

AREANDINA

Fundación Universitaria del Área Andina



MANUAL ORIENTADOR OPCIÓN DE GRADO CREACIÓN DE EMPRESA

Pablo Oliveros Marmolejo †
Gustavo Eastman Vélez
Miembros Fundadores

Diego Molano Vega
Presidente del Consejo Superior y Asamblea General

José Leonardo Valencia Molano
Rector Nacional Representante Legal

Martha Patricia Castellanos Saavedra
Vicerrectora Nacional Académica

Ana Karina Marín Quiroz
Vicerrectora Nacional Administrativa y Financiera

María Angélica Pacheco Chica
Secretaría General

Omar Eduardo Peña
Director Nacional de Investigaciones

Camilo Andrés Cuéllar Mejía
Coordinador Nacional de Publicaciones

Eduardo Sánchez Navarro
Decano Nacional
Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes

Juan David Peña López
Secretario Académico
Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes - Sede Bogotá

Ana Ligia Galindo Panqueva
Directora Programa Profesional de Diseño Gráfico - Sede Bogotá

Clara Ivonne Riachi Vega
Directora Programa Profesional de Diseño de Modas - Sede Bogotá

Flor Viviana Nariño Bernal
Directora Programa Profesional por Ciclos Propedéuticos
de Gastronomía y Culinaria - Sede Bogotá

José Luís León Rodríguez
Director Programa de Tecnología en Animación y
Posproducción Audiovisual - Sede Bogotá

Autores

Christian Camilo Caicedo Moreno
chcaicedo2@areandina.edu.co

Sandra Patricia Carvajal Cantor
scarvajal@areandina.edu.co

Dayra Carolina Ibáñez Cely
dobanez@areandina.edu.co

Martha Rosmery Rodríguez Barrera
mrodriguez3@areandina.edu.co

Ilustraciones

Brayan Arbey Betancourt Buitrago

Diseño y diagramación

Oscar Martínez Lopera
Linyith Vanessa Ramirez Bermeo

Fundación Universitaria del Area Andina
Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes
2020



AREANDINA

Fundación Universitaria del Área Andina

FACULTAD DE DISEÑO, COMUNICACIÓN Y BELLAS ARTES

CONTENIDO

01

Introducción

02

Contextualización

03

Operación

04

Roles y Funciones

05

*Conclusiones y
Recomendaciones Finales*

01

Introducción

El manual presentado describe las particularidades concernientes a la modalidad de grado de Creación de empresa de la Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes con el fin de que los futuros graduados puedan, de acuerdo a sus intereses personales y profesionales, direccionar con mayor precisión el tipo de emprendimiento que deseen seleccionar y con el cual puedan desarrollar sus capacidades creativas y de innovación.

La creación de empresa como opción de grado se estructura desde el desarrollo de un plan de negocio que se aborda desde diferentes aspectos como: la definición del tipo de emprendimiento, la generación de una idea de negocio que justifique la pertinencia del proyecto con relación a su disciplina, estructuración de la filosofía institucional, comercial, operativa, legal, financiera con el fin de dar viabilidad a su propuesta de manera sostenible dentro del sector económico real a mediano y largo plazo.

02

Contextualización

Descripción de la Modalidad

El acto de emprender es el resultado de un saber que se ha adquirido de manera cognitiva y experiencial, que se desarrolla de forma intencional, planificada y creativa con el fin de proyectar ideas que son concebidas para transformarlas funcionalmente en realidades capaces de llegar a beneficiar un grupo de gente determinado. Emprender implica la aplicación de una metodología con

fundamento teórico y las acciones prácticas resultado del saber hacer, orientadas a la consecución de resultados.

La modalidad de grado Creación de Empresa busca que los futuros graduados de la Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes puedan no solo identificar oportunidades para aplicar su conocimiento disciplinar en contexto, sino que

plantee proyectos a la largo plazo que contribuyan al fomento de la cultura del emprendimiento y/o empresarismo, gestione adecuadamente recursos naturales, humanos, económicos, etc., mejoren significativamente su entorno, genere valor a través de sus productos o servicios con eficiencia en la consecución de objetivos de manera autosostenible y con responsabilidad social.

Fundamentos (Naturaleza, fundamentación conceptual, pertinencia)

Esta modalidad es coherente y responde tanto a las competencias de facultad como a la búsqueda de soluciones a las necesidades sociales, culturales y económicas desde el conocimiento disciplinar de cada uno de los programas académicos. Para la concepción y articulación de la modalidad en creación de empresas con los lineamientos académicos institucionales y de facultad, se fundamenta la propuesta curricular que constituye aspectos como propósitos académicos y sociales, Competencias de Facultad.

Propósitos académicos y sociales

Las ideas de negocio que resulten del proceso de la modalidad de trabajo de grado Creación de Empresas, deben permitir que los estudiantes exploren y pongan a prueba sus conocimientos disciplinares para plantear modelos de negocio lucrativos o de carácter social que les permitan tener impacto en su comunidad desde la creatividad y la validación del pensamiento divergente, que

contribuyan a la construcción de la sociedad del conocimiento, entendiendo al diseño, la gastronomía y la animación como disciplinas atadas al crecimiento y desarrollo de la humanidad, capaces de conectar el mundo de lo sensible con el mundo de lo racional para generar propuestas capaces de INCIDIR en los cambios sociales, económicos, políticos y ambientales de una comunidad, contribuyendo a mejorar su calidad de vida y proporcionándoles herramientas para la construcción de futuro.

Competencias Profesionales

En el marco de competencias de la Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas Artes, se contemplan y configuran los aspectos a desarrollar y evaluar durante el desarrollo académico, así se articulan los ámbitos de proyección y gestión que configuran los aspectos fundamentales para la opción de grado en creación de empresa.

Proyección:

Concibe propuestas de diseño desde la lógica de la invención ajustadas al contexto a partir de la esquematización de una gran variedad de información resultado de la capacidad de síntesis, pensamiento creativo y uso de herramientas tecnológicas evidenciadas en la materialización objetual.

CRF8: Adquiere una visión generalizada de los fundamentos dados por diferentes corrientes de pensamiento que contribuyeron a la formalización académica y profesional del diseño.

CRF9: Relaciona el diseño como proceso proyectual y de conocimiento así como su repercusión en ámbitos sociales, culturales y económicos.

Gestión:

Administra de manera adecuada el conocimiento y los recursos, aplicados desde una visión sistémica y un direccionamiento estratégico, a proyectos ya sean institucionales, culturales o de emprendimiento, teniendo en cuenta que el proceso y el resultado se relaciona con unas acciones, variables y normativas sociales, culturales, económicas y de mercado específicas.

CFR11: Asume de manera crítica y toma decisiones con respecto a estrategias efectivas

CFR12: Aplica los fundamentos esenciales de la disciplina del diseño, relacionándolos con el análisis de su contexto y su entorno.

CRF13: Propone bienes y productos culturales contextuales en los que demuestra claridad sobre su valor agregado, el diseño de experiencia y los medios de distribución.

CRF14: Propone proyectos culturales enmarcados en las políticas, organizaciones y necesidades de su contexto en relación con su que hacer profesional.

Aspectos orientadores iniciales

El Sello Areandino orienta y articula la identidad de los procesos académicos y curriculares, y la cultura universitaria, razón por la cual se constituye en eje que fundamentado en el humanismo, consolida la pertinencia de las propuestas las opciones de grado. Como concepto integral y polisémico el sello areandino direcciona el quehacer de la comunidad educativa en cuanto procesos, prácticas, factores diferenciadores. Desde la facultad se tiene como prelación las propuestas de carácter humanista y social que de manera pertinente analizan las diferentes realidades desde un pensamiento crítico.

Esta modalidad se apoya significativamente en los siguientes nodos, ya que de manera transversal sustentan cualquier propuesta de emprendimiento:

Ética del cuidado y buen vivir

El apoyo a los nuevos emprendedores resulta de vital importancia para el desarrollo de la economía local y nacional gracias a la innovación de nuevos o mejores productos y servicios, sin embargo, emprender en Colombia es una tarea compleja debido a la heterogeneidad de la sociedad en donde



los diferentes comportamientos plantean desafíos que obligan a los emprendedores a relacionarse de manera diferente con el entorno, es así que la responsabilidad con que se asuma como emprendedor debe contribuir a la búsqueda del bien común y la construcción del tejido social desde acciones permeadas por aspectos como la legalidad, el manejo de recursos, el respeto por las tradiciones, sana convivencia entre otros.

Creatividad e Innovación

Este nodo es quizá el fundamento que soporta esta modalidad ya que es en donde se evidencia la capacidad de los estudiantes no sólo para identificar oportunidades y necesidades, sino que se demuestra las competencias para dar solución a las diferentes situaciones problémicas de manera creativa y flexible para que posteriormente se pueda implementar la innovación en el medio.

Pensamiento crítico

Contribuir a la cultura del emprendimiento desde la comprensión y análisis de los diferentes fenómenos sociales, culturales, económicos hace que desde la facultad, las propuestas que se lleven a cabo busquen aportar desde el pensamiento crítico y los procesos creativos al establecimiento de nuevas formas de percibir, comprender y transformar la realidad. Es importante la creación y ejecución de proyectos emprendedores humanistas que se basen en la capacidad de empatía con las personas y su entorno que favorezcan la democracia y el desarrollo económico.

Liderazgo colectivo

Como parte de los cambios que caracteriza el emprendimiento actualmente, se da mayor importancia al empoderamiento de quienes colaboran y de quienes reciben los beneficios de la oferta de los productos o servicios. Potenciar el liderazgo colectivo requiere, entre otras acciones, que dentro de las organizaciones se fomente el trabajo colaborativo, hacer parte de redes, de experiencias de formación y participación colectiva con el fin de construir una identidad corporativa.

Opciones de la Modalidad

Emprendimiento innovador:

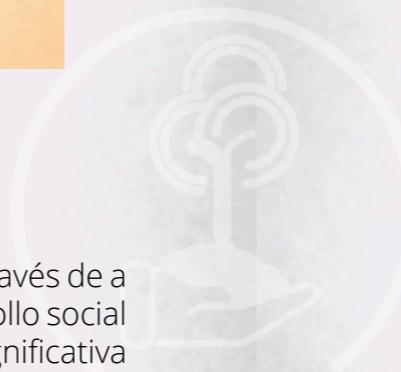
Este normalmente se da en las Universidades o Centros de Investigación, y son ayudados por los denominados Parques Tecnológicos. Consisten en tener un producto innovador, que permite crear un mercado nuevo o sustituir otro ya existente. Versa igualmente sobre bienes tangibles, pero protegidos por los bienes intangibles (inventos, diseños, modelos de utilidad, etc), y va desde medicinas hasta equipos simplificados para plomería.

Este tipo de emprendimiento, puede tener los siguientes enfoques, de acuerdo al carácter y temática y propósito del emprendimiento:

Emprendimiento social:

El emprendimiento social busca innovar a través de a soluciones creativas a problemas de desarrollo social y económico que sea sostenible y aporte significativa y positivamente a la comunidad.

Estos son emprendimientos cuyo propósito central no consiste en capturar una cuota determinada del mercado, sino contribuir al desarrollo social. Con frecuencia suelen ser empresas sin fines de lucro y tienen como objetivos la innovación en el campo de la educación, los derechos humanos, la salud y el medio ambiente.



Emprendimiento Cultural:

Este tipo de emprendimiento está encaminado a proyectos que poseen un carácter intangible vinculados a componentes de gestión cultural desde las artes plásticas, música, gastronomía, danza, teatro, cine, producción audiovisual .

Emprendimiento Comercial:

El emprendimiento comercial parte de iniciativas personales, profesionales y de la toma de decisiones que desarrollan un proyecto de negocios o una idea específica que genere ingresos y cree microempresa en cualquier sector de la economía.

Emprendimiento de Innovación tecnológica:

Entendiendo los procesos de innovación como estrategias que mejoren el desarrollo de productos o servicios dentro de una empresa o emprendimiento, las propuestas vinculadas a esta categoría debe responder a la ventaja competitiva que la ciencia, la tecnología y el conocimiento desde la disciplina aportan e impactan a la sociedad.



Requisitos de Participación (Perfil del estudiante, aspectos a tener en cuenta, preparación previa para participar)

Características específicas de los emprendedores:

Cálculo de riesgo

Evalúa las alternativas y posibilidades antes de tomar una actitud. Piensa en todo lo que se puede ganar y en todo lo que hay que perder al tomar una decisión. Aún corriendo riesgos, un emprendedor jamás coloca todo lo que tiene a perder, sabe anticiparse a los acontecimientos y está preparado para enfrentar las adversidades.

Exigencia

Reconoce, como decía Drucker que, “la única fuente de ingresos es el cliente”. Por lo tanto, se exige y exige que el trabajo sea hecho de la mejor manera, en el menor plazo posible y con un costo reducido. Está siempre en búsqueda de nuevos métodos para mejorar su producto y ofrecer un trabajo eficiente al cliente. Tiene claro que la eficiencia es lo que vence una competencia.

Compromiso

Un verdadero emprendedor nunca dejará de cumplir algo con lo que se comprometió.

Cuando asume un compromiso, deposita todos sus esfuerzos para llevar a cabo esa actividad. Es fiel a su palabra y hace lo que sea preciso para cumplirla. Este compromiso con lo que promete, es lo que le garantiza el éxito.

Planificación

Es una cualidad intrínseca al perfil de un emprendedor, que ver con la capacidad de entender que todo aquello que se quiere alcanzar en el futuro depende de las acciones realizadas en el presente. Por lo tanto, a un emprendedor se le hace necesario planear plazos, metas y objetivos con claridad. No toma actitudes de la noche a la mañana, analiza el momento adecuado para actuar y los pasos necesarios para alcanzar el objetivo deseado; planeando cada una de sus acciones, pensando en los resultados futuros.

Autoconfianza

Un emprendedor, al ser consciente de que sus actitudes producen buenos resultados, comienza a ganar confianza en aquello que hace y en su propia manera de hacerlo. Con más confianza, comienza a actuar más y así a ganar cada vez más resultados. Basándose en sus opiniones, en la experiencia que posee y confiando en ello, conquista también la confianza de sus clientes e inversores.

Tipos de emprendedores:

El lograr identificar que tipo de emprendedor se es, puede ofrecer una guía para la determinación del tipo de emprendimiento a desarrollar. A continuación los 3 tipos de emprendedores que existen:

a. Según los objetivos perseguidos:

Emprendedores corporativos o de negocios.

Son los que convierten sus intereses en ideas rentables, a partir de la innovación; construyendo “Startups”, buscando crecimiento financiero y apertura de mercados.

Emprendedores digitales.

Están interesados en desarrollar proyectos de emprendimiento, donde la base es el empleo de tecnologías digitales y de comunicación, como; la internet, apps y redes, a través de las cuales crean un servicio o producto que resuelve una problemática de un mercado.



Emprendedores sociales.

Son aquellos interesados por las problemáticas de grupos sociales, especialmente poblaciones vulnerables, los cuales buscan crear organizaciones sin ánimo de lucro, como ONG's o comunidades y asociaciones.

b. Según sus perfil:

El Pionero: Es un líder nato, que se apasiona más por desarrollar ideas y entregarlas a otros para que las pongan en marcha.

El Visionario: Es aquel que visualiza constantemente el futuro; el del mercado, el de su producto, el de la sociedad, revisando y analizando tendencias y teorías vanguardistas.

El Especialista: Está enfocado en el "cómo" de las cosas; concentrándose generalmente en una especialidad del campo de su profesión o conocimiento, enfatizando en la parte técnica.

El Intuitivo: Es una persona arriesgada, que sigue más sus instintos, que a las estadísticas y resultados, es agresivo comercialmente, y muy persuasivo, y su gran confianza en sí mismo y perspicacia lo hace un emprendedor nato.



Operación

Fases :

Con el fin de optimizar el proceso del desarrollo de trabajo de grado, es necesario que los estudiantes tengan claridad frente al proceso que se debe llevar a cabo, para esto se plantean las siguientes acciones:

	FASES	DESCRIPCIÓN	SOPORTE
1	Sensibilización.	Información de la descripción de la modalidad a los estudiantes activos para iniciar proceso de grado.	Presentación
2	Elección de la modalidad de grado.	Los estudiantes realizan la lectura detallada de los manuales de cada modalidad para tomar la decisión.	Manuales de cada modalidad de trabajo de grado
3	Diligenciamiento del formato de inscripción. (Ver Anexo 1)	Diligenciar completamente el formato vía email enviado por secretaría académica.	Formato completo
4	Evaluación Consejo de facultad..	El consejo de Facultad revisa y delibera la factibilidad y viabilidad de las propuestas de emprendimiento.	Acta de comité
5	Retroalimentación y/o aprobación.	El consejo emite un concepto de cada propuesta presentada.	Notificación por correo electrónico
6	Inscripción a otra modalidad.	Aplica en caso de no haber sido aprobada la primera opción seleccionada	Notificación por correo electrónico

	FASE	DESCRIPCIÓN	SOPORTE
7	Asignación de asesor. .	La facultad asigna un asesor para el acompañamiento de la opción de grado.	
8	Presentación formal de asesores .	Encuentro de estudiantes y asesores para firma de acuerdo de compromisos	Formato de acuerdo
9	Desarrollo de asesorías.	Se realizan durante un período de 16 semanas (1 hora semanal) con dos momentos de evaluación	Cumplimiento de cronograma
10	Finalización de asesorías.	Recepción de entregables	Carta de aprobación de asesores Entregables
11	Primera lectura de jurado evaluador	Retroalimentación por parte del jurado y ajustes del documento	Documento corregido
12	Segunda Lectura de jurado evaluador	Revisión final del proyecto y aprobación para sustentación	Firma de aprobación para sustentación
13	Sustentación.	Socialización de proyecto	Entregables para proceso de grado

Generación del anteproyecto o proceso de inscripción. (Estructura, procedimiento)

Requerimientos Generales

- Se permiten máximo tres estudiantes por proyecto
- El estudiante debe cumplir con las fases y tiempos establecidos en el cronograma y acordados con el asesor.
- Es necesario que los estudiantes tengan regularidad en los avances del proceso.
- Todos los integrantes del grupo emprendedor deben cumplir con el proceso de selección, acompañamiento, sustentación.

- Metodología de la Modalidad (Proceso de asesorías, duración del proceso, tipo de acompañamiento, talleres de refuerzo)

El estudiante cuenta con un asesor asignado por la facultad de Diseño, comunicación y bellas artes, quien acompañará el proceso durante 16 sesiones de trabajo (1 hora semanal)



Cronograma de trabajo

SEMANA	DESARROLLO IDEA DE NEGOCIO	ENTREGABLES	ACTIVIDADES DE APOYO
INTRODUCCIÓN			
1	- Cronograma de actividades - Definición de Objetivos - Justificación y Antecedentes del Proyecto		
MERCADO			
2	Análisis del Sector Investigación y análisis del mercado		
3	Análisis de la competencia		
III. ESTRATEGIAS DE MERCADO			
4	Concepto del producto o servicio Estrategias de distribución	Plan de comunicación: - Explicación de marca - Aplicaciones de marca	
5	Estrategias de promoción		
6	Estrategias de comunicación Estrategias de servicios		
7	Presupuesto de la mezcla de mercado Estrategias de aprovisionamiento		Taller 2 de Emprendimiento: "Finanzas" (Guiado por el centro de emprendimiento Areandino)
8	Proyección de ventas y política de cartera		1er. Evaluación de asesor: 50% avance de proyecto

SEMANA	DESARROLLO IDEA DE NEGOCIO	ENTREGABLES	ACTIVIDADES DE APOYO
IV. OPERACIÓN			
9	Ficha técnica producto o servicio Estado de desarrollo	Portafolio de Productos: Estructurado en líneas	
10	Descripción del proceso Necesidades y requerimientos	Nomenclatura y referencia de productos Características técnicas	
11	Plan de producción Plan de compras	Mockup, renders, planos o fotografías (en el caso de tangibles "productos") o flujograma de procesos (en el caso de intangibles "servicios")	
12	Costos de producción Infraestructura		
V. ORGANIZACIÓN			
13	"Estrategia organizacional: Análisis DOFA Organismos de Apoyo"		
14	Estructura Organizacional "Aspectos Legales: Constitución empresa"		
15	"Costos Administrativos: Gastos de Personal Gastos de Puesta en marcha Gastos anuales de administración"		
VI. RESUMEN EJECUTIVO			
16	Concepto del negocio Potencial del mercado en cifras Ventajas competitivas y propuesta de valor Resumen de la inversiones requeridas Proyecciones de ventas y rentabilidad Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad	Plan de Negocios: De acuerdo a los contenidos del Modelo del fondo emprender	2a.. Evaluación de asesor: 100% de proyecto

Compromisos

Se suministra documento de acuerdo al manual.

Entregables

Se suministra documento guía durante el proceso de asesorías.

Proceso de evaluación, porcentajes.

Es necesario aclarar que la valoración del proyecto de emprendimiento se realiza en diferentes momentos que pretenden dar validez no sólo al resultado sino al proceso, es decir, tanto el asesor como el jurado valoran de manera cualitativa y cuantitativa el proyecto. Los momentos de evaluación se dividen de la siguiente manera:

Asesorías:

70%

Jurado lector:

30%

Socialización:

De acuerdo a lineamientos del Centro de Emprendimiento Areandino, se propone que las sustentaciones mediante la herramienta "elevator pitch" y/o "rueda de negocios" en la opción de grado en creación de empresas conste de dos partes que se complementen y evidencien la viabilidad comercial y los alcances académicos planteados para esta opción de grado.



Roles y Funciones

Estudiantes

Responsabilidad del asesorado (s).

- Asistir a las tutorías.
- Plantear de forma concreta las dudas durante las asesorías.
- Estudiar y analizar las fuentes de información antes de las asesorías y no esperar a que los asesores expliquen su contenido o escriban el documento.
- Presentar de forma oportuna y adecuada los avances del documento.
- No incurrir en las diferentes modalidades de plagio, en caso de hacerlo, el proyecto perderá validez.
- Asumir desde su disciplina el desarrollo de los productos o servicios

Funciones del Asesor

1. Coadyuvar a la orientación y delimitación de la idea de negocio desde el punto de vista de la factibilidad y viabilidad de la idea de emprendimiento, acorde con los tiempos establecidos por la institución.
2. Orientar acerca de las posibles fuentes de información para el desarrollo del documento.
3. Motivar al estudiante para que realice una revisión amplia de las referencias bibliográficas relevantes y fidedignas para la construcción del plan de negocio.
4. Supervisar y evaluar la estructura del documento acorde al tema de la idea de emprendimiento.
5. Revisión de la redacción, ortografía y pertinencia de la información en la construcción del plan de negocio.

6. Coadyuvar a la orientación y delimitación de la idea de negocio desde el punto de vista técnico, propio del quehacer profesional.

7. Orientar la construcción de prototipos, menús, entre otros.

Funciones del Jurado Lector

1. Revisar la versión final del documento del proyecto de emprendimiento

2. Evaluar la factibilidad y viabilidad del proyecto de emprendimiento, emitiendo las observaciones y recomendaciones que se consideren necesarias.

3. Autorizar la sustentación del proyecto.

4. Asistir a la sustentación y diligenciar el formato de evaluación correspondiente.



05

Conclusiones y Recomendaciones Finales

1. Al finalizar la opción de grado, modalidad creación de empresa, el estudiante tendrá recopilado un modelo de plan de negocios, plan de comunicación y portafolio de Productos y/o servicios.

2. Las fuentes citadas en el documento deben ser especializadas y coherentes con el enfoque de la investigación desarrollada durante la construcción del plan de negocio.

3. La escritura técnica y científica bajo la normatividad APA, con la responsabilidad de redacción, gramática y originalidad es responsabilidad del estudiante, tanto en el proceso de construcción como en la presentación final de documento.

4. Previo a la socialización final de la modalidad, según los lineamientos institucionales el estudiante organizará junto con sus prototipos finales, una presentación visual de apoyo para la sustentación ante jurado evaluador.

5. La presentación personal y la puntualidad, constituyen un ítem importante en la evaluación emitida por parte del jurado evaluador. Así como la proyección de la imagen de marca y los valores corporativos en la socialización final.

Bibliografía

Khurana Anil & Rosenthal Stephen (1997). Integrating the Fuzzy Front End of New Product Development. Magazine: Winter 1997 Research Feature

Rodríguez Gerardo (2000) . Manual de Diseño Industrial. Curo Básico UAM. Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., México. I.S.B.N. 968-887-027-7 <http://www.cua.uam.mx/pdfs/conoce/libroselec/16ManualDI.pdf>

Mejía Ricardo. Taller Diseño de Futuros para las MIPYME. <http://dive.pktweb.com/>

Trujillo Manuel (2016). Presentación Fases de Pre-desarrollo de Nuevos Productos (DNP). Asignatura Innovación y Sistemas de Aprendizaje. Maestría en Diseño

webgrafia

<http://www.profesionalesaqui.com/renovacion/blog/conoce-estos-seis-6-tipos-emprendimiento/>

<https://www.lifeder.com/tipos-de-emprendimiento/>

<https://www.semana.com/educacion/articulo/que-es-emprendimiento-social/517782>

<https://blog.sociallab.com/tipos-de-emprendimientos-sociales/>

<https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/descubra-cual-es-el-perfil-de-un-emprendedor-de-exito-2/>

<https://concepto.de/emprendedor-2/#ixzz5s8lCforG>

<https://www.entrepreneur.com/article/265756>

<https://pulsosocial.com/2009/12/10/conoce-los-8-tipos-de-emprendedores-%C2%BFcual-eres-tu/>

<http://www.scielo.org.co/pdf/rcci/v29n2/v29n2a2.pdf>

