

Año XXVII N° 202
Marzo de 2014
ISSN 1900-592X

 **Universidad
de Ibagué**
Comprometidos con el desarrollo regional

Árbol de tinta



Especial Emprendimiento

6 | Pensando y
actuando diferente

18 | Voluntad, constancia
y actitud empresarial

30 | Calidad en las
instituciones de justicia





Víctimas y Posconflicto. Un debate necesario



*Evento conmemorativo por el Día de la Memoria y de
la solidaridad con las víctimas del conflicto armado*

10 de abril de 2014

5:00 p.m.

Auditorio central, Universidad de Ibagué



Ciencia
Política





*Presidente del
Consejo Superior*
Luis Enrique Orozco

Rector
Alfonso Reyes Alvarado

Comité Editorial
Gloria Piedad Barreto Bonilla
Amparo Celis Triana
Franciny Espinosa Osorio
Diana Janneth Varela Londoño
Martha Myriam Páez Morales
Fadhia Sánchez Marroquín

Directora
Fadhia Sánchez Marroquín

Redactora
Franciny Espinosa Osorio

Revisión de textos
Gloria Molano Devia

Diagramadora
Diana Forero Meneses

Publicidad
Amparo Celis Triana

Composición Portada
Diana Forero Meneses

Impresión
León Gráficas

Contacto
Carrera 22 calle 67
barrio Ambalá
Teléfono 2709432 ext. 419

www.unibague.edu.co

Sumario

Smart Cane.
Lazarillo para invidentes



5

Petraplast, una fábrica
de sueños



14

Living Col.
Tu puerta de entrada
a Colombia



20

Las chicas Golchik



22

Conéctate con
ConnecTree



24

Una propuesta "loca" para el
otro emprendimiento



26

Antonio Jacanamejoy,
orgullo Kamsá



28

Opción en Emprendimiento

Si analizamos el dinamismo de la globalización y la competitividad del mundo laboral, es claro que cada vez se requieren más profesionales con formación integral, espíritu emprendedor y capacidad empresarial; visionarios capaces de asumir nuevos retos, identificar oportunidades, resolver problemas empresariales y sociales; capaces de generar ofertas innovadoras y seductoras que el mercado requiera.

Consecuente con estos requerimientos, la Ley 1014 de enero 26 de 2006 de Fomento a la cultura del emprendimiento ha ayudado a estimular este propósito, mediante la creación de unidades de emprendimiento en las instituciones de educación superior y la conformación de redes regionales y nacionales, con lo cual se busca la articulación de actores públicos, privados, académicos, financieros, entre otros, que puedan ayudar a hacer realidad los sueños y proyectos de emprendedores de diferentes regiones del País.

La Universidad de Ibagué, por medio de la Opción en Emprendimiento –que pueden elegir los estudiantes de programas de pregrado de la Universidad, como complemento a su carrera– busca fortalecer el espíritu emprendedor y la capacidad empresarial de nuestros estudiantes y egresados, de forma que reciban orientación en el desarrollo y estructuración de sus ideas, para que sus proyectos se puedan hacer realidad. De esta manera, se impulsa el desarrollo social y económico de la región y del País.

Interrogantes como dónde voy a trabajar, a cuál gran empresa me vincularé, debería irme para una gran ciudad o para otro país en busca de empleo, se deben cambiar por preguntas retadoras como las siguientes: ¿Qué idea innovadora puedo plantear para solucionar un problema o cubrir una necesidad social? ¿Cómo propongo una nueva unidad de negocio al interior de una organización? ¿Cómo puedo crear una nueva empresa? ¿Cómo puedo generar nuevos puestos de trabajo? ¿Qué instituciones me pueden apoyar y orientar para hacer realidad mi sueño? ¿Qué alianzas puedo forjar para hacer realidad mi proyecto de vida empresarial?

Cuestionamientos como estos han sido formulados por personas que han creado empresa, a partir de una idea de negocio innovadora y con base tecnológica, gracias a su espíritu decidido, con motivación intrínseca, esfuerzo, perseverancia y trabajo constante.

Por ello, en esta edición de Árbol de tinta presentamos ejemplos de emprendedores que cambiaron la visión de su ejercicio profesional porque tuvieron confianza en sus propias competencias para crear nuevas empresas: Petraplast de Colombia, Living Col y Golchik son muestra de la capacidad innovadora de nuestros egresados. ConnecTree y Smart Cane reflejan el dinamismo de nuestros estudiantes por sacar adelante sus ideas. Por su parte, Roott+Co es una empresa tolimense que representa el espíritu y el empuje del empresariado de nuestra región.

También, incluimos artículos de expertos sobre emprendimiento, en los cuales nuestros lectores encontrarán la relevancia que tiene esta temática en la solución de problemas que ayudan al desarrollo de una comunidad, en el ámbito regional, nacional o internacional.

Espíritu emprendedor

Por: Diana Janeth Varela Londoño*

Árbol de Tinta
Marzo de 2014

3



Foto: Gabriel Valbuena

El Emprendimiento en la Universidad de Ibagué cuenta un largo recorrido e importantes experiencias y logros, que inicia en 1987 con la inclusión de asignaturas en las mallas curriculares en algunos de los programas de las facultades de Ciencias Económicas y Administrativas e Ingeniería y la realización de muestras empresariales, con el propósito de dar a conocer la creatividad de los estudiantes, fomentar la formación para la investigación e incentivar el desarrollo de un espíritu emprendedor. Al mismo tiempo, la Universidad comienza a ser parte de redes de emprendimiento y participante activa en la conformación de la Red académica de apoyo al emprendimiento empresarial.

Años más tarde, en 2005, nace la Unidad de Emprendimiento, con el fin de estimular y brindar apoyo en la formación de una cultura emprendedora en la comunidad universitaria orientada a la generación de ideas de negocios, que permitieran la participación institucional en el Fondo

Emprender, creado por el Gobierno nacional. Estos desarrollos se fortalecen con los encuentros regionales de emprendimiento, celebrados entre 2005 y 2008, eventos que contribuyen a la creación del *Concurso de ideas de negocios Zona Emprendedora* y a la vinculación de la Universidad a la *Red Latinoamericana Red EmprendeSUR*, uno de cuyos encuentros, el de 2010, se realiza en la ciudad de Ibagué.

A partir del año 2009 se inicia el diseño de la Opción en Emprendimiento, orientada al desarrollo de las competencias emprendedoras en los estudiantes. En el semestre B-2011 se lleva a cabo el lanzamiento de la Opción en Emprendimiento, en el marco de la Muestra Empresarial, y en unión con los programas académicos que habían organizado sus muestras empresariales en años anteriores. Desde esa fecha hasta el semestre B-2013 se viene realizando semestralmente una muestra empresarial.

El año 2012 se constituye en el tiempo propicio para un cambio

radical: reubicación y ampliación de las instalaciones, fortalecimiento del equipo de trabajo y cambio de nombre por *Opción en Emprendimiento de la Universidad de Ibagué*.

Por esta misma época, la Opción inicia su participación en proyectos como Rutas para el Emprendimiento Innovador con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Proyecto Meme con el Ministerio de Educación, Plan Padrino y se firmaron convenios con Andi del Futuro, seccional Tolima-Huila, Sena, Universidad del Tolima, entre otras; y, se continua como integrante de la Red Regional de Emprendimiento en el Tolima-RETO, Red Reune, Red EmprendeSUR, Red Latinoamericana de Cooperación Universitaria.

¿Qué es la Opción en Emprendimiento?

Es un complemento a la formación de los estudiantes, egresados y graduados que deseen adquirir, desarrollar y potenciar competencias propias de los

emprendedores, y busca estimular el espíritu emprendedor y la capacidad empresarial.

De acuerdo con tal consideración, se concibe al espíritu emprendedor como una manera de *pararse en el mundo* y relacionarse con su entorno. Implica una forma de conversar asertiva, un escuchar empático, un observar desde la perspectiva del otro, desarrollar la capacidad para generar acuerdos y compromisos y hacerles seguimiento, tener un pensamiento creativo y actuar responsablemente haciéndose cargo de las consecuencias de las decisiones que se tomen. Y, en consonancia, se acepta como capacidad empresarial a la habilidad de crear y gestionar una empresa.

¿Cuáles son los principios de la Opción en Emprendimiento?

La Opción descansa sobre cuatro principios esenciales que el emprendedor debe de estar en capacidad de incorporar en su proyecto de vida empresarial, de manera que pueda tener la posibilidad de generar proyectos innovadores y de base tecnológica como sello diferenciador con estudiantes, egresados y graduados de otras instituciones en el ámbito regional, nacional e internacional. Los principios son los siguientes:

Una idea innovadora con base tecnológica. El producto o servicio que se diseña debe partir de una innovación tecnológica o hacer un uso innovador de una tecnología existente.

Trabajo colaborativo. El emprendedor debe desarrollar la habilidad de *hacer*; es decir, debe ser capaz de involucrar a otros para que trabajen de manera colaborativa; se busca que, cada uno, dé lo mejor de sus capacidades para el desarrollo exitoso de su empresa. Para facilitar la tarea, es importante que los emprendedores conformen equipos interdisciplinarios y que desde el inicio del proceso reconozcan las potencialidades de cada disciplina y de las diferentes formas de pensar.

Pertinencia. En el sentido de generar, preferiblemente, proyectos innovadores que sean viables, rentables y pertinentes

para la solución de problemas de la región.

Responsabilidad. El emprendedor debe desarrollar la habilidad de identificar los actores relevantes (*stakeholders*) asociados con su idea de negocio, el tipo de relación más conveniente para actuar con cada uno de ellos y las consecuencias que sobre estas relaciones tendrá la concreción de su idea de negocio.

¿Qué características tienen los módulos de la Opción?

Créditos. Constan de 15 créditos académicos. Quien los apruebe recibirá un certificado.

Transversalidad. Son transversales a los programas; es decir puede ser cursada por estudiantes, egresados y graduados de los programas académicos de la Universidad de Ibagué.

Se concibe al espíritu emprendedor como una manera de pararse en el mundo y relacionarse con su entorno.

Interdisciplinariedad. Los participantes deben conformar equipos interdisciplinarios para el desarrollo de la idea innovadora con base tecnológica.

¿Cuáles son los beneficios al estar vinculado a la Opción?

Asesoría. Asesora tanto en la estructuración de las ideas, modelos y planes de negocios como en el desarrollo de los mismos.

Acompañamiento. Soporte permanente en la estructuración y el desarrollo del modelo de negocio/plan de negocio de la idea innovadora y con base tecnológica, con el propósito que el equipo emprendedor participe en concursos y convocatorias de emprendimiento organizadas por entidades públicas y privadas en el ámbito regional, nacional e internacional que brindan oportunidades y beneficios al equipo emprendedor.

Certificación. Una vez haya finalizado el proceso en la Opción, el emprendedor participante obtiene la certificación que lo acredita como un profesional que posee competencias emprendedoras.

Modalidad de grado. De acuerdo con el Art 93, literal d., el Reglamento estudiantil vigente de la Universidad reconoce como modalidad de trabajo de grado los planes de negocio de estudiantes registrados en la Opción de Emprendimiento que reciban un premio en alguna de las convocatorias regionales, nacionales o internacionales, avaladas por la Universidad, una vez los autores presenten el informe final y realicen su correspondiente divulgación. Los planes de negocio que participen en estas convocatorias, con el aval de la dirección de la Opción de Emprendimiento, que no sean premiados se someterán a valoración por parte del correspondiente Comité de grado, para lo cual deberán contar con el visto bueno de la dirección de la Opción de emprendimiento y seguir el procedimiento establecido para tal fin.

Posibilidades de negocio. Generar contactos y redes empresariales.

*Directora Opción en Emprendimiento, Universidad de Ibagué
diana.varela@unibague.edu.co



Smart Cane

Lazarillo para invidentes

Foto y texto: Germán Gómez Carvajal*

El desarrollo de la ciencia es vertiginoso pero no suficiente. En la actualidad, las distancias se acortan al movilizarnos en autos, el agua brota al girar una perilla y la comida alcanza su temperatura idónea con tan solo teclear un microondas. Pero otras realidades viven los invidentes. Aquellos ciegos que por razones fortuitas la vida no les “brilla”. La modernidad en su máxima expresión, expone un sinnúmero de invidentes en compañía de un ancestral y poco útil bastoncillo.

Alexander López Téllez y Leidy Catherine Díaz Montealegre, ingenieros electrónicos de la Universidad de Ibagué, no fueron indiferentes a la situación de los discapacitados. “Veníamos en el auto por la Avenida Ferrocarril de Ibagué, aproximadamente a la altura de la calle 28. El semáforo marcó la luz roja y vimos a lo lejos una pareja de esposos invidentes. Ellos venían con su lazarillo tocando a tientas el camino, pero la señora no pudo ubicar una piedra que se le atravesaba al paso y cayó. El señor al escuchar el sonido causado por la caída de su esposa, empezó a llamarla con desespero. Lograron tomarse de la mano, ella se puso en pie y continuaron su travesía. Desde ahí comenzamos a pensar en qué se podría hacer para disminuir esas dificultades y así nació Smart Cane”, relata con voz serena Alexander.

Smart Cane es un bastón

inteligente con diversos sensores de ultrasonido que detecta obstáculos. En un principio fue diseñado para ciegos, pero evolucionó de tal forma que la población no audible también puede beneficiarse. El lazarillo electrónico avisa a su usuario a través de voz, la cercanía de los objetos y para los no oyentes, la información se emite mediante vibraciones.

Este proyecto se presentó con su primer prototipo en la muestra empresarial del año 2011 en las instalaciones de nuestra Universidad, arrasando con todos los títulos. Luego se involucraron en una convocatoria a nivel iberoamericano RedEmprendia (*Spin* 2012) vía web. La convocatoria registraba más de dos mil participantes. Smart Cane fue seleccionada entre las dieciséis apuestas con mayor eficiencia a futuro. El resultado, producto de una votación interactiva, los catapultó a una presentación científica en Madrid, España. Leidy y Alexander se sorprendieron al ver que los únicos estudiantes del evento eran ellos. Un ramillete de personas con magister, doctorados y hasta con patentes comercializadas, escucharon con detenimiento a los dos colombianos con preocupaciones sociales y una apuesta electrónica seria.

Al regresar, la innovación floreció de nuevo y surgió el segundo prototipo. “Fue muy bonito poner a prueba el bastón con sus propios jurados -los invidentes- nos dimos

cuenta que la manilla que los ligaba al bastón no fue buena idea, eliminamos los auriculares, añadimos el altavoz y logramos que el rango que abarcan los dispositivos de ultrasonido se puedan graduar y equivalgan a la preferencia del usuario”, señaló Leidy.

En Nueva York, el Instituto Tecnológico de Rochester se enteró del proyecto e invitó a los jóvenes a su muestra empresarial; la Universidad patrocinó la nueva aventura y sus protagonistas emprendieron vuelo. “En un auditorio, nuestra idea fue presentada ante los directores de cada programa; a la directora de investigaciones, que es de origen español, le gustó mucho nuestra intervención y nos propuso hacer un posgrado como becarios en esa institución y continuar desarrollando el proyecto. Le sorprendió mucho que el dispositivo abarcará dos discapacidades”.

Smart Cane, a la fecha, se encuentra en documentación de patente. No estaría mal brindar a un mundo de tinieblas ciegas y silencios sordos, la posibilidad de que la vida vibre y, de vez en cuando, suene. La pajera de ingenieros está optimista, sabe que la necesidad es inminente y la solución oportuna. El camino recorrido augura buena mar y un espacio propicio para la buena ciencia.

*Estudiante Comunicación Social y Periodismo
german_2110@hotmail.com



Pensando y actuando en la industria se

“Todos estamos trabajando juntos. Ese es el secreto”, afirmación de Sam Walton, empresario norteamericano, fundador de Wall-Mart, con la que se puede identificar el trabajo mancomunado que se adelanta por la transformación productiva del País. Pero, para comprender en su integralidad las acciones consensuadas que se han llevado a cabo hasta el momento, es necesario entender qué es la transformación productiva.

Primera clave: pensamiento y acción diferentes

La transformación productiva es una postura mental y un proceso que permite encontrar oportunidades de mejora aún en las acciones más exitosas, es estar en permanente búsqueda de opciones que no solo beneficien a un individuo –o una empresa– sino que velen por el bien común. Se trata de pensar diferente, actuar diferente y en el camino, obtener resultados extraordinarios.

Además, la transformación productiva no tiene fin, porque con su concurrencia el País es pensado por todos, desde el empresario más pequeño, hasta la compañía más consolidada, como forma de asegurar una economía en constante crecimiento, ligada a más y mejores empleos.

Con base en estas nociones y con el fin de estimular este proceso, el Gobierno colombiano dirigió un importante proyecto para impulsar la transformación productiva en 20 sectores¹ estratégicos de la economía, persiguiendo el objetivo de establecer un escenario en el que las empresas nacionales de estos sectores tengan todo dispuesto para competir y crecer.

Por ello, la transformación productiva pasó entonces de ser un concepto, en abstracto, al que las empresas llegaban solo hablando de productividad y competitividad, y evolucionó a la práctica con el trabajo que hoy realizan en conjunto empresarios y entidades de Gobierno con miras a potenciar el mercado interno y dar el paso hacia mercados internacionales.

Segunda clave: trabajo en común

El concepto confluyó, entonces, en la creación en el 2008 del Programa de Transformación Productiva por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para respaldar efectivamente la búsqueda de soluciones y generar así una respuesta contundente del Estado para el sector empresarial, compuesto por colombianos emprendedores y ávidos de oportunidades para sus negocios.

De esta manera, la transformación productiva se integró a la política industrial colombiana, en la que actualmente el Estado es un socio comprometido para que empresarios crezcan, compitan, generen empleo, conquisten mercados y juntos alcancen la prosperidad.

Indiscutiblemente, se puede señalar que el camino hacia la transformación productiva de Colombia ya está siendo transitado y su factibilidad es un hecho gracias al esfuerzo conjunto entre todos los actores involucrados (empresarios, gremios, academia, autoridades regionales, entidades del Estado, entre otros). Ese es el secreto, como dijo Walton, porque “todos estamos



trabajando juntos” llevando las regiones a su especialización, articulando las necesidades de los empresarios con la oferta del Estado, promoviendo el diálogo con el sector empresarial, y principalmente, escuchándolo.

En efecto, la transformación productiva fortalece a las empresas colombianas, consideradas el corazón de la economía, y estas a su vez, fortalecen el tejido social de las regiones. Es el discurrir de una dinámica capaz de brindar bienestar a la sociedad, basado en educación especializada al alcance de cualquier bolsillo, de fácil acceso a los procedimientos para crear empresa,

ando diferente transforma

Por: Programa Transformación Productiva-PTP, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo



de apoyo en la implementación de negocios sostenibles, de encontrar la coyuntura para integrarse a la tecnología y de fomentar encadenamientos productivos con resultados de alto valor agregado.

Tercera clave: los ecosistemas regionales

Sin embargo, el impacto de esta poderosa fuerza transformadora no sería el mismo de no ser porque se gesta también desde las regiones. Respirar desde diferentes zonas del país ha comprobado que la presencia descentralizada logra verdaderos cambios al estar en contacto directo con los empresarios y sus necesidades. Por eso

ha sido clave la integración a los ecosistemas regionales donde se desarrollan las empresas, para identificar fortalezas y promoverlas de acuerdo con los sectores priorizados.

Indudablemente, resulta crucial para la evolución de los sectores llevar a los empresarios el acceso a diagnósticos e información de calidad a través de sistemas que faciliten la toma de decisiones basadas en datos concretos, casos de éxito de otros países y estudios relacionados con los mercados objetivo. En una sociedad del conocimiento como la actual, todas las fuentes resultan en una nueva posibilidad para producir, competir y al final, crecer.

Cuarta clave: los planes de negocio

Parte de esta información compartida y aplicada en los sectores estratégicos hasta su transformación en conocimiento aplicado, se ha generado a partir de los Planes de Negocio de cada uno de los sectores, en un comienzo 16, hoy 20, de los que se desprenden diferentes proyectos especiales, listos para apalancar el desarrollo sectorial. Planes que, en otras palabras, son las hojas de ruta de los sectores para alcanzar su transformación productiva.

Esta transformación productiva se evidencia, por ejemplo, en los sectores manufactureros en casos como el de la industria automotriz, donde hoy ya se producen y exportan vehículos 100% colombianos, gracias a modelos novedosos como el PROFÍA y el Centro I+D TECNNA, apoyados por el Programa de Transformación Productiva-PTP. El PROFÍA permite la importación de autopartes a cero aranceles siempre y cuando esos productos no sean producidos en Colombia, acuerdo que propugna por una armonía entre las ensambladoras y los autopartistas. El TECNNA, consiste en un Centro de Desarrollo Tecnológico Automotriz que impulsará la innovación en el sector.

En lo tocante a los sectores de servicios, un claro ejemplo de la transformación productiva es la Ley de zonas francas de salud, que impulsa la competitividad del país, con la exportación servicios de salud. En los sectores agroindustriales, también hay ejemplos; como la escuela de formación de confiterías del SENA, que hoy permite que empleados de distintas empresas del sector de chocolatería y confitería se entrenen.

Así como estos ejemplos, existen muchos más, porque el impacto de la transformación productiva continúa en sus 20 sectores y por adición, en la labor de los empresarios colombianos, pero solo será posible lograr evolución en una dinámica de trabajo conjunto basado en la premisa de la transformación productiva que nunca se detiene, es permanente y determinante para cambiar la industria colombiana.

Referencias

¹ Sectores Agroindustriales (Lácteo | Carne Bovina | Palma, Aceites Vegetales y Biocombustibles | Acuicola | Chocolatería, Confeitería y sus Materias Primas | Hortofrutícola). Sectores de Servicios (BPO&O) | Energía Eléctrica, Bienes y Servicios Conexos | Software & TIC | Turismo de Naturaleza | Turismo de Salud | Turismo de Bienestar). Sectores de Manufacturas (Editorial e Industria de la Comunicación Gráfica | Industria de Autopartes y Vehículos | Cosméticos y Aseo | Metalmecánico | Siderúrgico | Astillero | Textiles y Confecciones | Cuero, Calzado y Marroquinería).





La actitud mental positiva, buen propósito para emprender

Por: Sérvulo Anzola Rojas*

Foto: www.fondoscopados.com

La actitud mental positiva frente a la vida es sencillamente la fórmula mágica de ver y entender las cosas desde cualquier punto de vista. Usted y solo usted es el responsable de su éxito o fracaso, de su felicidad o de su frustración, de lo bueno o lo malo que le suceda. Cada acción que decida emprender estará precedida por su actitud y por el dominio que tenga sobre esa acción. Comenzar a vivir es una tarea que el hombre *emprende* sin necesidad de preparación previa.

El camino hacia el emprendimiento exitoso

El discurrir metodológico hacia el éxito comienza con las ideas mentales que soportadas en los pensamientos positivos son susceptibles de ser aplicadas de manera sencilla y feliz. Este camino, en su inicio y recorrido, puede ser fácil o difícil, cuya garantía des-cansa en el dominio absoluto que

usted tenga de él, mediado por el estado de ánimo que impere en su mente. Cuando lo comprenda se dará cuenta que posee un derecho propio adquirido y detenta un control indiscutible, que nada ni nadie podrá arrebatarlo: *esta es su actitud mental positiva.*

En realidad, una nueva meta exitosa es como un año nuevo, un nuevo reto muy emprendedor: anticiparse a los hechos positivamente y contribuir con fe y esperanza para que las cosas buenas que usted desea sucedan. Indiscutiblemente, la fe mueve montañas y le ayudará a conseguir sus metas.

Por eso, es imprescindible que adquiera el buen hábito de alimentarlas con pensamientos positivos para que se constituyan en fuerzas motivadoras de sus sentimientos. De hecho, piense que si alberga sentimientos de tristeza para el año que comienza, estará triste; si son sentimientos de alegría, estará feliz.

Para que todo lo que usted emprenda sea exitoso comience con el compromiso sano de cultivar pensamientos optimistas, llenos de valor y de alegría. Recuerde que la alegría de vivir no depende de donde esté, de lo que tenga, ni con quien esté, depende de su actitud y de lo que su mente irradie dentro de sí.

Basta con que sea sincero consigo mismo. La realidad se disfruta haciendo bien lo que se tiene que hacer. Esta premisa de acción alimentará constantemente su vida y lo preparará para hacer grandes cosas grandes, reforzará su actitud y fortalecerá en todo momento su actitud mental positiva con buenos propósitos para emprender cualquier reto.

Prepárese para el éxito

Evidentemente, todo lo que usted haga debe basarse en el conocimiento que posea sobre las cosas y del enfoque positivo que

detente, a más de una buena dosis de fe. Si conoce o sabe dónde ir, estará seguro para construir su destino, por bueno o malo que este resulte.

En efecto, lea, prepárese, escuche, interéscese por el mundo que le rodea, ponga su pensamiento a trabajar en esas cosas buenas y actuará en consecuencia. Nunca niegue nada si no sabe. Por el contrario, averigüe, indague, pregunte, revise; no se quede con dudas. De hecho, tenga en cuenta que la duda es una de las causas por las que las barreras surgen, se fracasa o no se comienza a trabajar por las metas propuestas.

La actitud lo es todo en la vida amigos (as). El éxito siempre es una conquista, es confianza en sí mismo, es felicidad, este es el secreto

De acuerdo con el dicho del acervo popular, “la constancia vence lo que la dicha no alcanza”, las personas tienen el poder de dominar sus pensamientos y hacer que las cosas sucedan y no permanezcan solo en su mente. Por ello, es fundamental actuar. Si usted quiere alcanzar lo que desea ser, repita constantemente acciones positivas; ellas le guiarán para que vea y actúe de una forma asertiva, y conducente a la transformación a la que aspira.

Sus metas deben propiciar resultados positivos y efectivos, además de alimentar su espíritu con procesos creativos y aventureros; esto le motivará cada vez más para encontrar soluciones agradables a sus deseos. Nunca deje sus pensamientos a la deriva. Aunque no pueda calmar la

tempestad, ajuste las velas; hacerlo, le dará orientación y seguridad a sus acciones. Cuando sepa dónde quiere ir, tendrá ya una parte muy importante del mundo en sus manos.

La actitud mental positiva lo es todo en la vida; es una constante búsqueda por la excelencia, con miras a lograr lo más grande de las realizaciones humanas: ser feliz. Quien tiene actitud mental positiva arriesga, pero en forma responsable. Quien es consciente de esta responsabilidad y está dispuesto en todo momento a afrontar las consecuencias de sus decisiones, pone en constante prueba todas sus capacidades y habilidades.

Quien ama verdaderamente su mundo, busca en el emprender una actitud positiva para cambiarlo y consolidar, asimismo, una mente de triunfador, pues sabe que todo aquello que se propone lo puede lograr. En otras palabras, es alguien que le atribuye un valor especial a lo desconocido, en términos de reto social, en sus conquistas.

Es aquí donde radica la diferencia pues quien se compromete y es consciente de la problemática social y económica de su entorno, desarrolla una clara sensibilidad del medio que le rodea y adquiere una capacidad sin límites para aplicar sus deseos, sus conocimientos, sus habilidades, sus talentos, sus intereses, sus aptitudes y sus actitudes en favor de los demás. De hecho, vive y se motiva para que se multiplique la riqueza de su comunidad.

Entonces, si usted quiere tener verdaderas habilidades positivas para emprender, tiene que dar curso libre y ordenado a sus talentos y a sus actitudes en su quehacer diario. Si lo hace, verá como estas cualidades se multiplican en su vida individual donde trascienden y florecen en una sociedad que decide apoyarle en sus metas.

Aprendizaje+vitalidad+actitud = emprendedor positivo

Por otra parte, el emprendedor con actitud mental positiva es el nuevo talante de la persona que demanda nuestra sociedad. El

emprendedor positivo detenta una vitalidad que irradia y seduce a los demás. Con su ejemplo incide en un un incremento de la autoestima de su equipo de trabajo y, por tanto, modela la actitud de servicio de quienes le siguen para lograr el máximo desempeño. Además, el emprendedor con actitud mental positiva posee el espíritu de emprender; por tanto, es intuitivo y valiente. Vive para el servicio, en función de la gente. Es un aprendiz permanente y capacitado para inventar, crear, innovar y brindar nuevas soluciones.



Foto: <http://www.merca20.com/7-frases-que-aprender-de-gente-exitosa>

Si usted se ve a sí mismo como un emprendedor con actitud mental positiva debe comprender que ser inteligente ya no es suficiente; es necesario estar dispuesto para aprender con humildad y sencillez, ver los problemas, analizarlos, convertirlos en retos y descubrir las oportunidades que hay en ellos.

La actitud lo es todo en la vida amigos. “El éxito siempre es una conquista es confianza en sí mismo, es felicidad, éste es el secreto”

*Autor del libro *La Actitud Emprendedora*(1995)McGraw-Hill. México

La ambigüedad como valor emprendedor

Por: Mario Dehter*

Ilustración: school and education. www.freepik.es

Emprender implica tratar razonablemente con la ambigüedad de los modelos mentales. Esta resulta, en sí misma, una barrera que hay que aprender cómo superar, porque es la dificultad donde quedan atrapadas la mayor parte de las iniciativas emprendedoras.

Muchas dificultades atribuidas a la falta de financiamiento para el emprendimiento o a la carencia de recursos, en realidad corresponden a la falta de adecuación entre el modelo mental del emprendedor con los modelos mentales de las personas de su entorno (proveedores, inversores, clientes...).

Esto implica que la representación de la propuesta del emprendimiento —los problemas que solucionan o las necesidades que satisfacen— tiene que ser comprendida emocional y racionalmente por las personas a quienes está dirigida.

De manera tal, que es muy importante cómo presentamos nuestros modelos mentales para lograr que la gente acepte nuestras propuestas. Este enganche o encastre entre los modelos mentales de los emprendedores y nuestro entorno es mucho más importante que si nuestra propuesta es muy diferente, o muy superior, a lo que ya existe.

Así que si estás pensando en emprender, te sugiero que comiences por indagar la relevancia de los modelos mentales (propios y ajenos) porque de eso, más que de cualquier otra cosa dependerá tu emprendimiento.

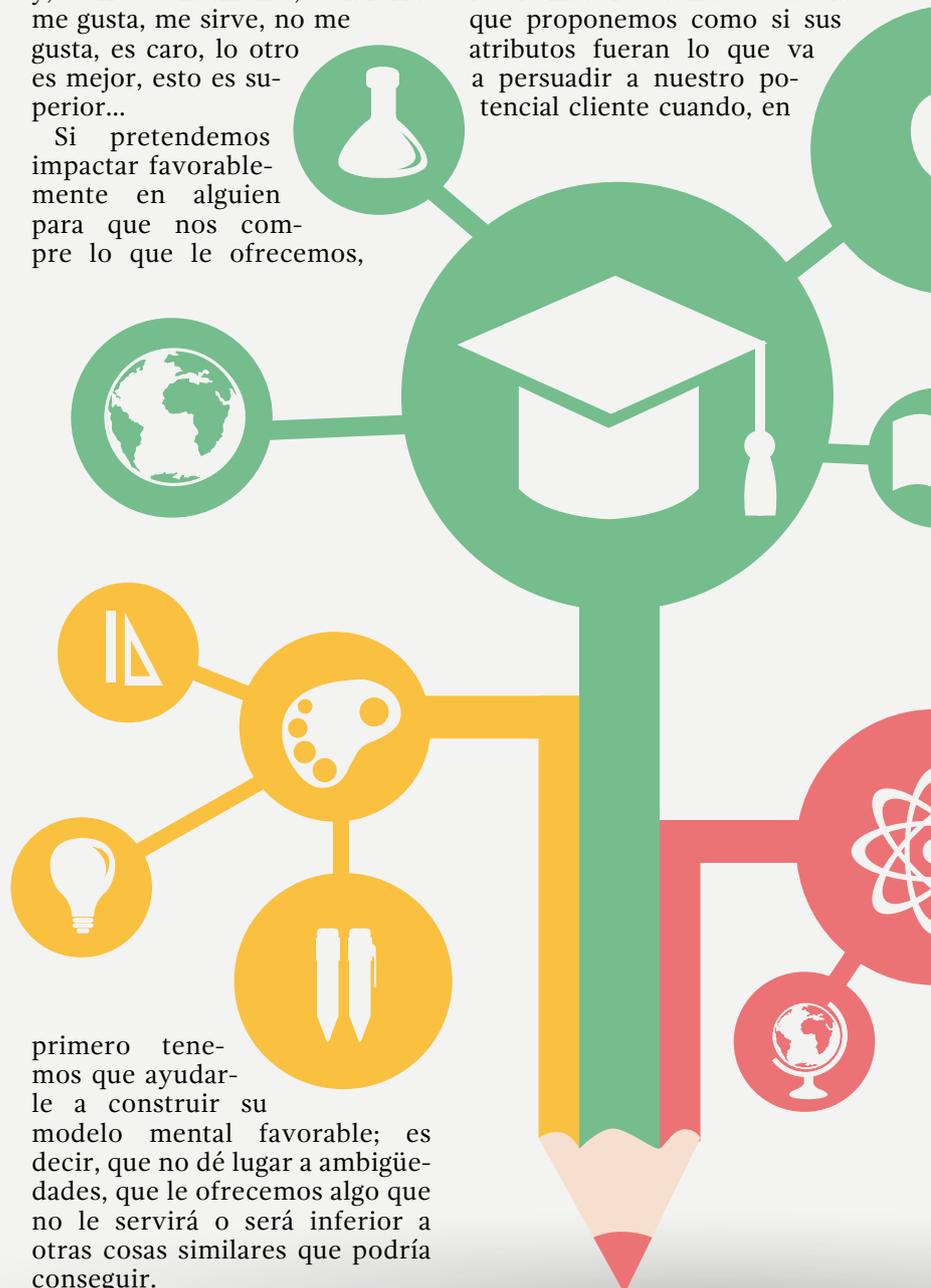
Primero, se entiende por modelo mental la representación intelectual de lo que vemos. Como tal, el modelo mental que nos formamos acerca de un objeto o

un proceso incluye valoraciones subjetivas, creencias, prejuicios y supuestos que traducen lo que vemos en un sistema de símbolos que nos permite interpretarlo y, consecuentemente, valorarlo: me gusta, me sirve, no me gusta, es caro, lo otro es mejor, esto es superior...

Si pretendemos impactar favorablemente en alguien para que nos compre lo que le ofrecemos,

¡Simple! Sí y no...

Comunicar y enlazar modelos mentales entre sí no es una acción de marketing. La mayoría de las veces, los emprendedores resaltamos las bondades de lo que proponemos como si sus atributos fueran lo que va a persuadir a nuestro potencial cliente cuando, en



primero tenemos que ayudarle a construir su modelo mental favorable; es decir, que no dé lugar a ambigüedades, que le ofrecemos algo que no le servirá o será inferior a otras cosas similares que podría conseguir.

realidad, lo que ocurre es que todos los clientes sólo perciben lo que creen que la cosa es y no lo que la cosa es.

Esto lleva a la segunda cuestión: ¿es un modelo mental el resultado de una estrategia de marketing? La respuesta es: no. Y aquí radica la primera ambigüedad madre de todas las ambigüedades: la confusión entre modelo mental con modelo conceptual.

El modelo conceptual de un objeto o un proceso es su presentación física: el televisor X, con pantalla Smart led, 40", full HD1920x1080, 3D, contraste dinámico 500.000:1, 4 HDMI, videocomponente, 1PC...; mientras que el modelo mental es el significado intelectual y la valoración emocional del televisor X: es lo que necesito para disfrutar viendo la tv con gran calidad e interactuar con mis amigos en las redes sociales, al mismo tiempo que me apoltrono en el sofá del salón de mi casa disfrutando crocantes palomitas de maíz con una cerveza bien helada.

Presentar al emprendimiento solo por su modelo conceptual es una parte incompleta del negocio si no enlaza con el modelo mental del cliente, porque los clientes no solo ven las partes visibles del producto o del servicio que se les ofrece, sino que también estructuran un pensamiento donde intervienen sus propias conjeturas de

lo que ocurre atrás de la escena de lo que se les presenta ante sus ojos y lo interpretan de acuerdo con esa representación y no de lo que, simplemente, es.

Además, hay que considerar las pautas culturales y el lenguaje

con que los demás entienden nuestros mensajes a partir de los cuales elaboran sus propios pensamientos. Sobre todo, cuáles son las metáforas capaces de incitar a la construcción de los modelos mentales más apropiados para irrumpir con éxito dentro de la ambigüedad del cliente.

Entonces, si al ir con los clientes, los proveedores e incluso los inversores, resaltamos las características y utilidades de lo que les ofrecemos resulta ser una estrategia de marketing que puede dar lugar a una ambigua relación entre el valor propuesto y el valor percibido puede generar un agujero, por donde se caen rápidamente la mayoría de las iniciativas emprendedoras que nadie se explica racionalmente: por qué no tienen éxito si son tan meritorias.

La clave para controlar la ambigüedad de las personas de nuestro entorno parece estar en que sepamos presentar buenas metáforas que faciliten la construcción del sentido intrínseco y del valor percibido de lo que les ofrecemos.

No hay un solo producto industrial, ni ningún servicio, en la historia universal, capaz de movilizar tantos sentimientos y generar una adhesión tan masiva como escuchar los 100 segundos del "Aleluya" de Georg Friedrich Händel. En general, el arte e incluso la investigación científica se constituyen en buenos ejemplos sobre la significación de los modelos mentales. Indiscutiblemente, ninguno de los cinco descubrimientos que más impacto han tenido en la evolución de la humanidad (el uso del fuego, la electricidad, la teoría de la evolución, los medicamentos e internet) no tuvieron como origen, ni por objetivo, crear un negocio; sino: ayudar a solucionar ambigüedades (tensiones no resueltas) humanas.

No existe un solo caso emprendedor que haya sido capaz de poner en marcha su emprendimiento antes de superar los agujeros de la ambigüedad

entre sus propios modelos mentales con los que interpreta y valoriza la realidad y los modelos conceptuales a los que está expuesto.

Tal superación es, desde siempre, la que da lugar al espíritu emprendedor, porque las contradicciones entre el concepto del valor ofrecido y el valor subjetivamente percibido es lo que hace viable descubrir una oportunidad, irrumpir con una innovación y crear un nuevo modelo mental.

Este proceso no es que solamente parece ser desordenado, inestable y ambiguo; en realidad, lo es.

Antes de cualquier creación de un producto, un servicio y un negocio a partir de ello, el emprendedor experimenta un estado de desorden, incomodidad o inconformidad en su mente en el que caben conocimientos, sueños y deseos que en algún momento, algunas veces, catalizan en un proceso intuitivo por el que se genera una o varias ideas que construyen el modelo conceptual del emprendimiento; que nunca dejará de estar representado por un modelo mental que va a tener que saber encajar en los modelos mentales de sus potenciales clientes.

De manera tal que ni las ambigüedades, ni las contradicciones implicadas en ellas, pueden ser consideradas como factores peligrosos para el verdadero espíritu emprendedor.

El desafío es saber penetrar la ambigüedad y sobrepasarla para crear un emprendimiento que adquiera un sentido significativo, para quienes está dirigido.

¡Ánimo!, si estás soportando un estado de confusión de tus pensamientos precisamente cuando piensas en emprender, podría ser una buena señal que estás más cerca de lograrlo que de quedar inmobilizado; la clave es tu modelo mental de lo que significa emprender.

**CEO de ES24WebTV. Especialista en entrepreneurship, diseño de programas para la estimulación de la cultura emprendedora en Universidades, Organismos Públicos y Empresas. Argentina.*
<http://mariodehter.com>





Intrapreneurship in the cooperatives of Mondragon in Spain

By: Inazio Irizar*

Photo: Orkli by Ordizia, cooperative of the Mondragon Corporation.
<http://www.flickr.com/photos/mondragoncorporation/11464545426/in/photostream/>

Is that possible to benchmark practical solutions from the MONDRAGON Cooperatives? With a personal experience of 37 years working in different cooperatives of the Corporation, the author believes that the four fields developed in the paper are structural and timeless, and may be subject for benchmarking.

I. Participation in Capital

I.1- The capital in a workers cooperative

In a worker cooperative enterprise the power lies in the worker-members, who are the owners of the capital. Each worker is in turn a member. The resolutions are taken at the General Assembly, where each member has one vote, regardless of the capital held at that time in his book, the position within the organizational structure of the cooperative, or the time it takes to work in it. It is the fact of one person, one vote.

This model was adopted in MONDRAGON since the creation of the first cooperative, as the founders understood that the key factor in a company is the person, and the capital is instrumental.

I.2- The principle of profitability

The dutchman Arie de Geus, reputed corporate strategy expert, recently stated at Expo-management, the largest conference of directors of the world: "What is the measure of corporate success? Maximize short-term profits, or make the business work and to pass it on to the next generation? The subject is clear: the second option. In the companies that last a long time, assets are a way of life. The profits are never mentioned because, for them, they are like oxygen for humans: we need oxygen to live, but we do not live to breathe."

Even now, in some cooperative environments prevails references of the lack of lucre as a cooperative characteristic. And some people from outside of cooperatives

blush of the economic profits made by them. It's like for being cooperative, they could not get the same profits or more then the capital companies. ¿Why not?

What is relevant is the distribution of the profits. The dilemma is referred to the parts that are capitalized, and those devoted to consumption. If the long-term care, and there is interest in the continued development of the cooperative, they must prevail the resources dedicated to capitalization.

I.3- Reinvestment of profits

The managers of the cooperatives dispose of more equity to have a healthy balance sheet for new investments, regarding that 90% of profits after taxes remains inside the company. The only money that goes out from the company is that of FEPC, and is devoted to the needs of the local community.

This behavior makes that usually the production plants of the cooperatives have the latest machinery, and they are well maintained. In years with profits, these funds cover a big portion of the capital requirements for investments, needing lower loans from banks.

II. Participation in Management

II.1- Management model of the Mondragon Corporation

A management model is the framework of processes and procedures used to ensure that an organization can fulfill all tasks required to achieve its objectives. Renowned management expert and Harvard professor, Michael Porter states that “The company without a strategy is willing to try anything”, which sometimes will lead to closure.

The first model of joint management of the cooperatives was developed in the mid-90s, and then time by time it's updated according to internal structural and market changes. Currently the corporate management model is based on the following six concepts, and each of them has several sub-concepts:

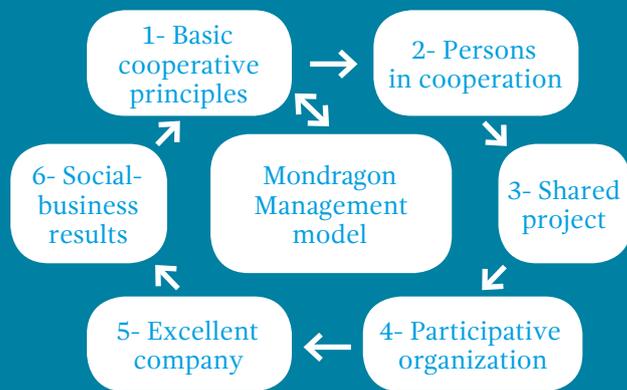


Figure: Management model of MONDRAGON
Source: Corporation Reports

II.2- Management of each cooperative to be a competitive company

Management gurus like Gary Hamel, Tom Peters, Robert Kaplan, Kets de Vries, etc. they are experts for all companies seeking excellence. Differences in participation in management may be minimal, but we can mention some peculiarities:

A- Economic and business information flowing at the cooperatives to the last member is very large. Strategic plans, management plans, and management controls are available to all.

B- The hierarchy distances between managers and workers are usually lower.

C- The wage scale is from 1 to 12, and gives to workers the feeling that they are not “exploited by the boss”. So, they participate more actively developing proposals for improvement.

D- The rotation in positions on the governing and social councils, carries a greater involvement in the management of those members.

III. Joint Investment Funds

III.1- Financial inter-cooperation by local cooperative Groups and sectoral Divisions

The cooperatives of the same region collaborate in four areas:

A- Common allocation of results: profits or losses of each cooperative are destined for a common fund,

for distribution later depending on the number of members. The range of conversions goes from 25% to 100%.

B- Commercial endorsements: the import and export processes in sales and purchases are secured, and the conditions achieved are better as a Group.

C- Treasury management and loans: all the accounts are managed internally, before going to the banks. The loan terms are negotiated as a Group.

D- Investment risk: national and foreign insurances are covered with the conditions given to the Group.

III.2- Inter-cooperation at Corporation level. Joint investment funds

The Corporation has established complementary figures of financial support:

A- Inter-cooperation Central Fund (FCI): provides funds to create jobs by funding: a) development and internationalization projects, and b) the strengthening of cooperatives in losses.

B- Corporate Solidarity Fund (FSC): it complements the system for losses compensation of the industrial cooperatives.

C- Employment Assistance Fund: it's managed by the cooperative mutual Lagun Aro, and funds the cyclical or structural unemployment that affects the cooperative members.

IV. Innovation and Research

IV.1- Technology centers

At 31 December 2013, there were fourteen technology centers, working with the open innovation methodology of Henry Chesbrough. They had a total budget of 61 M€, and employ 822 researchers.

All of them have a similar legal model: a private cooperative, non-profit and mixed. With two types of partners: the researcher workers, and the customers companies. All the centers are specialized, and their operate practice is to allocate 70% to develop projects under contract with companies, and the remaining 30% of its resources to generic research financed by public grants.

IV.2- The university and the vocational training centers

For the ideologue of the cooperatives Father Arizmendiarieta, who created in 1941 the Apprentices School, education is the key for the development of a local community.

Currently there is Mondragon University, whose majors are engineering, business management, and human resources, that is, the areas closely related to cooperatives. The fees of the students cover only 45% of the budget of the university so, for survival, they offer permanent training and research projects to companies, following the scheme of the technology centers.

There are also nine vocational training centers for young people, who do not want to go to university, and prefer a more practical training for two or three years.

*Professor Mondragon University Spain–Europe
iirizar@mondragon.edu



La búsqueda del emprendedor no es el enriquecimiento

Por: Franciny Espinosa Osorio*

Fotos suministradas



En 1999, con escasos 15 años, Jorge Enrique Núñez, dictaba clases particulares de álgebra e inglés a estudiantes de colegio. Dos años después, estas asesorías particulares habían crecido lo suficiente en demanda como para pensar que debía estudiar una carrera profesional que le diera soporte a lo que ya consideraba como un negocio.

Decidió entonces estudiar Ingeniería Mecánica en la Universidad de Ibagué, lo que le abrió aún más su abanico de asesorías; ahora, estas eran a nivel técnico a las Pyme de Ibagué en el área de mantenimiento, montaje, control de calidad, evaluación de proyectos y puesta en marcha de maquinaria. Al poco tiempo, Jorge Enrique comenzó a trabajar en Plexco, como jefe de operaciones, labor que alternaba con sus estudios universitarios.

Estando allí se enteró que la industria ibaguereña del plástico

generaba entre 20 y 30 toneladas de excedentes de producción, los cuales ocupaban espacios en las bodegas por lo que era necesario enviarlos a otros lugares del país para su desecho. Esta cifra comenzó a dar vueltas en su mente convirtiéndose en germen para el nacimiento de lo que hoy es Petraplast de Colombia SA, empresa que surgió precisamente ante la necesidad de reciclar los excedentes que

estaba generando la producción de la industria local.

El proyecto que ideó este joven que hoy ya bordea los 30 años, consistía en recibir los plásticos retales pos-proceso, reciclarlos y venderlos en forma peletizada, incluso a los mismos generadores de este residuo. En junio de 2009 su idea ya estaba plasmada en un plan de negocio y ese mismo año lo presentó ante el Fondo Emprender. El proyecto fue avalado, recibió 72 millones de pesos y en diciembre de 2010 la empresa comenzó a operar.

Jorge Enrique quiso, en el año 2011, establecer nuevas líneas de fabricación de productos útiles para la sociedad, a partir del mismo *pellet* reciclado. Es así como presentó un proyecto de expansión y fabricación de bolsa hospitalaria y plásticos para el sector construcción al concurso Ventures, resultando ganador en la categoría Región Centro. Recibió apoyo con capital semilla de 25 millones de pesos, lo cual le permitió



Emprendedor temprano

fortalecer el capital de trabajo de la empresa y vender productos con mayor valor agregado. Gracias a ello, la utilidad de la empresa se incrementó del 10% al 30% y se abrieron nuevos mercados en los sectores hospitalario y de la construcción.

De acuerdo con Jorge Enrique, actualmente la empresa recauda plásticos a nivel industrial y residencial a través de programas de capacitación en los conjuntos cerrados de la ciudad de Ibagué. Este material luego es convertido en bolsa plástica reciclada de colores: rojo (riesgo biológico), verde (biodegradables) y gris (reciclables), para clínicas del Tolima; bolsa negra para la basura y viveros, y plástico negro para el sector construcción.

Esta empresa que nació cuando Jorge Enrique era estudiante universitario, hoy contribuye al desarrollo de la sociedad y de la industria tolimense. Petraplast recicla entre diez y veinte toneladas por mes de bolsas plásticas que ya no irán al relleno sanitario, disminuyendo la huella de carbono, aumentando la vida útil del mismo y fabricando productos biodegradables que garantizan la descomposición de estos residuos al final de su vida útil.

El aporte de la Universidad

Fue a partir de las charlas que impartía en los salones de clase, la Unidad de Emprendimiento, hoy Opción en Emprendimiento, que Jorge Enrique conoció sobre el Fondo Emprender

Para conocer más sobre los productos que se fabrican en Petraplast de Colombia a partir de plásticos reciclados, pueden visitar el sitio web: jend22.wix.com/petraplastdecolombia

y Ventures. “Ellos realizaron la gestión y la capacitación para poder presentar mi plan de negocios a los dos entes”, indicó.

Esta experiencia positiva y el aprendizaje allí adquirido hoy día es impartido a otros emprendedores que vienen detrás de Jorge Enrique con nuevos planes.

Es de precisar que el área de emprendimiento de la Universidad hace acompañamiento constante y realiza una visita bimensual a los proyectos ya implementados, durante tres años, con el fin asesorar de forma técnica, jurídica, financiera, entre otras, al emprendedor.

Espíritu de emprendedor

Para Jorge Enrique el contar con una empresa propia le ha brindado la posibilidad de desarrollarse en los diferentes campos de la ingeniería, así como aplicar todas las asignaturas que vio a lo largo de su carrera, incluso las financieras, contables y gerenciales. “Cuando un profesional es contratado en una empresa, está restringido a realizar ciertas tareas cotidianas en las que los procesos de diseño, modelado, innovación y riesgo se ven, aunque no eliminados, sí limitados. Personalmente, emprender ha sido la oportunidad de cumplir mis sueños como empresario y mejorar cada vez más mi calidad de vida”.

Ser emprendedor genera independencia económica, desarrollo social, éxito profesional, empleo, satisfacción personal, ingresos de forma creciente y aumento de la calidad de vida, añadió Jorge Enrique.

En su concepto, algunos emprendedores nacen con ese espíritu, otros, se forman a lo largo de la vida. Lo que sí tiene claro es que son personas que nada les genera pereza, ninguna adversidad los detiene, la palabra imposible no está en su vocabulario, están dispuestos a aprender de la situación y de los demás, en todas partes ven oportunidades de negocio, son gestores de recursos, son éticos y morales en su trabajo, fieles, honrados, cumplidos, así pierdan dinero; no dejan para mañana lo que pueden hacer hoy; trabajan día y noche, aun sin pago por lo que hacen; buscan relacionarse con buenas personas y, lo más importante, su búsqueda no es el enriquecimiento temprano.

Un consejo final

“La paciencia es un don del Espíritu Santo. Los proyectos y su crecimiento son lentos. Deben tratar de mitigar todo el riesgo que sea posible en sus planes de negocio; deben contemplar absolutamente todo, todo es todo, como buenos soñadores. Tener planes de contingencia, esperar lo mejor, pero prepararse para el peor de los escenarios a nivel de mercado y problemas técnicos. Finalmente, a todos los futuros emprendedores: Riquezas, honra y vida son la remuneración de la humildad y el temor a Jehová”, señaló para finalizar Jorge Enrique.

**Comunicación Institucional Universidad de Ibagué
franciny.espinosa@unibague.edu.co*



“Petraplast de Colombia S.A.S”, empresa constituida por el emprendedor Jorge Enrique Núñez Díaz, del programa de Ingeniería Mecánica, se benefició con \$71.553.600 en la VIII convocatoria Nacional del Fondo Emprender en el año 2010. Fue ganador en el Concurso Ventures 2011, en la categoría Región Centro y en la Categoría Negocios Inclusivos Visionaris UBS, donde recibió como premio 25 millones de pesos en efectivo, financiación de un curso y asesoría jurídica.



Acciones emprendedoras

Entre los años **2011 y 2013**, han obtenido su grado, por medio de la Opción en Emprendimiento, **3** equipos, integrados por **8** emprendedores de los programas de Administración de Negocios Internacionales e Ingeniería Electrónica.



249 emprendedores pertenecientes a las facultades de Ciencias Económicas y Administrativas, Ingeniería y Humanidades, Artes y Ciencias Sociales se han vinculado del año 2012 al 2014 en las tres cohortes de los módulos de la Opción en Emprendimiento.



El equipo Segubord hoy en día **Smart Cane**, conformado por los emprendedores Leidy Catherine Díaz Montealegre y Alexander López Téllez del programa de Ingeniería Electrónica, fueron finalistas por Latinoamérica en el Concurso Iberoamericano Red Emprendia 2012: de la idea a la acción.



4 equipos, conformados por **9** emprendedores de los programas de Ingeniería de Sistemas, Electrónica y Administración de Negocios Internacionales, están tramitando su modalidad de grado por medio de la Opción en Emprendimiento.



En el XI Encuentro departamental de Semillero de investigación 2013, fueron ganadores 6 emprendedores de las facultades de Ciencias Económicas y Administrativas e Ingeniería, al igual que del Centro San José.

26 equipos, conformados por **63** emprendedores, han participado desde el año 2011 en la Muestra de trabajos estudiantiles de Tecnología e Ingeniería Electrónica, realizada en el marco de la Muestra Empresarial de la Universidad.



4 emprendedores en el **2013** fueron finalistas del XVI Encuentro Nacional y X Internacional de Semilleros de Investigación, pertenecientes a Administración de Negocios Internacionales e Ingeniería Electrónica.



9 equipos, formados por 24 emprendedores de la Universidad de Ibagué, han resultado ganadores, de 2009 a 2012, en el concurso de ideas de negocio Ibagué Emprendedora.



8 estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas han realizado el Semestre Social en la Opción en Emprendimiento de la Universidad y 5 de la Universidad del Tolima, han desarrollado su pasantía.

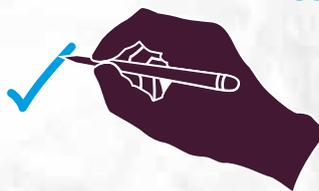


ANDI DEL FUTURO

Del año 2011 al 2013, 19 equipos, conformados por 38 emprendedores, han estado vinculados a Andi del Futuro.



Opción en emprendimiento



Los equipos emprendedores: **Smart Cane, Living Col, Petraplast de Colombia, ConnecTree, Golchik**, se han vinculado a la Opción en Emprendimiento por medio de sus módulos, así como al Semillero de Emprendedores de la Universidad de Ibagué.

Árbol de Tinta
Marzo de 2014

56 equipos integrados por 154 emprendedores de las cinco facultades de la Universidad y del Centro San José han sido ganadores desde el año 2009 hasta 2013, en el concurso de ideas de negocio "Zona Emprendedora" de la Universidad de Ibagué.



En la convocatoria Destapa Futuro 2014

organizada por la Red de Emprendedores Bavaria

participan 5 equipos (Tu transporte, Hands-Translator, Smart Cane, Priscocomunicaciones y Communityweb) conformados por 11 emprendedores, de las facultades de Ingeniería y Ciencias Económicas y Administrativas.



10 emprendedores de Ingeniería Electrónica, de la Tecnología en Sistemas y del Colegio San Bonifacio, han resultado ganadores en el concurso de Robótica, realizado en los años 2012 y 2013 en el marco de la Muestra Empresarial de la Universidad.



En la convocatoria internacional **TIC Américas 2014**, organizada por Young Américas Business Trust (YABT), participan los proyectos Unidad de Salvamento en tsunamis, de Alfonso de Jesús Vanegas Ospina graduado del programa de Ingeniería Industrial y ConnecTree, conformado por 4 emprendedores de las facultades de Ingeniería y Ciencias Económicas y Administrativas.



En la convocatoria nacional que organiza Wayra Colombia 2014, con proceso internacional, participa el equipo **ConnecTree** conformado por 4 emprendedores de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas e Ingeniería.



215 emprendedores, de las cinco facultades de la Universidad y del Centro técnico y tecnológico San José, se han vinculado de los años 2011 al 2014, al Semillero de Emprendedores de la Opción en Emprendimiento.



Opción en emprendimiento



Voluntad, constancia y actitud empresarial

César Adolfo Ramos, propietario y gerente de ROOTT+CO

Texto y foto: Franciny Espinosa Osorio*

ROOTT+CO es una empresa ibaguereña que comenzó produciendo camisetas para hombre; actualmente hace presencia a nivel nacional con varias líneas de productos dirigidas a hombres, mujeres y niños que quieren estar a la vanguardia en la moda. Son cerca de 18 años en los cuales se ha posicionado como una de las empresas que ha aportado significativamente al crecimiento económico de la región.

César Adolfo Ramos es su propietario y gerente. Serio y



conciso en sus respuestas le concedió un espacio de tiempo a *Árbol de Tinta* para compartir algunas anécdotas de su experiencia como empresario.

¿Cómo inició su trayectoria empresarial?

Estoy en el negocio de la ropa desde los 15 años; empecé cuando estudiaba bachillerato en el colegio San Simón. En la tarde atendía un local que mi mamá compró en Sanandréxitos. Ella me lo dejó para que lo surtiera y me ayudó a conseguir crédito con algunos comerciantes de la ciudad. Sin embargo, fracasé en ese primer intento empresarial y al año tocó cerrarlo. No obstante, ello me permitió aprender del negocio y conocer gente. Fue una especie de *universidad empírica* en los negocios. Lo que más he aprendido de los negocios fue de ese fracaso.

Pese a la quiebra, le cumplí a todos los almacenes con los que tenía crédito, ello me abrió las puertas para que uno de ellos me diera trabajo como administrador. En la noche estudiaba Administración de Empresas en la Universidad del Tolima y en el día laboraba. Al año me independicé y formé sociedad con uno de los socios de la empresa. Viajábamos a Maicao y Panamá, comprábamos tenis y ropa y luego los vendíamos a varios almacenes de Ibagué.

¿Cómo nace la empresa ROOTT+CO?

Me iba bien como comerciante, para entonces ya había disuelto la sociedad; sin embargo, el dólar sufrió un alza significativa lo que hizo que

los productos que traía se encarecieran. La ropa era la que más rentabilidad dejaba pero se volvió costosa frente a la nacional. Ello me llevó a explorar en la alternativa de fabricar las prendas en el país.

Comenzamos a hacer ropa de moda. En aquella época, no era común en la ciudad fabricar ese tipo de prendas; se hacían camisetas básicas, pero no era lo que yo solía vender. Me arriesgué en esa aventura e inicié ROOTT+CO. Comencé con mi esposa, en aquel entonces mi novia, y dos empleados más. Iniciamos a manufacturar camisetas, le decíamos a los talleres lo que queríamos. Sacamos camisetas de moda lo cual tuvo muy buena aceptación en la región. Comenzamos a vender a nivel nacional y nos funcionó muy bien.

¿Y, cómo se encuentra hoy la empresa?

De cuatro empleados con los que iniciamos, hoy contamos con 400 de planta y en temporada alta el personal se duplica a 800. Cuando iniciamos teníamos una oficina y hoy tenemos 43 puntos de venta, plantas de producción propias o con alianzas estratégicas, las instalaciones donde funcionan las oficinas de Ibagué y oficina en China. La facturación ha crecido bastante del primer año a hoy. Nuestros productos los vendemos en el territorio nacional. Hace siete años dejamos de exportar. Tuvimos almacenes en Venezuela, pero con el tema cambiario fue necesario cerrarlos. También contamos con almacenes en Panamá y Salvador, pero también los cerramos. Tomamos la decisión de crecer y fortalecer la empresa primero en Colombia. Queremos ser líderes, cuando lo seamos es probable que busquemos nuevamente posibilidades fuera del país.

¿Cuáles han sido las principales satisfacciones que ha tenido como empresario?

El logro personal es importante así como la forma como se impacta positivamente a la familia, entorno y amigos, además del trabajo que se genera. Algo para destacar es que la empresa está en capacidad de realizar programas sociales. Contamos con la Fundación Jael Moreno de Ramos, en honor a mi mamá quien fue muy caritativa, allí se atiende a niños de escasos recursos. También colaboramos socialmente con el Jardín de los Abuelos.

¿Qué lo motivó a crear empresa?

Mi mamá fue una persona dinámica. Ella era secretaria en un colegio oficial, pero siempre estaba buscando negocios para ayudarnos. Era divorciada y debía sacar adelante a sus tres hijos por lo que siempre estaba haciendo negocios. Yo vi que por ese lado era mejor, tenía independencia, no tenía un horario, podía desarrollar mis propias ideas y ser más lucrativo.

Siempre conté con el apoyo de mi mamá quien aunque no tenía mucha plata sí tenía fe en mí. Hizo un crédito en Cooperamos, me lo dio y confió en mí.

¿Cuáles han sido sus principales logros empresariales y qué le falta aún por hacer?

Pasamos de ser una empresa local a una con presencia nacional, estamos en los principales centros comerciales del País, hacemos quedar bien a Ibagué en muchas partes, pero por hacer, falta mucho. Hay mucho que podemos hacer y consideramos que estamos a mitad de camino.

¿Cuál es la clave para seguir vigentes a pesar de amenazas como el libre mercado y la incursión de productos chinos?

Serían como cien claves, pero la principal es que esta es una empresa de Dios y eso tiene una bendición especial y así lo considero. No la considero mi empresa, soy un trabajador más que tiene el puesto de gerente. Eso hace que todo se maneje con unos



principios que hacen que el negocio esté siempre bendecido. Ello desde el punto de vista de mi fe.

Desde la parte administrativa una clave ha sido la constancia. A pesar de las crisis del sector y de la empresa, y de las dificultades, no hemos tirado la toalla. En segundo lugar, hemos trabajado en la parte de innovación e investigación, nos enfocamos en que nuestro producto tenga componentes diferenciales; el componente de moda tiene mucha importancia en la empresa. Al año hacemos más de tres mil productos nuevos, viajamos alrededor del mundo trayendo información. Estamos abiertos a las condiciones del mercado. China, aunque es una amenaza para todos, para nosotros fue una oportunidad más de negocios. Una de las fortalezas es que las amenazas las hemos vuelto oportunidades.

¿A nivel empresarial qué momento de temor ha debido enfrentar?

Hace seis años en Ibagué el sector textil confección afrontó una crisis lo que hizo que los bancos nos cerraran los créditos. Ello llevó a que en menos de dos meses tuviéramos que cancelar una cantidad grande de créditos, y no teníamos el dinero para pagarlos inmediatamente. Los resultados del año anterior habían sido malos y se juntaron varias

cosas malas a la vez. Fue una época difícil pero logramos salir adelante.

¿Cuál ha sido la mejor decisión que ha tomado en su vida empresarial?

Leer el mercado a futuro. Cuando empezamos el negocio, casi todas las marcas de Ibagué vendían a tiendas. El sistema era que se producía y se vendían las marcas a almacenes, los que hacían el mercadeo. Visualicé que debíamos tener nuestras propias tiendas la tendencia del mercado, como en otros países, era que los dueños de las tiendas al detal fueran los mismos fabricantes. Por ello, empecé a montar almacenes en Ibagué y en Bogotá. Hoy el mercado me da la razón. La mayoría de empresas que han sobrevivido han sido las que contamos con tiendas.

Ha cometido algún error como empresario y hoy recomienda evitarlo a aquellos que comienzan su empresa

La empresa cuando tenía cinco años de creada estaba vendiendo bien y tenía buena aceptación; sin embargo, teníamos muchas cosas que ajustar en lo administrativo y financiero. Estábamos “buñuelos” como empresarios y comenzamos a montar almacenes fuera del país. Eso fue exportar un desorden que teníamos y nos generó pérdidas y contratiempos.

¿Qué cualidades debe tener una persona para emprender?

Más que conocimiento es la actitud. Aunque el conocimiento es un buen complemento, es importante la actitud de empresario; ganas de hacerlo, voluntad y constancia, al igual que tener unos valores bien fundamentados. En los negocios, el que perdura es el que es honesto, trabaja en equipo y paga lo justo.

**Comunicación Institucional,
Universidad de Ibagué
franciny.espinosa@unibague.edu.co*



Living Col

Tu puerta de entrada a Colombia

Texto y foto: Franciny Espinosa Osorio*

Tu puerta de entrada a Colombia, así reza el slogan de la agencia de viajes online, *Living Col*, creada hace un par de años por Sindy Alexandra Ospina Rodríguez, una joven empresaria graduada del programa de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad de Ibagué.

La agencia busca ofrecer a los turistas, nacionales e internacionales, una experiencia única y mágica en Colombia, siendo nuestro territorio el principal destino que oferta.

La idea maduró como muchos proyectos siendo aún Sindy estudiante universitaria. Gracias a la Opción en Emprendimiento de la Universidad participó con su plan de negocios en ANDI del Futuro donde fue finalista. El área de emprendimiento de la Institución le brindó asesoría en el proceso de construcción del proyecto. Fue así como *Living Col* pasó de una propuesta de grado a ser realidad en 2011 cuando se constituyó legalmente.

Turismo receptivo: la apuesta por la diversidad

Trabajando con extranjeros, Sindy se percató de que no existía suficiente información en la web sobre nuestro país; los paquetes turísticos existentes no se ajustaban a todos los bolsillos y la oferta de destinos exóticos no era masiva; lo ofrecido, en aquel entonces, eran

las rutas tradicionales. Había un mercado que deseaba explorar cosas distintas pero no sabía cómo.

Por ello, Sindy le apostó a la estrategia online y montó la página web *livingcol.com*. “El funcionamiento de la empresa ha sido positivo, la página está bien posicionada en el *ranking*; además, cuenta con herramientas que otras agencias, o no tienen o apenas están



comenzando a explorar”, indicó, al tiempo que precisó que el usuario encuentra la información en español, alemán e inglés.

Colombia es un país privilegiado por sus riquezas naturales, variedad y belleza de su geografía y diversidad de ecosistemas. Cerca del 75% de la biodiversidad del planeta está concentrada en 17 países, los cuales son considerados megadiversos. Colombia se encuentra entre ellos. Nuestro país ocupa el primer lugar en aves con 1.885 especies y la mitad de los páramos del planeta están en este territorio.

Por ello, esta joven empresaria vio en la biodiversidad, así como en las ferias y fiestas un gran potencial para explotar. “Estos son aspectos que llaman mucho la atención”, precisó. Adicional a ello, aseguró que la imagen del país ha mejorado por lo que el extranjero tiene más confianza para visitarnos.

Empresa que marca la diferencia

Un sello diferenciador de *Living Col* es ser operador en el Tolima. En sus paquetes se encuentra la ruta cultural de la Expedición Botánica o Ruta Mutis. Proexport ha sido un aliado que le ha brindado pautas para hacer que este circuito sea más atractivo.

Esta es una oferta diferenciada enmarcada dentro del turismo cultural, “la promocionamos con mucho cariño a pesar de las deficiencias que puedan tener los municipios y sitios en cuanto a infraestructura”, indicó.

La Ruta Mutis es el primer programa turístico cultural del país que sacó el Ministerio de Cultura con motivo del bicentenario de la Independencia de Colombia y de la muerte de José Celestino Mutis y tiene todo un tema de educación ambiental, folclor y gastronomía alrededor de ella.

“Hacemos una labor bonita promocionando esta Ruta. Quienes toman el plan son turistas que ya conocen el país y quieren algo diferente, son personas que desean otras experiencias”.

Sin embargo, Sindy siente que los tolimeses vemos más fea a nuestra tierra que las personas de fuera; en su concepto, es un problema de percepción. “Hemos querido hacer cosas pero es difícil porque nos hemos encontrado con barreras que ponen algunas personas que tienen relación con el sector”.

Pese a ello, su deseo es mostrar ese rostro amable y riqueza turística de nuestro Departamento, es así como *Living Col* fue escogido en el 2012, por el Fondo Nacional de Turismo fontur, como operador del *Fam Trip* Tolima o viaje de familiarización, al cual se invitó agencias de viajes mayoristas de diferentes regiones del país para que conocieran los servicios y atractivos turísticos del departamento. *Living Col* ha participado ya en dos *Fam Trip*.

Pequeña pero con pasos de gigante

El dinamismo de esta joven empresaria la ha llevado a participar en varias ruedas de negocios

realizadas por el Ministerio de Industria y Turismo en diferentes partes del país.

De igual forma, el año anterior estuvo con la misión de Pymes de Proexport en la Feria Internacional de Turismo de Fitur realizada en España. Para Sindy esta fue una experiencia satisfactoria, pues allí se hicieron presentes muchas empresas con potencial exportador.

Su última participación fue el pasado mes de febrero en la Feria Internacional de ANATO realizada en Bogotá, la más grande e importante que se realiza en el país en el área de turismo. Paralelo al evento, Proexport desarrolló una rueda de negocios con compradores internacionales y *Living Col* fue la única agencia del Tolima que estuvo presente, además de ser la primera vez que una agencia de nuestro departamento estaba en una macro rueda de Proexport.



Sindy Alexandra Ospina Rodríguez,

empresaria graduada del programa de Administración de Negocios Internacionales, obtuvo el segundo lugar en la categoría Comunas en el IV concurso de ideas de negocio “Ibagué Emprendedora” realizado en el año 2010 y fue una de las cinco finalistas en el VII Premio Colombiano ANDI a la Creación de Empresas 2011 con su proyecto *Living Col* “Tu puerta de entrada a Colombia”, lo que le permitió participar en la 67 Asamblea Nacional de la ANDI.



Un plan de vida

Hace tan solo dos años *Living Col* está en el negocio del turismo y su presencia ya se siente con pasos fuertes y firmes.

Manejar su propia empresa ha servido para que Sindy se vuelva una persona más receptiva “he aprendido a entender a las personas y sus necesidades, así como me he vuelto una persona más responsable, eficiente, comprensiva y paciente”.

Para ella, la interdisciplinariedad de la carrera que estudió ha sido una fortaleza para la construcción de su empresa, además del impulso que recibió de la Unidad de Emprendimiento, hoy Opción en Emprendimiento de la Universidad, para sacar adelante su idea de negocio.

Para Sindy, ser empresario es un plan de vida; por ello, todo lo que hace gira en torno a *Living Col*. “Es una de las mejores decisiones que he tomado”, dice con total convencimiento.

*Comunicación Institucional, Universidad de Ibagué
franciny.espinosa@unibague.edu.co



Foto: Mónica Leguizamón

Las chicas Golchik

Por: Franciny Espinosa Osorio*



Foto: suminiestrada

El fútbol genera pasión, orgullo, fe, creatividad, felicidad y, a veces, nervios y ansiedad, todas estas emociones juntas las han sentido cinco jovencitas quienes inspiradas en esta disciplina deportiva crearon la empresa Golchik.

Keyla Morales Durán, Jenny Forero Gaviria, Milena Parra Molina, Mayiber López López y Luisa Bermúdez Marroquín, egresadas del programa de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad de Ibagué, son artífices de este negocio que nació como un proyecto de clase.

Jenny Forero, asidua asistente al estadio veía que las camisetas deportivas alusivas a los equipos de fútbol no se ajustaban a la figura femenina por lo que debían usar prendas de hombre. De allí surgió la idea de diseñar una línea femenina de blusas alusivas a los equipos de fútbol nacionales e internacionales. Lo que este grupo de jovencitas deseaba mostrar era la pasión por este deporte desde la óptica de la mujer.

Keyla recuerda que en el año 2010 se inscribieron con su idea al concurso Ibagué Emprendedora, al tiempo que comenzaron a capacitarse no sólo en la Universidad sino con el SENA, en emprendimiento y mercadeo.

En esta convocatoria obtuvieron el segundo lugar. El premio fue dinero en efectivo que les sirvió como capital semilla para pasar de la idea a la acción y hacer realidad el sueño de crear empresa.

“Empezamos con la prueba ensayo-error. La confección era un sector que no conocíamos. Pensábamos que diseñar una prenda era algo fácil pero nos dimos cuenta que no era así, por lo que debimos comenzar a capacitarnos e investigar sobre aspectos como patronaje, moda, tendencias y materiales. Todo ello lo hicimos de la mano de la Universidad, la cual se convirtió en nuestro complemento empresarial”, recuerda Keyla.

De esta forma, estas jovencitas que no sobrepasan los 23 años comenzaron a participar en ferias con los laboratorios microempresariales, en expocomunas, en ferias de Navidad, en Colombia Prospera y en las muestras de emprendimiento de la Universidad. Aunque venían “fogueadas” en varios eventos feriales, en el año 2011 llegó la prueba de fuego: Ibagué Maquila y Moda.

“Participamos con un stand y fue allí donde nos enfrentamos a la realidad con negocios y clientes. Estábamos muy contentas porque conseguimos compradores internacionales”, recuerda Keyla con gran emoción; sin embargo, debieron poner los pies sobre la tierra por cuanto no cumplían con la capacidad para responder con la demanda pedida. “Apenas nos estábamos preparando y éstas eran ligas

mayores. Nos pedían diez mil unidades y nosotras tan sólo hacíamos muestrarios”.

En esta feria fueron la sensación no sólo por el entusiasmo de las jovencitas sino por su corta edad. “A los asistentes y empresarios les gustaba vernos porque éramos las más jóvenes, nos llamaban las *chicas Golchik*. Fue una experiencia enriquecedora. Al ver nuestro empuje y ganas de sacar adelante nuestra empresa nos aconsejaban y daban pautas para pulirnos como empresarias”.

En el 2011, todavía siendo estudiantes de la Universidad legalizaron la empresa; sin embargo, la prioridad para entonces eran los estudios por lo que sólo le podían dedicar tiempo a la naciente empresa, los fines de semana y las vacaciones.

Al año siguiente continuaron participando en ferias nacionales y, nuevamente, regresan a Ibagué Maquila y Moda. 2013 fue un año especial para las chicas Golchik, por cuanto participan en Ibagué Maquila y Moda no solo con camisetas de los equipos de fútbol sino con la línea Active, prendas para ir al gimnasio fabricadas con tela inteligente.

“Cuando comenzamos la empresa, todas soñábamos ver nuestras prendas en un desfile y en este evento se dio la oportunidad. Ello nos llenó de orgullo, fue un momento de mucha felicidad. Ver a la gente aplaudir nuestros diseños recompensó todo el esfuerzo hecho. “Ese día se me aguaron los ojos”, recuerda con gran emoción Keyla.

La emoción de ser las mejores

Siendo estudiantes de último semestre participaron con su plan de negocio en ANDI del Futuro y en junio de 2012, vía correo, les informaron que Golchik era uno de los cinco grupos finalistas a nivel nacional.

En Ibagué presentaron el proyecto ante Luis Carlos Villegas, quien para entonces se desempeñaba como presidente de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, ANDI, y luego viajaron a Cartagena donde sustentaron su trabajo ante el jurado calificador.



Golchik, equipo conformado por cinco emprendedoras graduadas del programa de Administración de Negocios Internacionales, ocupó el segundo lugar en la categoría comunas, en el **IV concurso de ideas de negocio “Ibagué Emprendedora”** realizado en el año 2010. En 2012 el grupo obtuvo el primer puesto en el ámbito nacional, en la **VIII versión del premio a la Creación de Empresa ANDI del Futuro**, realizado el marco de la 68 Asamblea nacional de la ANDI.

“Estábamos muy asustadas. El día de la sustentación todos los grupos iban muy elegantes y nosotras decidimos ir deportivas y lucir nuestras camisetas de fútbol. El jurado resultó estar integrado por mujeres lo que nos dio mucha confianza”

En el evento de clausura cuando anunciaron a Golchik como ganador, las cinco jovencitas no pudieron evitar abrazarse y gritar de la emoción. Para ellas, fue un evento cargado de emociones por ser el Presidente de la República, Juan Manuel Santos, el encargado de entregarles el premio.

“Nos sentimos muy orgullosas de recibir el premio y representar a la región ibaguereña. Recuerdo que en el evento de clausura el doctor Luis Carlos Villegas resaltó que éramos ibaguereñas, ello nos llenó el corazón de mucho orgullo. Éste ha sido nuestro máximo logro”, recuerda Keyla con una sonrisa amplia en su rostro y una alegría que aún hasta el día de hoy la invade al recordar aquellos momentos.

En busca de mercado

Este año se realiza el Mundial de fútbol en Brasil, y el equipo de emprendedoras ya hace planes para *meterles* un gol a los brasileños con su línea deportiva de camisetas femeninas. Hace algunos meses, dos integrantes del grupo estuvieron en Brasil, donde exploraron el panorama con miras a establecer contactos de negocio.

Aunque encontraron que son bastante regionalistas y ya hay un mercado establecido, buscarán la estrategia de llegarles a los colombianos que estarán en el mundial, para ello, se encuentran en proceso de negociación con los contactos que dejaron en ese país.

“Aspiramos llegar a mercados grandes. Como administradoras de negocios tenemos en común el deseo de generar empleo y vemos en Golchik la posibilidad de hacer este sueño realidad. Esperamos fortalecer nuestra empresa y continuar con los procesos de capacitación”, agregó la joven empresaria. Actualmente Golchik cuenta con clientes en Neiva, Cali, Meta y Bogotá.

Vale la pena luchar

Estas cinco jóvenes son unas luchadoras que quieren ser independientes y marcar la diferencia. Anhelan no esperar a que les den empleo sino, por el contrario, generarlo.

Al hablar de la Universidad, Keyla indica que la Institución les dio las bases del emprendimiento, “nos colaboró para la presentación de la idea en redes y convocatorias. Si alguien tiene una idea o quiere emprender en la Opción en Emprendimiento de la Universidad encuentran el espacio para recibir asesoría y llevarla a cabo. Gracias a la Institución nos vinculamos a la Red de Emprendimiento y a la ANDI del Futuro”.

Para ellas, las satisfacciones que han tenido como emprendedoras van desde las cosas mínimas. “Nuestra mayor satisfacción es contar con nuestra propia empresa. Cada día es un reto para nosotras, detrás de unas blusas bonitas hay mucho esfuerzo, contratiempos y personas que hacen posible esta labor”, puntualizó Keyla.

*Comunicación Institucional, Universidad de Ibagué
franciny.espinosa@unibague.edu.co



Conéctate con ConnecTree

Foto y texto: Germán Gómez Carvajal*

Con la motivación de una clase de emprendimiento auestas y en compañía del cuaderno de las ideas -un inseparable amigo de tamaño estándar donde se escriben esporádicas ocurrencias-, Jessica Rangel y Jefferson Ocampo pensaron, por primera vez, en lo que sería ConnecTree.

Ella, estudiante de Ingeniería Electrónica, y él, ingeniero de sistemas aún en formación; meditaron, soñaron y, en últimas, crearon. ConnecTree es una APP móvil que une la tecnología y la responsabilidad ambiental. A este equipo se sumaron Camilo Morales, ingeniero electrónico de la Universidad de Ibagué y José Saavedra, estudiante de Administración de Negocios Internacionales, quien en sus dos años de formación universitaria ha ganado el mismo número de muestras empresariales.

La aplicación animada ofrece al usuario la posibilidad de adoptar un árbol virtual, personalizarlo, apreciar su crecimiento y cuidar de él. La innovadora apuesta, consta de *tips* ecológicos que generan reflexiones y conciencia ambiental. Cuenta con una particular calculadora que arroja datos que cuantifica el rastro de la huella de carbono que cada árbol aporta al planeta.

Árboles, aire, vida

¿Pero cómo puede un árbol virtual originar carbono? “Nosotros no quisimos quedarnos con la pura tecnología, la aplicación ofrece la posibilidad de sembrar un árbol real y contribuir de verdad con los problemas ambientales existentes, declaró José Saavedra, recalcando el valor altruista de su proyecto.

Cada árbol tiene un propietario y en el tallo se pueden ver los nombres de los usuarios. Como nos contaba José, la opción de

darle vida en el plano real a cada arbusto está vigente en la oferta de ConnecTree.

Germán Andrés Castaño, docente de la Opción en Emprendimiento de la Universidad, fue el primer cómplice y motivador de los jóvenes entusiastas que para ese entonces, experimentaban diversas emociones. “Cuando apareció ConnecTree era tan bonito que hasta nos asustaba, le contamos en primera instancia a nuestro mentor y él nos dijo: “Saquen esa vaina adelante, y así lo hicimos”, señaló Jessica, quien apenas logra contener la sonrisa que le produce recordar el nacimiento del proyecto.

La idea de los jóvenes no solo aporta beneficios ambientales y entretenimiento digital, la aplicación muestra el lugar donde fue sembrado el árbol, generando conocimiento de nuestra geografía nacional y, a su vez, inversión en la región a través del turismo. ConnecTree promueve la interacción sincera del árbol con su propietario a través de fotografías de espacio real y abre la posibilidad de un encuentro físico entre el usuario y su arbusto.

Los cuatro integrantes del equipo con sus cédulas fresquitas ya pueden dar cátedra de emprendimiento “El emprendedor no es esquemático, se desborda en ideas”, murmura reflexivo Jefferson, mientras otras voces





Camilo Morales fue el encargado del complejo trabajo de programador en ConneTree. Él no pierde de vista la posibilidad de transformar la aplicación en un videojuego: “queremos ofrecer una nueva experiencia de juego a los usuarios que sume conciencia social. Cualquier persona del mundo podrá visualizar su árbol y ubicar el sitio donde se encuentra” y agrega Jefferson con lucidez puntual: “queremos crear una conexión emocional entre las personas y la naturaleza”.

La sincronía entre los integrantes de ConneTree es evidente, José piensa desde ya como un experimentado empresario: “Ser empleado demanda estar trabajando fuertemente durante ocho horas, pero ser el responsable y dueño de una empresa exige aun más tiempo, más horas de trabajo, más horas de desvelo pensando en cómo crecer y alcanzar lo proyectado”. Jefferson asienta con su cabeza mientras Camilo escucha atento. Jessica es la consentida del grupo, sonríe constantemente. Cuando se divaga en ideas ella aterriza conceptos con una facilidad enorme y sin prepotencia.

Con la pluralidad de habilidades condensadas en ConneTree los triunfos no se hicieron esperar: el primer puesto del *Start up weekend* ya es una realidad. El título los convenció del carácter ingenioso del proyecto y los impulsó a aventurarse en nuevas convocatorias. Actualmente, están participando en dos convocatorias internacionales, Eco-Reto de Pepsy y Wayra de telefónica, donde se espera un debut significativo por parte de los jóvenes innovadores en el ámbito internacional.

La habilidad creativa y la creciente inquietud fomentada desde la Opción en Emprendimiento de la Universidad, los llevó a crear una nueva forma de generar vínculos afectivos entre el hombre y la naturaleza. Hoy no son ambientalistas con síntomas convencionales, son jóvenes que le apuestan a las nuevas herramientas digitales, chicos vanguardistas que buscan una forma auténtica de aportar a su mundo, posibles soluciones.

La promoción y el mercadeo de ConneTree lo realizarán mediante publicidad BTL, mercadeo digital de alto impacto, con el cual se espera dar a conocer todo lo concerniente al

tema de reforestación desde el teléfono móvil. Camilo reconoce un problema serio con los sistemas de pago en Latinoamérica; sin embargo, la aplicación está terminada y lista para usarse.

En el primer **Startup Weekend Ibagué**, realizado en el año 2013, el equipo ConneTree obtuvo el primer lugar en la categoría profesional y quedaron como finalistas los equipos emprendedores Apparking, Neurosana y Estora.co.



se unen: “Uno a veces se casa con una idea, pero luego vienen otras, otras y otras; muchos dicen que hay que enfocarse, pero las cosas van cogiendo forma”. El recorrido emprendedor de los chicos recita premios y proyectos novedosos: Usana, Mirror, Kroma y Whatever Leaf. Todos ellos, proyectos ganadores en ferias empresariales de la Universidad y facilitadores del destino para conocerse y compactar ideas.

*Estudiante de Comunicación Social y Periodismo
german_2110@hotmail.com

Una propuesta “loca” para el otro emprendimiento

Por: Andrés Felipe Giraldo López*

Foto: <http://payasadasdepri-mavera.blogspot.com/>

Casi siempre que se habla de emprendimiento lo que se viene a la cabeza es innovación, productividad, rendimiento, utilidad y éxito. Porque la perspectiva de este término es economicista y eminentemente capitalista. Pero yo me declaro en rebeldía de esta perspectiva y me atrevo a postular otro tipo de emprendimiento que está más ligado a la felicidad que al éxito, al espíritu que a la materia y al amor que al dinero.

Mi propuesta no se basa en textos de superación personal que pululan por estos días en autores tan populares como Coelho, Chopra u Osho. Porque ellos finalmente solo quieren vender y hacer del espíritu un negocio, es decir, dinero. No les creo nada. Pero sí me baso en una ideología que comparto: la doctrina del Presidente de Uruguay, el austero y carismático Pepe Mujica, que tiene como base para el desarrollo humano no la riqueza, sino la felicidad.

Por eso propongo un emprendimiento emocional, artístico, sensitivo y espiritual. Un emprendimiento que prescinda de los números y se concentre en el arte, las letras, la actuación, la danza y todas esas formas de expresión del alma que trascienden a la transacción, al negocio o a la empresa como garantes de la estabilidad y la tranquilidad humana.

Propongo que nos imaginemos a la humanidad sin desarrollo. Que regresemos imaginariamente a las cavernas pero en nuestro mismo tiempo, y que saquemos a la civilización del riel económico y lo pongamos en el riel artístico. Supongamos que las reuniones humanas no se concentran en los grandes polos de transacciones mercantiles. No, en este mundo imaginario la humanidad se reúne para compartir su arte. No hay fronteras, hegemones, ni potencias nacionales. Es más, no existen las naciones y nadie mata ni se hace matar por una patria. El intercambio es netamente cultural. Las poblaciones se mueven miles de kilómetros para compartir su innovación artística. Los pueblos se encuentran y se concentran como cazadores y recolectores primitivos pero con una versatilidad artística impresionante.

El compartir no estaría determinado por el comercio. No. Estaría determinado por la sensibilidad, la espiritualidad, por tener el talento para descubrir el alma del otro y no la billetera. Las culturas serían abiertas y no habría extranjeros, ni pasaportes, ni inmigrantes. El mundo sería el hogar de todos. La civilización no se mediría en indicadores. Se mediría en sonrisas, en abrazos, en besos y en amor. Es decir, viviríamos en una sociedad imposible de medir. La ignorancia no sería tal. Viviríamos con la capacidad de asombro intacta, con la ciencia al servicio de los misterios pero sin atacar la magia y el encanto de la leyenda, los mitos y la alquimia.

Propongo un mundo consciente de nuestra finitud. Consciente sobre la necesidad inquebrantable de querer ser felices. Un mundo en el que no haya modelos

de desarrollo impuestos y absolutos a los que nos tenemos que someter concentrándonos en las ciudades. No. Propongo volver al campo, a la selva, al desierto y a las islas despobladas. Propongo que nos abramos un espacio entre las criaturas y convivamos con ellas. Que le quitemos el miedo a las especies que depredamos sin necesidad y que comamos lo que la naturaleza mansamente nos quiera dar.

Propongo que la desnudez sea una opción de vida, como lo es la prenda. Que no sea una falta al pudor andar por ahí en cueros. Que eso no sea óbice para tachar de loco al que lo haga dentro de la mojigatería convencional que nos va poniendo un lazo al cuello, horrible e incómodo, pero nos parece lo último en moda porque la usan “los exitosos”. Hablo de la corbata, la prenda más ridícula del universo.

Propongo que el gobierno, esa forma de autocontrol humana, sea ejercido por los ancianos sabios, como en las grandes y prósperas tribus de antaño. Que su vida ejemplar sea el mérito que lleve a un hombre a dar las directrices de los reglamentos compartidos. Que sean varios ancianos, de todos los confines del mundo, que decidan entre ellos qué es lo mejor para sus nietos y bisnietos, mientras los adultos envejecen. Propongo como primer Presidente de ese Consejo de Ancianos al propio Pepe Mujica, y por qué no, al Papa Francisco, viejito libertario y bonachón, que ha abierto a la iglesia católica a la magia de la deliberación constructiva.

Propongo que la política vuelva a las raíces aristotélicas. A la búsqueda del bien común y a la felicidad humana. Propongo que borremos a Maquiavelo de la sección de política y lo pongamos en la ciencia ficción. Que no sea necesario el concepto de dominación, ni opresores ni oprimidos. Que volvamos al buen salvaje de Rousseau (desnudo, por cierto) y a eliminar la propiedad privada por falta de propietarios. Que vivamos entre nómadas y sedentarios de acuerdo con lo que quiera cada cual.

Propongo que dejemos de pensar el emprendimiento como una imposición del mundo capitalista y nos rebelemos muchos más. Que el palo de mango del vecino no sea del vecino ni los mangos suyos. Que compartamos con él nuestra alegría del elixir de ese mango y nos lo comamos juntos. Pido en rebeldía, que nos dejen pensar nuevas formas de desarrollo y evolución. Que la Universidad deje de ser ese espacio de homogenización y alienación mental que nos prepara para un éxito vacío de espíritu, limitado de solidaridad, competitivo como quién debe ganar solo para que otro tenga

que perder. Lo digo, vehementemente, ¡No más! a ese mundo. Me declaro en franca rebeldía e invito a los jóvenes de hoy a dejar la lucha por el frío metal. No crean que el billete que reciben a cambio de su “emprendimiento” sea su tal felicidad. No. Ese es el grillete que los mantendrá atados a este mundo de ganadores y perdedores, de competencia y de

“éxito”. Ese es el grillete que les negará la libertad de la felicidad.

Propongo que los dioses de todas las religiones vivan juntos y en paz. Que la espiritualidad no divida sino que una. Que tú dios y mi dios se casen y nos tengan como hijos criados en el respeto, la tolerancia y la solidaridad.

Propongo que estas palabras tachadas de locura por unos cuantos tomen forma y sustancia, en la teoría y en la práctica. Que dejemos de tener miedo de cambiar radicalmente y que nos zafemos de los prejuicios que nos ha impuesto la arrogancia de la civilización. Si eso es locura, los invito a que enloquezcan y que vuelvan, por ejemplo, a creer en seres mitológicos que no son más falsos ni más reales que las tales “patrias”, esas porciones de territorio inventadas que hacen sentir a unos superiores a otros.

Esta es mi propuesta para el otro emprendimiento. Simplemente es darse la posibilidad de dejar volar la imaginación, sin ningún orden ni modelo preconcebido. Sin manuales ni teorías impuestas. Sin despreciar a la historia, pero sin tomarla como un derrotero inamovible. Tenemos el derecho inalienable a ser felices y de encontrar ese espacio en el mundo para serlo.

Personalmente me aburrí de cumplirle al sistema. Me aburrí de ganar por ganar y de pretender ser exitoso. Me cansé de las jerarquías, de los doctores y la sangre azul de algunos. Me cansé del mundo como lo muestran, como lo quieren vender, como nos lo imponen. Me cansé de tu corbata y de la mía. Me cansé del emprendimiento que vale plata. Por eso me declaro en rebeldía y declaro la independencia de mi mundo de imaginación. Por eso propongo un nuevo emprendimiento traído del alma, vendido en amor, capitalizado en felicidad. Esa es mi propuesta. Si no te sirve, no la compres. Igual, si no quieres cambiar, el mundo ya está diseñado así para ti.

*Docente y escritor
andrefelgiraldo@gmail.com

Foto: googleimages



Entre los egresados de nuestra Universidad se encuentra Carlos Antonio Jacanamejoy, un joven indígena de tez morena, quien por su buen desempeño académico dejó su resguardo Kamsá, ubicado en la vereda San Silvestre, municipio de San Francisco, departamento del Putumayo y abrazó la oportunidad de educarse en la Universidad de Ibagué, gracias a una de las becas entregadas por Ecopetrol.

Hoy es ingeniero electrónico, becario durante toda su carrera al alcanzar la más alta calificación de las pruebas Saber, en su Departamento. Aunque la educación en la zona donde habitan los Kamsás e Ingas es buena, la posibilidad de recibir educación superior es casi inexistente. La población juvenil del resguardo difícilmente visualiza otra opción que no sea la agrícola.

Dos rebeldías

Antonio, con su voz tenue, aduce su terquedad por estudiar: “fui un poco rebelde con mi papá, él me hacía trabajar en el campo y le dije: No. Yo no sirvo para eso”. En su primera etapa escolar contó con el apoyo de su familia, pero una eventualidad familiar proveniente del desapego estudiantil de su hermano mayor, hizo que su decepcionado progenitor, no le apostara a la educación de sus hijos. “Usted no estudia más, aquí nadie más estudia”, era la sentencia de un padre molesto al percatarse de las escapadas del colegio de su hijo mayor.

Para ese entonces quien sí anhelaba ir a clases, era el pequeño Carlos Antonio. Cursaba quinto de primaria pero su situación familiar no era fácil; por ende, la directora de curso, reconociendo sus habilidades, intercedió por él ante su familia. La madre del niño persuadió al papá, quien accedió, no sin antes dejar en claro que la responsabilidad de esta insistente continuidad académica, la llevaría su esposa.

Y es así que la decepción paterna fue desdibujándose gracias a Carlos Antonio, su segundo hijo, quien durante su formación de bachiller, pedaleó tres horas diarias en bicicleta y, paso a paso, alcanzó su éxito estudiantil con un puntaje extraordinario en el Icfes. Esta ratificación a su esfuerzo, le permitió ser beneficiario de una beca para salir del resguardo y escoger la universidad de su preferencia.

Orgullo Kamsá

Por: Germán Gómez Carvajal*



Baluartes bilingües.

Carlos Antonio Jacanamejoy es un joven amable, aunque no deja de ser tímido. Comparte con nosotros la idea de poder dar orden a su lengua autóctona (el kamsá) puesto que aún no hay convergencias claras de escritura entre los hablantes. Cada vez es menos común escuchar la terminología propia del resguardo entre los niños y jóvenes. “Es que allá hablamos dos idiomas aunque eso se está perdiendo”.

sá



El kamsá es un dialecto plenamente independiente; sin embargo, se ha pretendido involucrarlo a la familia chibcha. Es más probable la influencia de lenguas más cercanas como el awa o el cofán; sin embargo, hasta el momento no hay consensos de escritura entre sus usuarios (Kamsás e Ingas). El español ha permeado poco a poco la cotidianidad sonora del territorio indígena y el uso de la lengua autóctona ha menguado. Antes, el bilingüismo social era evidente, en la actualidad se ha reducido. Nuestro egresado maneja a la perfección la lengua de sus ancestros, “Mi abuela solo habla kamsá, no recuerdo cómo lo aprendí. Fue natural, necesitaba hablar con mi abuela. En mi casa se practica constantemente”. Todo imaginó el joven Jacanamejo y excepto que, el dialecto de su abuela fuera validado por el Consejo académico del Programa como cumplimiento a la exigencia de dos idiomas para obtener su título de ingeniero electrónico.

La Universidad, la casa y el mandado

Es de imaginarse el impacto significativo y emocional de un joven indígena en las instalaciones de una universidad ciudadina. “Involucrarme académicamente fue bastante fácil. Hacerlo en los aspectos sociales, como salir a rumbear y todo esto, fue más complicado. La verdad, yo soy abstemio (risas). Mi forma de ser es así, ha de ser por las costumbres de mi familia, creo yo. Ese modo de vivir se reflejó acá en Ibagué. En mi casa solo salimos para ir a la escuela, hacer un mandado o ir al médico. Algo similar pasó acá: la Universidad, la casa y el mandado”.

Carlos Antonio ha sido un estudiante destacado, con dedicación extrema y talento nato. Sus habilidades e ideas no han pasado desapercibidas. “La Universidad me propuso trabajar y necesitaba el grado lo más pronto posible para firmar contrato” Así que, sin la esperada ceremonia de grado, Antonio no tuvo ningún problema en graduarse por ventanilla para empezar a laborar lo más pronto posible. Antonio disfrutó el hecho de que así fuera; no lo vimos haciendo alardes de su proceso educativo, brindando, ni posando para las fotos.

La Universidad aseguró la permanencia del ingeniero electrónico y hoy se desempeña como asistente de la Decanatura de la Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas. Su nuevo rol en la Institución no ha cambiado su caminar pausado, su sinceridad en la mirada y su disciplina apremiante.

**Estudiante de Comunicación Social y Periodismo.
german_2110@hotmail.com*

▲ Foto: Julio César Morales





Foto: ortizfeliciano.blogspot.com

Calidad en las instituciones de justicia

Por: Heriberto Ramos Gutiérrez*

El grupo de investigación sociojurídica HORUS, a través de la línea *Efectividad y calidad en el servicio de las instituciones operadoras de justicia-ECIOJ*, investiga estrategias, modelos y procesos de innovación sobre normalización de procesos de calidad ISO9001:2008, la norma NTCGP1000:2004 (Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública) y el MECI (Modelo Estándar de Control Interno para el estado Colombiano) para ser aplicados a la justicia. Se espera, a partir de los hallazgos, desarrollar sistemas de gestión integral que apunten a dar solución eficaz a las barreras que obstaculizan el acceso de los ciudadanos al sistema de justicia. Asimismo, mejorar la percepción que los ciudadanos refieren de complejidad, ineficacia e inequidad por parte de las instituciones operadoras de justicia en el Departamento del Tolima.

Sistemas de Gestión de la Calidad en la justicia

Los países iberoamericanos han trabajado en la estandarización de normas administrativas y

organizacionales para conseguir calidad en los procesos de justicia, a partir de identificar debilidades en los juzgados, indagar sobre la satisfacción de los usuarios, analizar la celeridad de respuestas a las solicitudes realizadas por usuarios, identificar en cómo reducir u optimizar los tiempos procesales y cómo introducir los avances tecnológicos para mayor cobertura, calidad y celeridad en los procesos judiciales, entre otros aspectos (Cumbre Judicial Iberoamericana, 2013).

Por ello, en la Cumbre judicial iberoamericana 2012-2013 se logró establecer un decálogo que contiene los principios y orientaciones para los países miembros, con respecto de la calidad en la justicia (Decálogo Iberoamericano para la Justicia, 2012):

1. Reconocer la persona usuaria como la razón de ser de la Justicia.
2. Garantizar el acceso a una Justicia de Calidad como un derecho fundamental.
3. Desarrollar una debida planificación de la calidad en la Justicia.

4. Fomentar una Justicia con enfoque Sistémico Integral.
5. Reconocer en la Justicia la importancia de su talento humano.
6. Incentivar el compromiso y el trabajo en equipo en función de la Justicia.
7. Establecer la eficacia y la eficiencia como requisitos para una Justicia confiable y de calidad.
8. Realizar la medición de resultados en la gestión de la Justicia.
9. Garantizar una Justicia transparente y con participación ciudadana.
10. Impulsar la mejora continua como fundamento en la gestión de calidad para la Justicia.

Estos factores pueden ser aplicados en políticas públicas para ser integrados en los planes de desarrollo a nivel nacional, departamental y municipal.

Experiencias significativas

Como antecedente de las experiencias colombianas, en 1989 se lleva a cabo la primera etapa del proyecto relacionado, en los juzgados de Itagüí (Antioquia), que favoreció la sistematización de los juzgados y estableció un nuevo modelo de despacho judicial, como una alternativa de solución para la justicia colombiana y permitió reducir la congestión y acumulación de procesos judiciales.

En 1995 comenzó la segunda etapa, dirigida al direccionamiento estratégico y cambios culturales hacia la excelencia administrativa. Para adelantarla, fue fundamental la conformación de equipos de trabajo integrados por jueces y empleados con el fin de incorporarle al quehacer diario de los juzgados, esquemas de atención y servicio al usuario, comunicaciones, diseño de procesos y procedimientos, formación y capacitación, estandarización y normalización, manuales de funciones, de seguimiento y evaluación, de archivo, entre otros (Arbeláez, 2013).

Con base en tal experiencia y transcurridos 25 años, se han certificado algunas sedes judiciales en el país como Envigado, Barranquilla, Bucaramanga, Buga y Bogotá.

Experiencia en el semillero de Horus

La experiencia inició con dos estudiantes de Ingeniería Industrial, en calidad de monitores académicos, para apoyar en la construcción de un estado del arte en Sistemas de Gestión de la Calidad en instituciones de justicia. Uno de ellos es Jacid Montoya, quien realizó un trabajo de grado en un escenario aplicado en el Juzgado Primero Promiscuo del Municipio de Rovira, en el que se evidencia la pertinencia de la ingeniería Industrial en el área judicial.

**Los países
iberoamericanos
han trabajado en
la estandarización
de normas
administrativas y
organizacionales
para conseguir
calidad en los
procesos de justicia.**

El proceso contó con el referente de los desarrollos realizados por la Universidad del Norte de Barranquilla, con los cuales alcanzaron la certificación en ISO 9001:200814 juzgados civiles del circuito de Barranquilla. La experiencia fue compartida con HORUS para avanzar en la construcción de un modelo de gestión de calidad en la justicia en el Departamento del Tolima.

Como primer momento del proceso, el grupo avanzó en la comprensión de costumbres, cultura y estilos de vida relacionados con el tema de justicia, en términos del análisis del entorno externo, con el fin de diseñar y aplicar un instrumento que brinde información sobre las características de los municipios del sur del Tolima, para implementar SGC. Para el efecto, fue importante detectar la percepción que tienen los usuarios en el momento de utilizar los servicios judiciales, diseñar e implementar estrategias que permitan optimizar los servicios

y minimizar la imagen negativa que los ciudadanos asumen de los operadores e instituciones de justicia en la región.

A la fecha se cuenta con un proceso de contextualización de cuatro municipios del sur del Tolima. A partir de esta contextualización, se proyecta medir y evaluar las necesidades, fortalezas, recursos financieros y humanos con que cuentan los juzgados en la zona sur. Asimismo, conocer las percepciones que los usuarios tienen de los operadores de justicia y su quehacer; las barreras y los obstáculos que se presentan en el momento de utilizar los servicios judiciales.

En lo pertinente al análisis del entorno interno, se avanzó en la comprensión de los aspectos que inciden en el desarrollo de las actividades propias del Juzgado, en las que se identifican etapas que permitan avanzar en un proceso de certificación, a saber: pre-alistamiento, alistamiento, socialización, capacitación, implementación y certificación.

Paralelo a al análisis del entorno (interno y externo) se trabajó en las fases preliminares tendientes a implementar los Sistemas de Gestión de la Calidad. Estos avances, hicieron posible que HORUS se presentara a la convocatoria de Consultoría N°AJA-RFP-2014-001 en el mes de enero de 2014, para el diseño e implementación de un sistema de gestión de la calidad que quede habilitado para la obtención de la certificación según la norma ISO 9001:2008, agregando algunos aspectos de la norma MECI, para las dependencias judiciales del circuito judicial de Chaparral- Tolima.

Se espera que los resultados de la evaluación de tal convocatoria favorezcan a HORUS y permita el desarrollo en forma sustentable de esta línea de trabajo, abierta a estudiantes y profesores que deseen vincularse.

* *Profesional del Grupo de investigación HORUS.*
heriberto.ramos@unibague.edu.co

Referencia
Arbeláez, L. (2013). Departamento de Derecho Internacional Organización de los Estados Americanos, Washington D.C.



En abril

El Centro de Educación Permanente
te ofrece

Seminarios

Macros en Excel para sistematizar
tareas empresariales

Herramientas para la promoción del
desarrollo integral y el restablecimiento
de derechos en la primera infancia

Etiqueta y protocolo corporativo

Estrategias de mercadeo
para restaurantes

Valor del dinero en el tiempo

Contratación pública y privada

Entrenamiento en habilidades
para la vida y el trabajo

Curso

Lectura en inglés para
empresarios

Taller

☎ 270 9444

Carrera 22 Calle 67
Barrio Ambalá



Especialízate
en convenio con
la Universidad de La Sabana



Universidad de
La Sabana

Especialización en
Código SNIES 102687

Derecho Empresarial y
de los Negocios

Especialización en
Código SNIES 101708

Gerencia Educativa

www.unisabana.edu.co
www.unibague.edu.co

☎ Teléfono: 57 (8) 270 9400
Unibagué, Centro de Educación Permanente
cep@unibague.edu.co

LOGRAMOS CONECTAR SU MARCA
EN LA MENTE Y EN EL CORAZÓN
DE SUS CLIENTES



Tenemos a su disposición mas de 2000 productos promocionales
con la mas alta calidad y variedad para el cubrimiento de todo su Target.

Calle 131 A No. 57-41 Of.301 Bogotá- Colombia
Cels: 317 6438252 - 311 2976043 - 3154100876
alcepublicidad@gmail.com
www.alcepublicidad.com


alce
PUBLICIDAD S.A.S

Su imagen esta en las mejores manos!



Somos un periódico de todos y para todos los tolimenses

inspirados en el deseo de ser el vocero de los intereses de Ibagué y el Tolima, sin más anhelos que contribuir desde el valor de la palabra y la verdad al bienestar y progreso de la región, con la intención permanente de encontrar y resaltar aquello que nos une e identifica en nuestras raíces, aquello que nos hace tolimenses.

¡Suscríbase ya!

POR SOLO:

TRES MESES: \$ 74.000

SEIS MESES: \$ 120.000

UN AÑO: \$ 190.000

* Valores sujetos al primer día del mes

* Recíballo de domingo a domingo

¡LLAME YA!

2770050 Ext: 103-140

Cel: 321 3820124

 elnuevodia.com.co

