblio.uptc.edu.co/a/111698>
- Hernández-Sánchez, B. R., et al. (2023). *Persona, empresa, sociedad y emprendimiento en el contexto de los ODS*. Dykinson. Digitalia. <https://www-digitaliapublishing-com.biblio.uptc.edu.co/a/127232>
- Martínez-Gregorio, S., & Oliver, A. (2023). Generalizability of alignment and sorting effects in secondary education: Evaluation of the effectiveness of an activity for the entrepreneurial competence promotion. *Revista de Psicodidáctica (English ed.)*. <https://doi.org/10.1016/j.psicoe.2023.05.002>
- Méndez-Picazo, M.-T., Galindo-Martín, M.-A., & Castaño-Martínez, M.-S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(2), 69-77. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>
- Murcia Cabra, H. H. (2015). Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial. Ediciones de la U. <https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=5599>
- Parra Alviz, M. (2017). Emprendimiento y creatividad: aspectos esenciales para crear empresa. Ecoe Ediciones. <https://www-digitaliapublishing-com.biblio.uptc.edu.co/a/66618>
- Rajadell, M. (2019). Creatividad. Emprendimiento y mejora continua: Emprendimiento y mejora continua. Editorial Reverte. <https://www-digitaliapublishing-com.biblio.uptc.edu.co/a/67946>
- Ramírez Díaz, J. A. (2019). Evaluación financiera de proyectos: con aplicaciones en Excel. Ediciones de la U. <https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=9099>
- Schnarch Kirberg, A. (2021). Desarrollo de nuevos productos: creatividad, innovación y marketing. McGraw-Hill. <https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=106>
- Schnarch Kirberg, A. (2019). Marketing para emprender. Ediciones de la U. <https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=9394>

Recursos Digitales:

- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*. <http://w.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Cristancho Triana, Gerson Jaquin, Ninco Hernández, Fabian Arley, Cancino Gómez, Yezid Alfonso, Alfonso Orjuela, Laima Catherine, & Ochoa Daza, Pedro Elías. (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *Suma de Negocios*, 12(26), 41-51. Epub January 29, 2021. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a5>
- Echeverri Cañas, L. (2023). Plan estratégico de marketing. El arte de cautivar a través de estrategias que enamoran. Colombia: Universidad del Rosario. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=918022>
- König Martins, M. C., Oliveira Padilha, R. & Da Silva, S. M. (2022). *Corporate Venture Capital e Aceleradores Corporativos: diferenças e similitudes*. Brazilian Journal of Political Economy. ISSN 1809-4538. <https://doi.org/10.1590/0101-31572022-3037>
- Pacheco-Ruiz, Carlos, Rojas-Martínez, Claudia, Niebles-Nuñez, William, & Hernández-Palma, Hugo G.. (2022). *Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario*. Formación universitaria, 15(1), 135-144. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
- Sornoza Parrales, D., Parrales Poveda, M., Sornoza Parrales, G., Cañarte Rodríguez, T., Castillo Merino, A., Guaranda Sornoza, V., & Delgado Lucas, H. (2018). FUNDAMENTOS DE EMPRENDIMIENTO. Alicante: Editorial Área de Innovación y Desarrollo. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2087/1/FUNDAMENTOS%20DE.pdf>



- Rincón Soto, I. B., Rengifo Lozano, R., Hernández Suárez, C., & Prada Nuñez, R. (2022). Educación, innovación, emprendimiento, crecimiento y desarrollo en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales*, 110-128.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8526446>
- Rodríguez Cairo, V., Saldaña Pacheco, R. A., Ramos Reyes, J. I., & Casavica Maldonado, E. R. (2023). Libre iniciativa privada. *Encuentros*, 345-357.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8750586>
- Rohemi, Z. O., Stefania, G. C., Eduardo, M. C. A., Rafael, B. S. G., Lucia, R. V. A., Marina, R. O. A., Darío, R. H. J., & María, N. R. L. (2024). Clustering and Principal Component Analysis for the characterization of corporate governance in family businesses. *Procedia Computer Science*, 231, 496–501. <https://doi.org/10.1016/J.PROCS.2023.12.240>
- Velásquez Carrascal, B. L., Hoyos Patiño, J. F. ., Hernández Villamizar, D. A., Sayado Velasquez, L. N., Sayago Velásquez, J. E., & Vargas Yuncosa, J. A. (2020). (DIE) - Modelo Para El Diseño De Ideas De Emprendimiento. *Revista Facultad De Ciencias Agropecuarias - FAGROPEC*, 12(1), 52–64. <https://doi.org/10.47847/fagropec.v12n1a5>
- Vernaza Arroyo, G., Medina Sánchez, E., & Chamorro Quiñonez, J. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales* (3).
<https://www.redalyc.org/journal/280/28063519006/28063519006.pdf>
- VV. AA. (2023). Arte y emprendimiento: Por nuevas formas de aprender. Universidad del Rosario.
<https://www-digitali publishing-com.biblio.uprc.edu.co/a/133224>

Recursos Web sugeridos

- Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación. (2020) [Documento Conpes 4011](#).
- Cómo se elabora un modelo Canvas o business model canvas*. (2025). Retrieved July 21, 2025, from <https://emprendedores.es/gestion/modelo-3/>
- Empware Plan de Negocio*. (2025). Retrieved July 21, 2025, from <http://www.empware.com/home.aspx?o=goocolconedo03&gclid=CKPR2sSi9qYCFQ9M2god>
- Innpulsa. (2025). Retrieved July 21, 2025, from <https://www.innpulsacolombia.com/CorporaciónEmprendedoresColombiaCEC>
- Ruta N | Centro de innovación y negocios de Medellín. (2025). Retrieved July 21, 2025, from <https://rutanmedellin.org/>

DESARROLLO DE UNIDADES

PRIMER 50%

UNIDAD 1. Conceptos y Generalidades.

Tema 1. Introducción al emprendimiento.

Tema 2. Emprendedor, rasgos y características del emprendedor.

Tema 3. Fomento a la Cultura del Emprendimiento: Ley 1014 de 2006 y Ley 2096 del 2021.

Tema 4. Marco Legal para crear una empresa.

Tema 5. Organizaciones de fomento en el emprendimiento, funciones y características.

UNIDAD 2. Exploración e Identificación de una Oportunidad Empresarial en el Mercado.

Tema 1. Los mercados y como competir.

Tema 2. Investigación de mercados.

Tema 3. Algunas maneras de buscar oportunidades empresariales.

Tema 4. Su idea-proyecto empresa.

SEGUNDO 50%

UNIDAD 3. Modelo de negocio para crear una empresa

Tema 1. Generalidades de un Modelo de Negocio.

Tema 2. Tipos de Modelos de Negocio.

Tema 3. Componente del Modelo de Negocio.

UNIDAD 4. Muestra y validación empresarial

Tema 1. Producto Mínimo viable VPM.

Tema 2. Proyecta tu Pitch de ventas.

Tema 3. Validación integral de la idea de negocio.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES EVALUABLES

PRIMER 50%

No	ACTIVIDAD	Unidad	Forma de Entrega	Plazo	% de Evaluación
1	1a Actividad	Unidad 1	Grupal	Semana 4	30%
2	2a Actividad	Unidad 2	Grupal	Semana 7	30%
3	Evaluación primer 50%: semana 7 y 8 (TRF)	Unidad 1 - 2	Individual	Semana 8	40%

SEGUNDO 50%

4	3a Actividad	Unidad 3	Grupal	Semana 11	40%
5	4a Actividad	Unidad 3 y 4	Grupal	Semana 15	60%
HABILITACIÓN		Unidad 1 – 4	Individual	Semana 17	100%

PRIMER 50%

UNIDAD 1: CONCEPTOS Y GENERALIDADES

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ACTIVIDAD	EVIDENCIA
Asociar los conceptos fundamentales de Emprendimiento para que logren reforzar los rasgos de un emprendedor	Asocio los conceptos fundamentales de Emprendimiento para que logren los rasgos de un emprendedor.	Taller 1. Grupal revisión de material bibliográfico.	Registro del taller en la plataforma Moodle.

UNIDAD 2: EXPLORACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE UNA OPORTUNIDAD EMPRESARIAL EN EL MERCADO

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ACTIVIDAD	EVIDENCIA
Identificar las necesidades del mercado y resuelve problemas a través de la generación de ideas de negocio.	Identifico necesidades del mercado y resuelvo problemas para la generación de ideas de negocio.	Taller 2. Grupal y revisión de material bibliográfico.	Registro del taller en la plataforma Moodle.

SEGUNDO 50%

UNIDAD 3: MODELO DE NEGOCIO PARA CREAR UNA EMPRESA

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ACTIVIDAD	EVIDENCIA
Aplicar los componentes de un modelo de negocio como mediante el lienzo CANVAS como herramienta para estructurar una propuesta empresarial viable, articulando la creación, entrega y captura de valor de la idea de negocio.	Aplico los componentes de un modelo de negocio como mediante el lienzo CANVAS como herramienta para estructurar una propuesta empresarial viable, articulando la creación, entrega y captura de valor de la idea de negocio.	Taller 3. Grupal y revisión de material bibliográfico.	Registro del taller en la plataforma Moodle.

UNIDAD 4: MUESTRA Y VALIDACIÓN EMPRESARIAL

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ACTIVIDAD	EVIDENCIA
Socializar una propuesta de emprendimiento, demostrando dominio del modelo de negocio CANVAS y capacidad para comunicar su viabilidad, diferenciación y valor frente a un público académico.	Socializo una propuesta de emprendimiento, demostrando dominio del modelo de negocio CANVAS y capacidad para comunicar su viabilidad, diferenciación y valor frente a un público académico.	Participación en la expoferia ECAE y presentación de la ficha expoferia.	Registro de la ficha expoferia en la plataforma Moodle.

OBSERVACIONES

El uso del material multimedia dispuesto en la Plataforma Virtual es obligatorio, y totalmente necesario para realizar las actividades de aprendizaje de cada tema. Allí se dispondrá material de apoyo para consulta del estudiante y se propondrán actividades de aprendizaje colaborativo. La comunicación permanente con su tutor a través de los medios virtuales es indispensable para llevar a feliz término su proceso y además permitirá al docente verificar su nivel de competencia en el manejo de estas herramientas.

Una vez ingresadas las calificaciones al sistema, el estudiante tiene tres días para hacer cualquier reclamación; superado este tiempo se asumirá la conformidad por parte del estudiante. (Artículo 73 Acuerdo 097 de 2006).

Autor(es) de la Guía:	HERNANDO JOSÉ NIÑO CUERVO Administrador de Empresas – Universidad de Boyacá Especialista en Gerencia de Mercadeo – Universidad de Boyacá Magister en Dirección Estratégica – Universidad de León, Barcelona España
-----------------------	--

Revisor de la Guía:	EUGENIO PAREDES CASTELLANOS Magister en Administración y Dirección de Empresas – Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Docente e investigador ECAE- UPTC
---------------------	---

Director de Escuela:	JOSÉ IRENARCO PEDRAZA SUÁREZ. Director Escuela de Ciencias Administrativas y Económicas
----------------------	---