

Aprendizaje y experiencia de los ganadores de la Beca Green Entrepreneurship School

Jeisson Oswaldo Sichacá Juanias

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá D.C

[jsichaca@unbosque.edu.co](mailto:jsichaca@unbosque.edu.co)

María José Díaz Beltrán

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá D.C

[mjdiaz@unbosque.edu.co](mailto:mjdiaz@unbosque.edu.co)

Director

Pedro Nel Valbuena Hernández

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3995-8403>

Septiembre de 2020

**Tabla de Contenido:**

Resumen.....	4
Introducción.....	5
Revisión de literatura.....	7
Método.....	8
Descripción de la experiencia.....	9
Preparación al Seminario Green Entrepreneurship .....	9
Primer día del seminario.....	10
Tabla 1. Agenda día 1.....	10
Tabla 2. Tipos de Emprendimientos.....	12
Tabla 3. Generación y desarrollo de la idea .....	13
Tabla 4. Canvas ambiental .....	14
Segundo día del seminario.....	15
Tabla 5. Agenda día 2.....	15
Tabla 6. Identificación del mercado .....	16
Tercer día del seminario .....	20
Figura 1. Habilidades de emprendimientos .....	21
Conclusiones.....	24

Recomendaciones .....25

Referencias .....26

**Resumen y abstract:**

Participación en el UR International Summer School - Seminario Green Entrepreneurship por el Centro de Emprendimiento y la Cancillería de la Universidad del Rosario en compañía del Instituto Tecnológico de Monterrey. Ejecutado en la ciudad de Bogotá en el mes de junio del año 2020 de manera virtual debido a la crisis sanitaria Covid-19. El equipo de expositores del seminario fue conformado por docentes de la Universidad el Rosario de Bogotá, docentes del Instituto Tecnológico de Monterrey de México, miembros de la agencia de emprendimiento del gobierno nacional INNpulsar, casos de éxito de emprendimiento sostenible y organizaciones que apoyan el emprendimiento sostenible. Los asistentes al summer school fueron miembros de diferentes carreras y universidades de Colombia con el objetivo de desarrollar ideas y proyectos de emprendimiento sostenible descubriendo, y fortaleciendo conceptos gracias a la participación activa e interactiva de los participantes y el desarrollo de actividades con base a las temáticas expuestas.

Con el objetivo de encontrar posibles soluciones a grandes desafíos y problemáticas en diferentes regiones de Colombia, se lleva a cabo el Seminario Green Entrepreneurship, sustentado en la multidisciplinariedad y la cultura emprendedora en Colombia. Se busca desde un punto de vista profesional, guiar en la generación de modelos de negocio sostenibles y de economía circular, encaminados al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible con el fin de generar valor social e impacto en temas de seguridad alimentaria, salud, energías renovables, agua, pobreza, igualdad de género y cambio climático.

**Palabras claves:** Emprendimiento sostenible; desarrollo sostenible; habilidades, ideas de negocio.

**Keywords:** Sustainable entrepreneurship; sustainable development; skills; business ideas.

## **Introducción**

El emprendimiento sostenible es la base tradicional de la planeación y el progreso en el desarrollo económico, social y ambiental del país en el siglo XXI (Duran, 2019), el cual busca elaborar soluciones a los problemas actuales que enfrenta la comunidad, principalmente orientado a la sostenibilidad, con el objetivo de reducir el impacto y el deterioro ambiental, así mismo incrementa la generación de empleo, de ingresos, de valor individual y colectivo.

Este artículo es una breve introducción a la importancia de los negocios sostenibles enfocándose en los aspectos ambientales, sociales, y económicos. Siendo indispensables en la innovación y en la generación de valor, los negocios sostenibles son necesarios para la creación de nuevas oportunidades, mercados y crear un equilibrio con el uso de los recursos que nos brinda la naturaleza.

La experiencia en el Seminario Green Entrepreneurship como estudiante de Negocios Internacionales y Administración de Empresas de la Universidad el Bosque y miembros del Semillero de Emprendimiento en el cual se ha trabajado con un enfoque biopsicosocial, cultural y de compromiso con el desarrollo integral del país, permitió desarrollar y profundizar las competencias emprendedoras, innovación constante, de sinergia intersectorial, con las habilidades cooperativas, comunicativas, propositivas y de toma de decisiones, en pro del progreso económico y social que se han inculcado y desarrollado durante el transcurso de la carrera profesional.

Con la capacidad de entender un escenario global y al ser un grupo multidisciplinario conformado por diversos estudiantes de múltiples carreras y distintas universidades del país, el seminario proporcionó fortalecer las redes de contacto al conocer diferentes proyectos de emprendimiento sostenibles en varias regiones del país y de modo desde un contexto local y con un intercambio constante de ideas multiregionales, fue posible percibir ideas de

emprendimiento sostenible durante el periodo coyuntural y crítico de la emergencia sanitaria del Covid- 19.

Al obtener esta experiencia en el emprendimiento desde el semillero de Emprendimiento de la Universidad el Bosque, se seleccionó la Beca en el Seminario Green Entrepreneurship como opción de grado mostrando el agradecimiento por la oportunidad y con el objetivo de compartir nuestro aprendizaje y experiencia durante el proceso que se interrelacionan con lo aprendido durante la carrera y aún más con el Semillero de Emprendimiento.

Durante el desarrollo del artículo se compartirá lo visto durante el seminario, los objetivos de aprendizaje, como fue el proceso, división de los temas y la relación con el programa de Negocios Internacionales y Administración de empresas de la Universidad el Bosque.

En proporción con el exitoso progreso llevado a cabo durante el Seminario Green Entrepreneurship es de vital importancia recalcar los aspectos más importantes aprendidos en el transcurso de la carrera de Negocios Internacionales y Administración de Empresas, sobresaliendo los temas de derecho económico, emprendimiento, finanzas, empresa, e-commerce, negocios, investigación y marketing. Herramientas las cuales son fundamentales para el proceso de la beca, pero sobre todo destacando el segmento social y el cuidado ambiental que ha sido inculcado con éxito durante la carrera en la Universidad el Bosque.

El seminario Green Entrepreneurship fue una excelente oportunidad para crear redes de contacto, estructurar posibles ideas de emprendimiento sostenible, descubrir posibles opciones para el desarrollo, financiamiento de ideas y consolidación de conceptos con el objetivo de lograr materializar las ideas de emprendimiento. Estas habilidades son fundamentales para el desarrollo profesional en negocios internacionales y administración de empresas.

## **Revisión de literatura**

Según estudios el emprendimiento es un componente fundamental en el desarrollo de una región y el desarrollo regional estimula positivamente la acción de los emprendimientos, siendo una relación endógena y positiva (Duran, 2019). Adicionalmente, las tasas econométricas muestran que el emprendimiento favorece el grado de urbanización, de escolaridad, el desempleo y las características culturales. Sin embargo, el emprendimiento debe ser responsable y no solo impactar positivamente las tasas econométricas. El emprendimiento debe ser sostenible e imprimir una huella positiva en el ambiente y en la sociedad de forma ética (Grupo Bancolombia, 2016).

Por otra parte, el apoyo que se le da a los emprendedores para llevar a cabo sus ideas, ayuda a generar valor social y económico de un emprendimiento a una población. Debido a que entre las personas jóvenes y profesionales en donde se encuentran la mayoría de los emprendedores cada vez existe una conciencia más fuerte por el cuidado al medio ambiente, convirtiendo esta conciencia ambiental en oportunidades de empresa. (Arroyave, 2019). Adicionalmente la mayoría de los emprendimientos son constituidos por profesionales que tienen el conocimiento para estructurar costos, evaluar proveedores, clientes, aliados, competencia y evaluar financieramente los proyectos para tomar decisiones y reducir la posibilidad de fracaso (Salazar, 2017). Esto también está relacionado con los estudios de cultura emprendedora (Pérez, Torralba y Cruz de los Ángeles, 2019).

Asimismo la sostenibilidad apoyada en la economía circular de forma ética para transformar el sistema de producción y consumo de forma responsable, igualmente la disposición de recursos se ha convertido en una oportunidad de negocio, cambiando la forma de pensar de que las empresas van más allá de la creación de bienes y servicios. (Belda, 2018). Todo esto con el fin de mejorar la relación con la naturaleza y evitar las crisis ambientales en referencia a cuestiones culturales, científicas y socioeconómicas que se han desarrollado

desde el principio de la civilización con la sobreexplotación de recursos que compromete a las futuras generaciones. (Orjuela, 2005). Esta problemática ambiental fue plasmada en “The Turning Point” para un entendimiento más gráfico. (Cutts, 2020) el cual busca llegar a una mayor parte de la población.

Por último el emprendimiento en comunidades vulnerables es de vital importancia para transformar las condiciones de vida de la comunidad, sin embargo debe estar apoyada en el conocimiento para reducir el riesgo del fracaso que causa mayor pobreza y menos oportunidades económicas y sociales en las regiones. (Serrano, 2019).

En el contexto del emprendimiento universitario se destaca el trabajo de Valbuena y Borda (2017), que identifica tipologías y características del emprendimiento de estudiantes, resaltando elementos clave como la experiencia, la empresa familiar y la aversión a emprender proyectos con alto riesgo.

## **Método**

El seminario tenía la finalidad de la creación, desarrollo y cumplimiento de ideas de emprendimiento sostenible. Al ser parte del semillero de Emprendimiento de la Universidad el Bosque se tenían ideas base, establecidas y enfocadas en el desarrollo de comunidades sostenibles ambientalmente, igualdad de género, innovación de infraestructura, reducción de la desigualdad, trabajo digno, desarrollo social y económico. Lo visto durante el curso permitió estructurar sobresalientemente las ideas preconcebidas por medio de la estructuración de la agenda del seminario.

Para la construcción y desarrollo de este documento inicialmente se reflexiona sobre los aspectos en común con la carrera universitaria y el beneficio para mejorar las habilidades profesionales y personales. Complementando el conocimiento adquirido e interpretando críticamente los conceptos dados durante el seminario.



En un trabajo conjunto para planificar y redactar la transmisión de la experiencia, se plantea una reconstrucción global del proceso por medio de la documentación entregada por parte de los organizadores del seminario, recolectando todos los archivos, actividades y apuntes tomados durante el proceso y destacando los principales conceptos.

Posteriormente, se ordena y se clasifica la información cronológicamente para sintetizar los aspectos más importantes durante cada día del seminario con el objetivo de plasmar en el documento lo sucedido en el proceso en relación a los participantes y expositores con el fin de generar conclusiones según el aprendizaje obtenido durante el Green Entrepreneurship. En los estudios emergentes de los negocios internacionales, también se destacan los de emprendimiento (Valbuena y Montenegro, 2018).

## **Descripción de la experiencia**

### **Preparación al Seminario Green Entrepreneurship**

Un día antes de empezar el seminario fue enviado el artículo “¿Qué hace a un negocio sostenible y por qué son importantes?” (Grupo Bancolombia, 2016). En el cual se resalta la importancia de la inversión en proyectos sostenibles que contribuyen a la reducción del impacto medioambiental e implementando energías sostenibles al igual que el incremento en el presupuesto de las grandes empresas en transformar sus procesos de manera sostenible.

De forma similar adquirir extender la generación de riqueza y progreso del capital humano, con el objetivo de implantar soluciones efectivas de valor para las problemáticas que afronta la sociedad con gran impacto ambiental, social y económico.

Sin embargo, en el Semillero de Emprendimiento y durante el curso se destacan la necesidad de generar un impacto positivo, siendo vital la identificación de los impactos directos e indirectos de las acciones realizadas por los emprendimientos sostenibles y de igual forma prevenir, mitigar, corregir o compensar la huella que se deja en el desarrollo de los procesos.

## Primer día del Seminario

Tabla 1. *Agenda día 1*

<b>Descubre potencial emprendedor</b>	El arte emprender	Sensibilización para el desarrollo de habilidades emprendedoras. Por medio del arte se busca conectar al emprendedor para ser sensible al mundo, pensar fuera de la caja, el éxito de trabajar con los demás entre otras cosas.
	Contextos y desafíos	Conceptos generales (Emprendimiento, Emprendimiento Verde; Metodologías para Emprender, Economía Sostenible)
		Contexto actual y tendencias del emprendimiento verde.
		Oportunidades y necesidades para emprender en modelos de negocio 3D.
	Visión del proyecto	Generación de ideas verdes.
		Proyección de la idea emprendedora.
		Objetivos e intereses del emprendedor.
		Impacto en la solución de los desafíos sociales y ambientales.
	Identificación de actores	Mapa de actores.
		Relaciones entre actores.
		Identificación de posibles aliados para el desarrollo del emprendimiento verde.
	Green Canvas	Green Business Canvas
		Identificación preliminar del catálogo de productos y servicios, segmentos, stakeholders, viabilidad, ecosistema.

*Fuente: Universidad el Rosario, 2020*

El primer día de la agenda tuvo lugar el día lunes 1 de junio de 8 am a 3 pm, presentado por Sandra Liliana Amaya Pulido, Coordinadora de Dinamismo Empresarial y Secretaria Académica de pregrado de la Universidad el Rosario de Bogotá.

En tanto el desarrollo del primer día se hizo énfasis en las habilidades del emprendedor como la creatividad, innovación, toma de riesgos, planeación y el manejo de proyectos para lograr los objetivos propuestos.

La primera actividad fue ¿Para qué soy buena/o? Con base a esto expusieron las habilidades que caracterizan a los emprendedores, la actividad que consistían en que los participantes seleccionaran las habilidades con las cuales se identifiquen:

1. Pensar fuera de la caja
2. Innovar en lo simple
3. Aprender a reinventarse
4. Aprender del pasado para crear el futuro
5. Entregarse sin límites
6. Perseverar para crecer
7. Arriesgar para ganar
8. El poder del logro
9. Abrirse al mundo
10. El éxito de trabajar con los demás
11. Vivir para sentir

Posteriormente crear un formulario en Google Forms con la pregunta “¿Cuál es la habilidad o característica que más me caracteriza como emprendedor/ra?” preguntando a mínimo 10 amigos y familiares de cada participante, cuales en su opinión destacan en cada uno y al final extraer los resultados finales, agregarlo y compartirlo como evidencia en Google Jamboard con los organizadores del seminario.

Durante el Seminario Green Entrepreneurship se enfatizó en la optimización y cuidado de los recursos naturales, consumo responsable, acción por el cambio climático y el cuidado de las especies de forma ética y brindando un beneficio a la sociedad. Con el fin de sensibilizar y plasmar este concepto de manera más gráfica se expone el video “The turning point” (Cutts, 2020) con el fin de crear conciencia social y medioambiental.

Para plasmar los conceptos de carácter más entendible se presenta el siguiente cuadro con los tipos de concepto de emprendimiento, su finalidad y objetivo. Ocasionando un triple-bottom line: ambiental, social y económico (Arroyave, 2019).

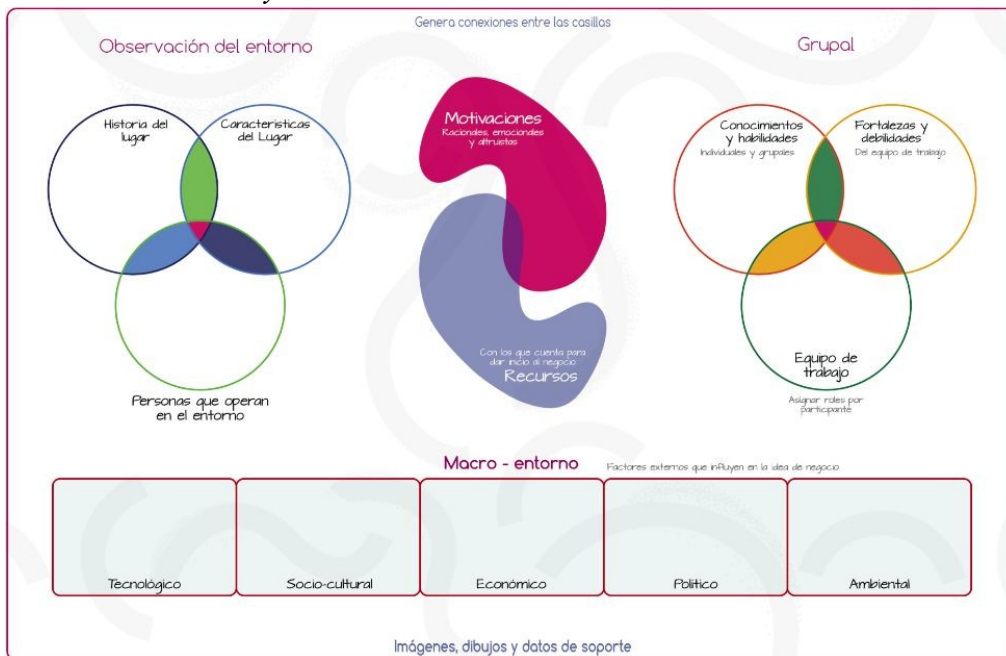
Tabla 2 *Tipos de Emprendimientos*

CONCEPTOS	¿DE QUÉ SE TRATA?	PRINCIPAL MOTIVACIÓN
Ecoemprendimiento	Atender los desafíos ambientales y crear valor económico.	Ventaja comparativa en bienes y servicios ambientalmente superiores.
Emprendimiento social	Crear valor para la sociedad resolviendo problemas sociales.	Objetivos económicos (mediante soluciones a los asuntos sociales y la creación de valor como un fin).
Economía sostenible/circular	Reparar, reciclar, reutilizar y refabricar.	Cerrar el ciclo de vida de los productos, los servicios, los residuos y los materiales, el agua y la energía. No lineal.
Emprendimiento sostenible	Valor social y ambiental a través de la generación de ganancias económicas del negocio.	Ecológico, económico y valor social (como fin); ganancias económicas (como medio y fin.).

Fuente: Universidad el Rosario, 2020

Al aclarar los términos se realizó una actividad con el objetivo de desarrollar una idea sostenible, identificando oportunidades, necesidades, buscando fallas en el mercado, tendencias de consumo sostenible, disponibilidad de recursos y la opción de inversión sostenible. Seguidamente se definió la idea de negocio en respuesta a una necesidad específica identificada por medio de una investigación u observación de un entorno. Por otra parte, se especifica que debe tener la idea de negocio. Principalmente suplir una necesidad a un público específico, que el nicho potencial a quién está dirigido sea un número significativo al igual que ofrecerles un valor real y diferencial. Para poner en práctica, se facilitó la siguiente plantilla:

Tabla 3 *Generación y desarrollo de la idea*



Fuente: *Universidad el Rosario, 2020*

En el cual, la fase inicial se puede consolidar la información de la expectativa del entorno, la motivación por la cual nace la idea y los recursos necesarios para llevarla a cabo.

Adicionalmente analizar los factores externos que influyen en la idea (macroentorno), el cual “determina en gran medida las posibilidades de funcionamiento y desarrollo de la empresa” (Salazar, 2017); en tanto este tramo del seminario hubo un gran desenvolvimiento, gracias a

que este tema se ha desarrollado profundamente durante toda la carrera. Sin embargo, para llevar a cabo exitosamente una idea es necesario estar rodeado de un equipo de trabajo adecuado, sinérgico y competente para poder observar y analizar con eficiencia las tareas. Teniendo en cuenta las habilidades y conocimientos individuales y grupales, las fortalezas y debilidades del equipo de trabajo y por quienes están compuestos.

Al tener ideas preconcebidas y estructuradas en el semillero de emprendimiento de la Universidad el Bosque, en las cuales se han trabajado durante varios semestres, este proceso fue retroalimentativo y verificativo de las ideas, lo cual facilitó el fácil flujo de trabajo. Adicionalmente durante la primera sesión del seminario Green Entrepreneurship se hizo hincapié en la elaboración del modelo Canvas. Cabe resaltar que para participar en el concurso de la Beca en el Green Entrepreneurship fue necesario elaborar un modelo Canvas basado en los proyectos desarrollados en el Semillero de emprendimiento, gracias a este espacio ya se conocía y se manejaba bien esta herramienta.

Tabla 4 *Canvas Ambiental*

## CANVAS AMBIENTAL



Fuente: *Universidad el Rosario, 2020*

El green canvas aborda ideas, negocios que resuelvan problemas ambientales, teniendo en importe los pros y los contras que genera un producto o un servicio, dicho canvas a diferencia del tradicional gira entorno a la economía circular, asignándole importancia a los desechos y que este logre llegar a 0%. Para aplicar el canvas ambiental, primero debe existir un problema, de ahí nace la idea de cómo proveer posibles soluciones ocasionando el triple impacto. Para desenvolver la idea se deben tener en cuenta las siguientes cuestiones ¿para qué va a servir la idea?, ¿cómo se puede usar?,, ¿cómo hacer para que llegue a los clientes?, ¿Qué pasa con los desechos que genera? ¿Qué aporte ambiental se realiza? ¿Qué se necesita para producirla o hacerla realidad?, y finalmente ¿Qué impactos está generando?.

### Segundo día del Seminario

Al iniciar la segunda jornada, el expositor encargado Carlos Dotor Cacho, licenciado en Mercadotecnia y Master en Administración, Docente y Director de incubadora de empresas y emprendimiento en el Instituto Tecnológico de Monterrey, estableció el siguiente itinerario:

Tabla 5 *Agenda día 2*

<b>Materializa tu idea</b>	Identifica el segmento usuario	Customer Development.
		Identificación de insights del mercado.
		Caracterización de early adopters.
		Segmentación de mercado.
	Ciclo de vida de producto Prototipado ágil	Eco-design.
		Propuesta de Valor.
		Valor social y ambiental para la innovación.
		Prototipado ágil.
Métricas de testeo	Validación de hipótesis.	

		Pivotes.
		Escalamiento.
	Estructura de costos precios.	Modelo de Ingresos.
		Pricing.
		Modelo de costos.
		Costos fijos y variables.
		Directos e Indirectos.
		Costos de oportunidad

*Fuente: Universidad el Rosario, 2020*

Siendo inicialmente este tramo un factor motivacional expuesto de manera muy práctica, el éxito empresarial no se debe medir únicamente por la rentabilidad económica, sino por el bienestar que marca a la sociedad y al medio ambiente. Invita a tomar conciencia en la Ética empresarial y la importancia de que el emprendedor valore el impacto que tienen las acciones, decisiones, recursos y contextos utilizados para alcanzar los objetivos en las iniciativas emprendedoras con el fin de crear valor económico, humano y social.

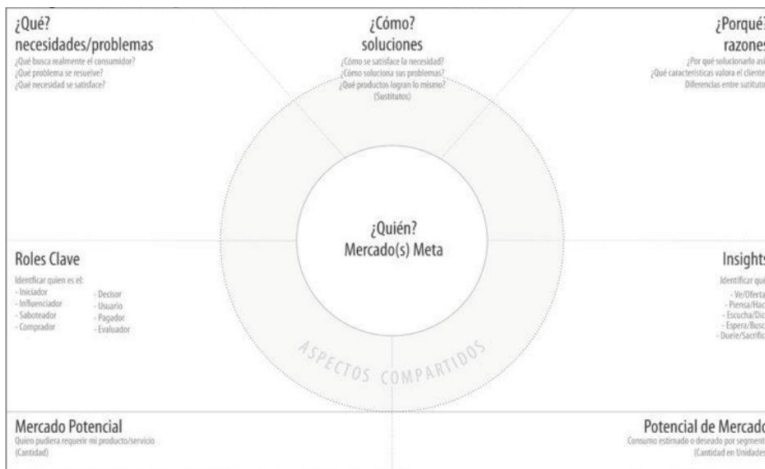
Durante la exposición del Profesor Carlos Cacho, resalta y se presenta la siguiente frase de Albert Einstein “No podemos resolver un problema con la misma forma de pensar que con la que lo creamos”, la cual invita a la innovación para cambiar la vida cotidiana y transformar el mundo en cual se vive. De igual manera señala la importancia de los emprendedores sociales, con la premisa de que no únicamente se debe brindar un producto o una herramienta para mejorar la vida en su entorno, sino que debe revolucionar la industria en la cual se desarrolla para lograr crear verdadero valor y bienestar. El primer concepto que plantea es que siempre hay que definir a qué tipo de personas quieren conquistar, no es necesario ser creativo en la idea porque lo importante es llegar a un mercado que sea sostenible, cumpliendo con la accesibilidad, capacidad de respuesta y sustancialidad con la idea de negocio planteada.



Adicionalmente se destaca un punto bastante importante a la hora de emprender el cual es que no se debe buscar llegar a las personas que pueden necesitar el producto sino llegar a que el mercado valore el producto para pagar por él. Definitivamente para esto se plantea la necesidad perfilar a las personas desde un punto de vista físico demográfico o geográfico y emocional como psicográfico y comportamental. Adicional a esto identificar al segmento al que se desea llegar, bien sea productores, revendedores, gubernamentales o instituciones. Más tarde de identificar la ubicación del mercado, las características del mercado y el proceso de compra se debe buscar influir en la decisión de compra al conocer a los clientes, sin embargo, plantea el concepto que hay cosas que se saben, cosas que se sabe que no se saben y cosas que no se saben que no se saben. Para aclarar el planteamiento en el mercado, hay cosas que se saben por experiencia y estudios, hay factores que se conoce que están presentes en el mercado pero que se desconocen a profundidad y se debe buscar aclararlo por medio de la experiencia y por último factores que se desconocen y que con la experiencia en el mercado se denotan que eran ignorados y que puede que no se tenga conocimiento sobre estos factores.

Para facilitar el entendimiento de los conceptos anteriores facilita la siguiente matriz, con el ejercicio de buscar la cantidad de personas con las características definidas y que tengan la posibilidad de comprar, que vivan en el entorno de la idea de emprendimiento de cada participante y que se sabe de las personas perfiladas y que no.

*Tabla 6 Identificación del Mercado*



Fuente: Universidad el Rosario, 2020

Finalmente se plantea el concepto que toda idea nace de una corazonada como un impulso espontáneo basado en algún estímulo sensorial, evoluciona en una idea con una imagen o representación, así mismo se transforma en un concepto luego de determinar examinar las circunstancias circundantes y se resuelve en una oportunidad de negocio con conveniencia de lugar y tiempo; sin dejar a un lado la posibilidad al fracaso, para esto se desarrolla el modelo *lean startup* para validar un producto (Llamas y Fernández, 2018).

Por otra parte, es esencial definir el nivel de producto y servicio, si es un producto fundamental que resuelve un problema con un beneficio principal, sin embargo también está la opción del producto real teniendo unas características, diseño, calidad, una marca y principalmente se debe resaltar la accesibilidad al producto y por último están los productos aumentados que tienen servicios y beneficios adicionales al demostrar el concepto anterior se evidencia la necesidad de determinar la vida útil del producto en relación al tiempo en el mercado, con el fin de determinar la viabilidad y sostenibilidad del producto.

Recalca los diferentes momentos en el ciclo de vida de los productos, desde la fase de introducción con los *early adopters*, el crecimiento del mercado, la madurez del producto y la declinación. Según este concepto califica el tipo de producto que se quiere introducir en el

mercado, bien sea innovador como algo nunca antes visto y sin precedentes que revoluciona una industria, que sea de reemplazo en un mercado que ya existe con el objetivo de mejorar el producto y por último un producto imitador que simplemente ya se encuentra disponible y solo se busca diversificar el mercado. Sin embargo, se recalca que el objetivo de hacer crecer la curva en ambos ejes.

Todo lo mencionado anteriormente debe comprobar que el producto tiene una demanda adecuada, que es financieramente viable, que es compatible con las normas de la región donde se va a desarrollar, que es compatible con la estructura del marketing y con los objetivos planteados. Sin embargo, esta explicación está respaldada con el cuidado y la prevención de que es necesario tener cuidado en no desperdiciar recursos en un producto equivocado, bien sea porque simplemente ofrece una diferencia insignificante o no satisface las necesidades del mercado, por otra parte se desperdician recursos cuando se toman decisiones sin investigación, por falta de sincronización entre las partes, por falta de calidad o no es atractivo.

Para intentar cometer el mínimo de errores posibles explicó un nuevo concepto que no se había desarrollado durante la carrera, la necesidad del prototyping, que no es más que validar el interés del mercado en una idea, simulando el corazón del proyecto y la experiencia con la mínima inversión de tiempo y dinero, incluso puede no ser funcional. Al contrario de un prototipo donde se busca que sea funcional y real el prototipo simplemente es una forma de mostrar un concepto sin necesidad de brindar la realidad del proyecto. Se ponía de ejemplo el desarrollo de la primera *tablet*, en donde el diseñador simulaba usar una que simplemente era un prototipo en madera no funcional y validaba la idea cuando las personas preguntaban, había que encontrar lo correcto antes de construir lo correcto. Durante el proceso de validación se debe ser sensato y sincero que sí mismo, durante la exposición se plantea que no se debe tener miedo a matar una idea, muchos de los casos de fracaso son a causa del apego hacia las ideas incluso cuando no funcionan. El principal objetivo de una *start up* no es escalar sino aprender, muchos de los problemas de las empresas no son causados por lo que se ignora, muchas veces son a causa del exceso de confianza en algo que se cree saber. En seguida de la explicación de la creación y características de los productos, lo más importante es definir cómo

crear valor, no se vende en tienda lo mismo que se hace en fábrica, se debe ofrecer un grado de utilidad para satisfacer necesidades, proporcionar bienestar o deleite y hace que la relación entre los beneficios y sacrificios por parte del cliente por obtener el producto sea mínima.

Al final de la tarde la exposición termina con la consigna que, si una actividad o proceso que absorbe recursos y no genera valor, simplemente es un despilfarro. Esta fue una exposición muy motivacional, debido a que invita a apasionarse sin cegarse o sesgar. Fue una charla bastante interactiva y aplicada a las ideas de emprendimiento de cada participante y que llama a la acción para conseguir llevar a cabo las ideas de negocio.

Terminando con una frase motivacional para todos los asistentes: ¡¡HAZ QUE SUCEDA!!

### **Tercer día del Seminario**

Finalmente llega el tercer día, el cual exponen diferentes personas naturales y jurídicas, las mismas que han desarrollado temas de emprendimiento, innovación, desarrollo sostenible iniciando con el presidente de INNpulsia, Ignacio Gaitán Villegas exhibiendo la innovación y habilidades del Siglo XXI.

Enfocándose en la vanguardia tecnológica que ha desarrollado el mundo y en el momento en el cual se encuentra con la revolución del 4G, siendo este del día a día de millones de personas. La innovación es el resultado de la investigación en conjunción con el desarrollo en el cual se debe dar importancia a las habilidades transversales en las personas ya que este es el medio de comunicación entre diferentes individuos y los puede llevar al éxito, siendo la perseverancia, empatía, inteligencia emocional, solidaridad, razonamiento crítico, autorregulación adaptabilidad, comunicación, compasión, digitales y resiliencia. Siendo estas habilidades para la vida.

Explico 4 pasos fundamentales para innovar y recalcando que siempre prevalecerá la humildad



*Figura 1. Habilidades de emprendimientos  
Creación propia, 2020*

El fin del emprendimiento sostenible es lograr el desarrollo sostenible, mediante el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades y la creación de valor que provoca la prosperidad económica, la cohesión social y la protección del medio ambiente (Moreno D.C 2016). Para lograr este emprendimiento sostenible se debe adoptar una mentalidad emprendedora, flexibilidad a la hora de tomar decisiones, un propósito definido, confianza, autodisciplina, liderazgo, trabajo en equipo, relacionamiento, difusión (dar a conocer la idea) y exposición de esta.

La Economía Circular es un método de utilización de recursos cuyo pilar es el uso de cuatro “R”: reducir, reutilizar, reparar y reciclar. Es un modelo que “representa el ciclo biológico de la naturaleza optimizando los recursos y disminuyendo los residuos” (Belda, 2018). con el objetivo de mitigar el impacto ambiental. Permitiendo la creación de nuevos modelos de negocios como lo son: el uso colectivo de plataformas, aprovechamiento óptimo de los recursos (empaques), slow fashion...

“Para que un negocio de resultados, independientemente de cuales sean el resultado final al que se quiere llegar como puede ser, económico, reducir impacto, alcanzar ventas al

200%; este debe constar de tiempo, entusiasmo, determinación, compromiso, trabajo en equipo”. De este modo, el señor Juan David Builes, dio introducción a su historia, un emprendedor el cual manifestó su historia tras la experiencia de varios intentos fallidos. Cada día el mundo va girando hacia el tema ecológico, puesto que en el siglo XXI se han venido manifestado varios acontecimientos naturales que han afectado al desarrollo natural tanto de animales como de humanos, cada día preocupa más la huella ecológica que los humanos están dejando anualmente, analizando el consumo excede la capacidad de recursos naturales y se manifiesta en el continuo agotamiento del capital natural, disminución de biodiversidad, aire/agua/suelos contaminados, deforestación, cambio climático, etc.. (Orjuela, 2005).

Siendo así, los productos orgánicos a través de los años generan más importancia en los humanos, exigiendo poco a poco a las industrias más contaminantes cambios en su producción, como lo son la petrolera, textil, alimentaria, automotriz, agricultura, construcción entre otras.

Al finalizar la beca quedaron varias conclusiones en la mente, las cuales están encaminadas al emprendimiento sostenible, es preferible la opción de la preservación del planeta tierra y el desarrollo como especie humana, se debe instaurar un equilibrio entre lo que puede ofrecer la naturaleza vs el consumo y los desechos de los humanos. Esto solo se podrá conseguir cuando el humano desde su educación básica entienda los problemas que existen y sea consciente de que existen tácticas las cuales puede utilizar para ayudar a mitigar el daño al medio ambiente.

Esta experiencia principalmente tenía como objetivo abrir la mente de sus participantes, mostrarles que oportunidades hay, como se pueden ir desarrollando, y un recurso muy importante, de dónde se puede adquirir el dinero para poder iniciar un gran negocio verde. Siendo esta una atractiva opción para la facultad de ciencias económicas y administrativas, implantar estos modelos, conceptos, tendencias en los estudiantes; prepararlos para gozar una mejor calidad de vida y tener visión cómo puede aportar triplemente: ambiental, económico y social.

Adicionalmente en conclusión se resalta el emprendimiento como un pilar en la economía y la sociedad. Por esta razón hay que destacar la importancia del emprendimiento sostenible para lograr un desarrollo social y cultural desde la raíz. Todas las grandes empresas alguna vez fueron pequeños emprendimientos, de ahí nace la importancia de apoyar a los pequeños empresarios actuales.

Por otra parte se puede concluir que es vital la creación de redes de trabajo y este seminario fue una oportunidad para conocer otros emprendedores en un ambiente creativo, innovador y social. Más aún la importancia de una agenda encaminada al fortalecimiento, desarrollo, motivación y conocimiento para el financiamiento de una idea. Este seminario fue una gran experiencia emprendedora, motivada y académica para destacar la necesidad de profundizar en el emprendimiento, para ayudar al desarrollo ambiental, social y económico de Colombia.

### **Conclusiones**

Una limitación para experiencia fue a causa de la coyuntura de la pandemia de Covid 19, para el desarrollo de la experiencia durante los 3 días que se llevó a cabo, fue necesario emplear las herramientas digitales como canal de comunicación entre los expositores y estudiantes, a razón de que no fue posible realizarlo presencialmente; sin embargo, el desenvolvimiento de la actividad fue exitoso gracias a las herramientas tecnológicas disponibles actualmente, las cuales son esenciales para la comunicación óptima en esta época de pandemia.

El concepto de sostenibilidad no es un concepto infante, se ha venido trabajando desde el siglo XX, mediante pactos mundiales, los cuales consisten en compromisos ambientales para mitigar crisis ambientales en el futuro (Nación, 2018). Por lo mismo, es hora de difundir esta información para que su aporte no sea en individuo sino en masa. El planeta tierra necesita un cambio urgente, los humanos son el medio por el cual se puede generar el cambio, como universidad es fundamental inculcar los conceptos mencionados anteriormente a la comunidad estudiantil, para germinar a futuros profesionales en pro del ambiente creando un equilibrio entre las necesidades humanas y los recursos accesibles.

Por otra parte, el emprendimiento debe ser responsable y ético para tener un impacto positivo en las comunidades y en el desarrollo de diferentes aspectos econométricos, culturales y

ambientales. Adicionalmente el emprendimiento de tener bases estructuradas para reducir la posibilidad de fracaso que por el contrario puede afectar negativamente a una comunidad.

En conclusión se resalta el emprendimiento como un pilar en la economía y la sociedad. Por esta razón se debe destacar la importancia del emprendimiento sostenible y la economía circular, para lograr un desarrollo social y un cambio cultural desde la raíz. Todas las grandes empresas alguna vez fueron pequeños emprendimientos, de ahí nace la importancia de apoyar a los pequeños empresarios actuales.

Como parte de la formación en Negocios Internacionales y Administración de Empresas, este seminario es una gran oportunidad para incrementar el conocimiento en emprendimiento sostenible, un área en la cual la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas hace un gran énfasis para el desarrollo y la sostenibilidad de las regiones. Por otra parte, estas experiencias en general ayudan al estudiante a definir un perfil para el desarrollo profesional, según sus aptitudes y habilidades. Adicionalmente ayudan a desarrollar el trabajo multidisciplinario y entre diferentes instituciones, al tiempo que se genera adaptabilidad y estructuración académica.

Siendo parte de la comunidad académica de la Universidad el Bosque, en conclusión, este seminario se desarrolló en un entorno de sostenibilidad y responsabilidad empresarial, ambiental y social. Acorde a las características que resaltan los valores de la Universidad el Bosque formando profesionales integrales y comprometidos con la comunidad. Demostrando que la Institución está comprometida y a la vanguardia con el cuidado y la preservación del medio ambiente.



**Recomendaciones.**

Por último, como estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, en busca del fortalecimiento y mejora constante del programa de Negocios Internacionales y Administración de Empresas, y desde la experiencia del seminario Green Entrepreneurship, se hace la recomendación de introducir y profundizar durante la carrera el tema de Recursos Humanos durante el desarrollo de la malla curricular con el fin de ser profesionales más completos y con más habilidades para la vida laboral. Al tener gran interés en el emprendimiento, como negociadores internacionales y administradores de empresas es importante tener conocimiento en selección, capacitación, compensación y gestión de talento humano.

## Referencias

- Arroyave-Puerta, A. M.; & Marulanda-Valencia, F. A. (2019). *Ecoemprendimiento, sostenibilidad y generación de valor*. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (87), 155-172. doi: Recuperado de <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2411>
- Belda Hériz, I. (2018). *Economía circular: un nuevo modelo de producción y consumo sostenible*. Madrid: Editorial Tébar Flores. Recuperado de <https://elibro-net.ezproxy.unbosque.edu.co/es/ereader/unbosque/51998?page=10>
- Cutts, S. [Steve Cutts]. (2020, Enero 1). *The Turning Point* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=p7LDk4D3Q3U>
- Duran Peralta, Julian. (2019). *Desarrollo regional y emprendimiento: evidencia para Colombia*. *El trimestre económico*, 86(342), 467-490. doi: <https://doi.org/10.20430/ete.v86i342.656>
- Grupo Bancolombia. (2016). *¿Qué hace a un negocio sostenible y por qué son importantes?*. Colombia, Grupo Bancolombia. Recuperado de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/sostenibilidad/actualidad-sostenible/que-hace-a-un-negocio-sostenible-y-por-que-son-importantes>
- Llamas Fernández, Francisco Javier, & Fernández Rodríguez, Juan Carlos. (2018). *La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento*. *Revista EAN*, 84, 79-95. doi: <https://dx.doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1918>
- Moreno, D. C. (28 de Octubre de 2016). *Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5850542>
- Nación, P. G. (s.f.). *Procuraduría General de la Nación*. Recuperado de:

<https://www.procuraduria.gov.co/portal/pacto-mundial-medio-ambiente.page>

- Orjuela, H. B. (Diciembre de 2005). *La crisis ambiental del mundo*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3984993>
- Pérez Paredes, A., Torralba Flores, A., & Cruz de los Ángeles, J. A. (2019). Propuestas para fortalecer la cultura emprendedora en los municipios de Puebla y Tlaxcala. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 6(2), 37-51. <https://doi.org/10.22579/23463910.172>
- Salazar, B. L. (Abril de 2017). *EAFIT*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/128483856.pdf>
- Serrano, Ana M., Tiuzo, Sandra C., & Martínez, Martha S.. (2019). *Estrategias Empresariales para una Población Vulnerable en Colombia*. *Información tecnológica*, 30 (6), 147-156. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000600147>
- Valbuena, P. N. y Borda, R. A. (2017). Características emprendedoras en estudiantes de la Universidad El Bosque (Colombia). *Revista Espacios*, 38(30). Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a17v38n30/17383022.html>
- Valbuena Hernández, P., y Montenegro Jaramillo, Y. (2017). Tendencias de la Investigación en Negocios Internacionales (2012-2016). *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 13(25), 9-28. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v13i25.2385>