



IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Facultad de Estudios a Distancia – FESAD		
Escuela: Ciencias Administrativas y Económicas		
Programa: Técnica Profesional en Procesos Comerciales y Financieros	Plan:	15061
Asignatura/módulo: Emprenderismo y Creación de Empresas	Código:	8110193
Semestre al cual pertenece la asignatura/módulo: IV	Periodo académico: II-2025	

APOYO TUTORIAL

Nombre Docente	Información de Contacto	CREADS

PERFIL DE EGRESO

El **Técnico Profesional en Procesos Comerciales y Financieros**, es de gran importancia en el contexto global por cuanto posee habilidades, destrezas y actitudes para el desempeño en procedimientos de apoyo técnico, en las áreas y/o departamentos Comercial y Financiero de cualquier empresa; mediante la aplicación de las TIC con competencias creativas, toma de decisiones, emprendimiento, con actitud de servicio hacia el desarrollo de proyectos innovadores buscando un desarrollo sostenible de las comunidades.

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

El programa de **Técnica Profesional en Procesos Comerciales y Financieros** propicia las competencias necesarias para la formación del técnico integral en cuanto al SABER – SER; los estudiantes de este programa deben ser personas integrales, con capacidades, valores y actitudes acordes con las diferentes circunstancias que se presenten en el diario vivir, así como las evidencias de las adecuadas relaciones con las demás personas, siendo fundamental el trabajo en equipo y la proyección que como empresa evidencia su misión y visión. Los seres humanos deben estar dotados de educación, de instrumentos intelectuales, con el fin de que puedan comprender al mundo que los rodea, cuya finalidad es el comportamiento individual y responsable, complementando con el aprender y aprender a hacer.

Competencias Transversales

En estas se debe trabajar el saber-saber, en formación por competencias, las estrategias planteadas ayudan a formar estructuras cognitivas, donde se debe ser creativo, innovadores y asertivos en lo que se les ha enseñado, de tal forma que el conocimiento global se va disgregando y trabajando acorde a las necesidades del entorno, la empresa y la educación, con el fin de aplicarla de forma óptima y afectiva en el contexto real.

COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

En la sociedad globalizada de industrias complejas, se desarrollan competencias técnicas e intelectuales. Para el saber-hacer, el Técnico Profesional debe combinar una serie de competencias relacionadas con la formación para diseñar, implementar y controlar procesos de gestión, tendientes a optimizar el buen funcionamiento en unidades, departamentos o direcciones del área Comercial y Financiera de empresas tanto públicas como privadas, insertas en las asignaturas dentro del plan de estudios del programa.

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 dialogo 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.

Competencias Específicas del curso:

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
- Conocer el marco legal para la constitución de una empresa

METODOLOGÍA

La metodología corresponde a la modalidad de **educación Virtual**, por lo que asumir la actividad académica propuesta, implica que el estudiante debe garantizar 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.

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 profesional, propósitos del curso, contenido temático del curso, actividades para el desarrollo del curso, tiempos para el desarrollo de productos, fuentes de consulta bibliográfica e infográfica.

- Acompañamiento permanente a través de las tecnologías de la información y la comunicación y sesiones tutoriales sincrónicas 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 aprehendiente cuenta con unas herramientas de comunicación con el docente, como son: el correo electrónico, los foros, los mensajes internos por plataforma, el teléfono celular, aplicaciones de mensajería, 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.
- En la metodología de educación Virtual es recomendable aprovechar el encuentro sincrónico para superar dudas y reforzar los conceptos vistos en la plataforma.

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/eca>
- 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.
- 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.

La evaluación de la asignatura se realizará en dos partes iguales (primer 50%, segundo 50%)

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>
- 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., & Casalvica 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-digitaliapublishing-com.biblio.uptc.edu.co/a/133224>

Recursos Web sugeridos

Agencia de Emprendimiento e Innovación. <https://www.innpulsacolombia.com/>

Corporación Emprendedores Colombia CEC

<https://encolombia.com/economia/economicolombiana/emprendimiento/emprend-colombia/>

Ruta N Centro de Innovación y Negocios <https://www.rutanmedellin.org/es/>

Modelo de Negocios Canvas: <https://www.emprendedores.es/gestion/a27644/modelo-3/>

Crea tu plan de negocio:

<http://www.emproware.com/home.aspx?o=goocolconedo03&qclid=CKPR2sSi9qYCFQ9M2god>

Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación. (2020) [Documento Conpes 4011](#).

Impulsa Colombia. (2021). Emprendimiento social en Colombia: Un nuevo enfoque para el desarrollo empresarial [Boletín Analítica Emprendimiento Social](#).

Ley 2096 de 2020 Cultura del Emprendimiento,

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>

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	Actividad 1	Unidad 1	Grupal	Semana 4	40%
2	Actividad 2	Unidad 2	Grupal	Semana 7	40%
3	Prueba integral primer 50%	Unidad 1 - 2	Individual	Semana 7	20%
SEGUNDO 50%					
4	Actividad 3	Unidad 3	Grupal	Semana 11	40%
5	Actividad 4	Unidad 3 y 4	Grupal	Semana 15	60%
HABILITACIÓN		Unidad 1 – 4	Individual	Semana 17	100%

PRIMER 50%

UNIDAD 1

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ACTIVIDAD	EVIDENCIA
Asociar los conceptos fundamentales de Emprendimiento que refuercen los rasgos de un emprendedor.	Asocio los conceptos fundamentales de emprendimiento que refuercen los rasgos de un emprendedor.	Identifica las habilidades y rasgos que posee como emprendedor.	Taller práctico: Identificación de perfiles emprendedores a partir de casos reales.
	Señalo la normatividad vigente que fomenta la cultura emprendedora.	Resume la normatividad vigente aplicada al fomento del Emprendimiento y la creación de empresas.	

UNIDAD 2

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ACTIVIDAD	EVIDENCIA
Identifica necesidades y resuelve problemas a través de la generación de ideas de negocio.	Identifico necesidades y resuelvo problemas para la generación de ideas de negocio.	Realiza un análisis del entorno externo en el que identifica alguna(s) fuentes de ideas de negocio.	Informe escrito que incluya: Análisis de mercados en donde Identifica necesidades, problemas, deseos, cambios en gustos y tendencias.



SEGUNDO 50%

UNIDAD 3

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ACTIVIDAD	EVIDENCIA
Aplicar los componentes de un modelo de negocio 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 herramienta para estructurar una propuesta empresarial viable, articulando la creación, entrega y captura de valor de la idea de negocio.	Elabora un modelo de negocios en el que destaque la viabilidad de la idea de negocio, con sus componentes de innovación y factores diferenciadores.	Elaboración de un modelo de negocios utilizando la metodología del Lienzo Canvas, con el propósito de visualizar y comunicar la viabilidad de la idea de negocio, así como sus componentes de innovación y los factores que la diferencian en el mercado.

UNIDAD 4

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ACTIVIDAD	EVIDENCIA
Socializar de manera estructurada, argumentativa y creativa una propuesta de emprendimiento, demostrando dominio del modelo de negocio y capacidad para comunicar su viabilidad, diferenciación y valor frente a un público académico.	Socializo de manera estructurada, argumentativa y creativa una propuesta de emprendimiento, demostrando dominio del modelo de negocio y capacidad para comunicar su viabilidad, diferenciación y valor frente a un público académico.	Socialización efectiva de la idea de negocio, demostrando su viabilidad, propuesta de valor innovadora y factores diferenciadores ante un público real en el contexto de la Expoferia ECAE.	Participación activa del grupo en la Expoferia Empresarial, mediante la presentación pública de su idea de negocio desarrollada; acompañada del diligenciamiento completo de la ficha técnica de la Expoferia.



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