



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
GUÍA DE PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO¹
MODALIDAD PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

GENERALIDADES PARA LA ELABORACIÓN DEL ANTEPROYECTO

Se entiende como Trabajo de Grado el ejercicio mediante el cual el estudiante puede, a partir de la integración y aplicación de las competencias y resultados de aprendizaje adquiridos durante su proceso de formación en la Universidad: a) Concretar un proceso de investigación o de creación; b) Contribuir al análisis y solución innovadora de una problemática concreta del contexto social; c) Iniciar su proceso de formación avanzada; d) Profundizar en su formación profesional; e) Complementar su formación universitaria mediante la introducción a otro campo profesional de su interés; y f) Refrendar las competencias y aprendizajes derivados de un ejercicio laboral de nivel profesional o de experiencias formativas específicas certificadas.²

Se entiende por proyecto de emprendimiento³, el ejercicio mediante el cual el estudiante aplica sus competencias profesionales al desarrollo de un producto o servicio que responde a una problemática o necesidad del mercado, desde un enfoque creativo e innovador, acompañado de una propuesta de modelo de negocio y plan de empresa.

Como alternativa, se podrán presentar proyectos orientados al fortalecimiento y/o transformación empresarial desde un enfoque de generación de valor, incorporando procesos de creatividad e innovación en el diseño de nuevos productos y/o servicios, así como de nuevos modelos de negocio.

Entre los aspectos que determinan la viabilidad y pertinencia de las propuestas, es necesario que, el o los estudiantes logren identificar una necesidad, y en función de ella, generen propuestas de productos o servicios que conlleven a la creación o solución sobre los fenómenos o contextos estudiados. Entre los criterios de base, han de considerarse los tipos de innovación centrados en producto, procesos, marketing y gestión, según el Manual de OSLO (2018). Además de promover en el marco de la sostenibilidad la estrategia de negocio y empresa fundamentado en el desarrollo de las dimensiones social, económica y ambiental.

En la fase preliminar para avanzar, se prevé el desarrollo del anteproyecto, el cual amerita regirse por el diseño y desarrollo de un plan de negocio, entre las prioridades se resalta la creación de empresa, la cual puede ser categorizada según se indica:

- **Empresa Comercial y/o de Servicios:** empresas enfocadas en la comercialización de productos terminados o la prestación de algún servicio con fines lucrativos.

¹ Resolución trabajo de grado 7903-2023

² Ibid.

³ Ibid.



- **Empresa Cultural y Creativa:** empresas enfocadas al arte, cine y producción de artes gráficas y publicitarias pueden perseguir fines lucrativos o no.
- **Empresa Industrial:** empresas enfocadas a la manufactura o producción de bienes de forma industrial con fines lucrativos.
- **Empresas de base tecnológica:** empresas con alto grado de innovación, con uso intensivo de la tecnología, pueden ser Spin off (generadas por procesos de investigación) y tienen carácter lucrativo.
- **Startup:** empresas con contenido tecnológico especialmente en el uso de informática o con desarrollos de tecnología no disruptiva altamente dinámicos y cambiantes.
- **Empresas Ambientales:** empresas que buscan la solución de problemas relacionados con el medio ambiente, con o sin ánimo de lucro.
- **Empresas Sociales:** empresas sin ánimo de lucro entre las cuales se encuentran las fundaciones y las cooperativas.

De igual manera, un proyecto presentado bajo la modalidad de emprendimiento, deberá cumplir con innovación y uno o más de los siguientes criterios:

- **Innovación:** De acuerdo a los lineamientos del manual de OSLO (Producto, procesos, marketing y gestión).
- **Inclusión social:** Inclusión de comunidades marginadas o poblaciones sensibles (Madres cabeza de familia, reinsertados, desplazados, discapacitados, etc.) que se beneficien con el proyecto.
- **Impacto ambiental:** Cualquier cambio beneficioso en el medio ambiente como resultado, total o parcial de la estrategia empresarial.
- **Económicamente rentable:** Toda iniciativa empresarial debe generar una rentabilidad económica atractiva, de lo contrario será imposible que se mantenga en el mercado.
- **Escalables:** Capacidad de crecer de tal manera que sus ingresos se incrementan más rápido que sus costos.
- **Crean valor:** La solución se convierte en algo realmente importante para el cliente o usuario.

Así entonces, se presentan las consideraciones procedimentales para el efectivo desarrollo del documento:

Nota 1: La presente guía será aplicada para todas las facultades de la Universidad Autónoma de Occidente. La extensión del anteproyecto es de máximo 30 páginas.

Nota 2: La aprobación previa de la iniciativa como anteproyecto de grado requiere el diligenciamiento del formulario con la descripción del tema, para iniciar con el proceso que consta de dos fases, en la primera el Comité de Emprendimiento Ad hoc revisará la propuesta en términos de viabilidad, factibilidad y deseabilidad, en la segunda, el Comité Curricular del programa académico al que pertenece(n) el o los estudiantes, evaluará la iniciativa empresarial desde el punto de vista técnico, con el fin de corroborar la pertinencia en el desarrollo de sus competencias profesionales.



Nota 3: Todos los estudiantes que deseen optar por la modalidad de emprendimiento, deberán cursar la asignatura de formación empresarial obligatoria vigente, en su respectivo plan de estudio, y las electivas de formación empresarial, ofertadas al momento; o su equivalencia de manera extracurricular con los servicios ofertados desde Centro de Innovación y Emprendimiento - SINAPSIS UAO.

Nota 4: Una vez la temática esté aprobada, el Comité de Emprendimiento Ad hoc asignará al Director de Trabajo de Grado, quien guiará la elaboración del anteproyecto y del Proyecto de Emprendimiento; este último, si el anteproyecto es aprobado por el respectivo Consejo de Facultad. En caso que la propuesta requiera asesoría técnica especializada, será impartida por el asesor técnico definido por el Comité Curricular de la respectiva Facultad a la que pertenecen el o los estudiantes.

Nota 5: No se aceptarán proyectos que atenten contra la moral y la ética.

Nota 6: El Proyecto de Emprendimiento podrá ser presentado por uno o máximo dos estudiantes. En este último caso, se debe justificar la magnitud o complejidad del proyecto, definiendo los roles y las responsabilidades de cada emprendedor.

Nota 7: El documento debe ser elaborado teniendo en cuenta las normas de trabajo escrito establecidas por el CRAI y las guías de trabajo para el anteproyecto y Trabajo de Grado.



Tabla de contenido

1. EL PROBLEMA	5
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1 Objetivo general	6
1.3.2 Objetivos específicos	7
1.4. JUSTIFICACIÓN	7
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
2. MARCO REFERENCIAL	7
2.1. ANTECEDENTES	7
2.2. MARCO TEÓRICO	8
2.3. MARCO CONTEXTUAL O ANÁLISIS EXTERNO	8
2.4. MARCO CONCEPTUAL	8
3. METODOLOGÍA	8
3.1. TIPO DE ESTUDIO	8
3.2. DISEÑO METODOLÓGICO	9
4. PROPUESTA: OPORTUNIDAD DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL	9
4.1. CONCEPTO DE INICIATIVA EMPRESARIAL	9
4.2. INICIATIVA EMPRESARIAL	9
4.3. FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	10
4.4. SOLUCIÓN PROPUESTA	11
4.4.1 Descripción de la solución	11
4.4.2 Prototipo de baja de la Solución	11
5. PRESUPUESTO	11
6. CRONOGRAMA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO	12
7. REFERENCIAS	12
8. ANEXOS	12



CONTENIDO DEL ANTEPROYECTO

TÍTULO

El título debe definirse en forma clara, ser preciso y acorde con el trabajo a desarrollar. Recuerde que debe estar alineado al objetivo general, en ocasiones es el mismo, simplemente cambiando la acción del verbo. (Ejemplo: plan de empresa para la creación de nombre de la empresa).

INTRODUCCIÓN

En este apartado se presenta la propuesta a desarrollar, es necesario ubicar al lector y dar el contexto de la propuesta.

Debe contener los siguientes aspectos:

- Breve reseña del tema donde se ubica el problema o necesidad a abordar.
- Importancia de la temática, su vigencia y actualidad.
- Propósito o finalidad del proyecto.
- Metodología a través de la cual se desarrollará la propuesta.

PARTICIPANTES: Estudiante(s) - Director Académico del Proyecto

MODALIDAD: Proyecto de Emprendimiento.

1. EL PROBLEMA

Para la presente modalidad el apartado problema permite vislumbrar una situación que se espera ser solucionada a través de un emprendimiento, por lo tanto, la definición del problema está integrada por el planteamiento y formulación del problema, justificación y delimitación de la investigación.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El planteamiento se refiere a una situación específica definida como problema o necesidad del mercado que se desea abordar o se requiere mejorar, de acuerdo a su formación académica en donde se identifica la brecha entre la situación actual y futura.

Para el desarrollo de este apartado se recomienda tener en cuenta las siguientes preguntas: ¿Qué tema se quiere tomar como eje de la investigación? ¿Por qué y para qué?



¿De dónde se parte y a dónde se pretende llegar? ¿Cuál es la oportunidad de mercado identificada?

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La formulación del problema incorpora el diagnóstico, necesidad o problemática que se espera solucionar con el proyecto de emprendimiento, considerando lo siguiente:

a. Fuentes secundarias. Revisión bibliográfica, identificar datos, cifras, leyes, normas, certificaciones, hechos que demuestren la existencia de la necesidad y/o vacío con énfasis en Colombia y Latinoamérica.

b. Fuentes primarias. El o los emprendedores deberán documentar una investigación de tipo exploratoria (trabajo de campo) con el posible segmento objetivo con el fin de **validar la existencia de la necesidad desde la percepción del consumidor. Debe usar técnicas de recolección de datos como: sondeo, grupos focales, entrevistas, observación y presentar soportes de campo como: registros filmicos, fotográficos, listas de chequeo, bitácoras o datos estadísticos.**

Una vez caracterizada la problemática o necesidad, explique claramente cómo la empresa que se desea crear, es una respuesta a la situación identificada.

1.3. OBJETIVOS

Los objetivos del plan de negocio constituyen los propósitos por los cuales se piensa realizar. Su elaboración está relacionada con el planteamiento del problema o necesidad u oportunidad y los alcances del proyecto. Los objetivos deben estar definidos y ser verificables.

Para su redacción se sugiere utilizar un verbo en infinitivo, que permita definir la orientación de la acción a cumplir. (El cumplimiento de los objetivos propuestos permite realizar una evaluación objetiva de los resultados del trabajo desarrollado).

1.3.1 Objetivo general

Se enuncia como una meta, como un propósito, lo que se quiere hacer con respecto al problema, incorporando la finalidad a la que se quiere llegar (¿para qué se va a hacer?), considerado el impacto esperado: ¿Qué solución se espera lograr? ¿Cuál es el aporte que se desea hacer?



El objetivo general debe estar alineado al título, pero NO debe ser igual a éste; debe precisar el alcance del proyecto, ser concreto, viable, realista, preciso, claro y susceptible de alcanzar.

1.3.2 Objetivos específicos

El desarrollo de cada objetivo específico, permite el cumplimiento del objetivo general. En la modalidad de Proyecto de Emprendimiento se precisa que los objetivos específicos den cuenta de los siguientes módulos:

- Módulo entorno general y sectorial
- Módulo de mercado.
- Módulo técnico operativo.
- Módulo administrativo y legal.
- Módulo financiero.

1.4. JUSTIFICACIÓN

En la justificación se deben resaltar aspectos relevantes del proyecto, desde el punto de vista de su contribución al conocimiento y los aportes a la solución de un problema (económico, social, tecnológico, cultural entre otros). Igualmente, se deben especificar los beneficios y los grupos beneficiarios.

Elabore la justificación desde estos tres frentes: social, económico y ambiental.

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La **delimitación** se debe enfocar en términos concretos a esclarecer el área de interés, especificar sus alcances, determinar sus límites, en cuanto a espacio, tiempo, circunstancias y oportunidades del mercado.

2. MARCO REFERENCIAL

Este apartado contiene el conjunto de marcos que cobijan la propuesta emprendedora.

2.1. ANTECEDENTES

En mínimo 2 páginas, se deben considerar los desarrollos alcanzados por otros investigadores y o emprendedores sobre el tema objeto de estudio, como por ejemplo trabajos de grado internos o externos en los que se hayan abordado problemas o iniciativas en común. Se recomienda que la revisión referencial sea de los últimos cinco años y obedezca al ámbito nacional e internacional.



Es importante tener cuenta que los antecedentes ayudan a justificar el estudio, poniendo en evidencia la ausencia de análisis como los propuestos en este trabajo. Adicionalmente, se determina qué antecedentes fueron importantes y por qué, y en qué medida el presente trabajo aporta en ese campo de estudio.

2.2. MARCO TEÓRICO

Representa la fundamentación de referentes teóricos que respalden las iniciativas de emprendimiento en las diferentes modalidades, por ende, el desarrollo de este apartado permite la interpretación de resultados y, finalmente, la formulación de conclusiones.

Consideraciones en este apartado: detallar las teorías enunciadas por autores clave, adicionalmente, no se pueden dar opiniones ni introducir datos sin indicar su fuente.

2.3. MARCO CONTEXTUAL O ANÁLISIS EXTERNO

El marco contextual o análisis externo consigna la información externa relacionada con el análisis del entorno general: social, económico, político, legal, ambiental, tecnológico, demográfico que afecta a la idea de negocio. De igual manera se debe analizar el sector y subsector, es decir, los factores propios del sector económico en el que operará la empresa, siendo necesario identificar: los competidores, proveedores, sustitutos y compradores.

2.4. MARCO CONCEPTUAL

Incluye la definición de los conceptos técnicos necesarios para entender el proyecto planteado. Implicando resaltar concepciones relevantes del tipo de negocio, sector, terminología propia de las finanzas, mercadeo u organización.

3. METODOLOGÍA

La metodología refleja la estructura lógica del proceso de investigación o desarrollo, que conlleva al cumplimiento de los objetivos.

Nota: Para esta modalidad, los aspectos relacionados con la metodología (3.1. y 3.2) se encuentran definidos en esta guía, por tal razón, el estudiante NO debe desarrollarlos, solo debe incluirlos en el anteproyecto, tal como se presentan.

3.1. TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio es “Plan de Negocio”, el cual busca dar respuestas, en un momento específico, a las cinco grandes preguntas que todo empresario o inversionista, proveedor, comprador, etc., desea resolver:

- ¿Qué es y en que consiste el negocio?
- ¿Quiénes dirigirán el negocio?
- ¿Cuáles son las causas y las razones para creer en el éxito empresarial?



- ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?
- ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo la empresa y que estrategias se van a usar para conseguirlos?

3.2. DISEÑO METODOLÓGICO

Está representado por el conjunto de procedimientos y acciones utilizados para recopilar, organizar y analizar la información necesaria para la construcción del Plan de Negocio.

En la metodología definida para el Plan de Empresa incluye los diferentes módulos que lo conforman.

- Módulo de entornos
- Módulo de Mercadeo
- Módulo Técnico-operativo
- Módulo Organizacional y legal
- Módulo Financiero

4. PROPUESTA: OPORTUNIDAD DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

La propuesta debe ser clara, coherente y precisa, por ende, debe presentar su **idea de negocio o proyecto de fortalecimiento empresarial** planteado como una oportunidad que logra solucionar un problema o satisfacer una necesidad. Permitiendo vislumbrar una iniciativa transformadora, innovadora y de alto impacto.

4.1. CONCEPTO DE INICIATIVA EMPRESARIAL

Es la descripción general de la iniciativa empresarial, entregando información precisa en un párrafo que no supere las 5 líneas, además, permite comprender la propuesta en concordancia con el problema en cuestión y debe integrar:

- Propósito
- Valor agregado
- Producto/servicio
- Cliente

4.2. INICIATIVA EMPRESARIAL

Si el Proyecto de Emprendimiento consiste en la creación de una nueva empresa, se sugiere el **Modelo de negocio estructurado bajo la metodología CANVAS**. El modelo de negocio de Alexander Osterwalder describe el valor que la organización ofrece a sus



diferentes clientes; las capacidades y los socios necesarios para la creación, comercialización y distribución de este valor y relaciona el capital con el objetivo de generar flujos de ingresos rentables y sostenibles. Este primer ejercicio de modelación se elabora con datos aproximados y estimados, obtenidos principalmente de fuentes secundarias y le permitirá al grupo emprendedor, identificar oportunidades de mejora en los diferentes componentes estratégicos del negocio.

Para este apartado se debe desarrollar los nueve bloques abordados en el modelo Canvas.

The Business Model Canvas template includes the following sections:

- Key Partners:** Who are our key partners? Who are our key suppliers? Which key resources do we acquire from partners? Which key activities do partners perform?
- Key Activities:** What key activities do our Most Important Customers require? Our Business Channels? Customer Relationships? Revenue streams?
- Value Propositions:** What value do we deliver to the customer? What pain of our customer's problems are we helping to solve? What gain or benefit do we offer? What is our value proposition? What are our customer's needs in our category?
- Customer Relationships:** What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? How are they engaged with the rest of our business model? How costly are they?
- Customer Segments:** For whom are we creating value? Who are our most important customers? Who are our other customer segments?
- Key Resources:** What key resources do our Value Propositions require? Our Business Channels? Customer Relationships?
- Channels:** Through which channels do our Customer Segments want to be reached? How are they currently reached? How are our channels integrated? Which channels work best? Which channels are most cost-efficient? How do we distribute our value proposition to customers?
- Cost Structure:** What are the most important costs inherent in our business model? Which key resources are most expensive? Which key activities are most expensive? What are our cost structures? Can we reduce costs by changing our key resources, key activities, or channels? Can we reduce costs by changing our value proposition?
- Revenue Streams:** For what value are our customers really willing to pay? For what are they currently paying? How are they currently paying? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? What are our revenue streams? What are our other revenue streams? How are they integrated with our value proposition? How do we distribute our value proposition to customers? How do we distribute our value proposition to customers?

4.3. FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

Si el Proyecto de Emprendimiento consiste en el fortalecimiento o transformación de una empresa ya existente, deberán desarrollar los ítems 4.1 y 4.2, y adicionalmente, se sugiere trabajar con el Diamante de Porter, con el objetivo de realizar un diagnóstico a la empresa existente, para comprender su posición competitiva en los mercados GLOCALES: (Realizar en máximo 2 páginas)

- Condiciones de los factores
- Condiciones de la demanda
- Industrias relacionadas y de apoyo
- Estrategias, estructura y rivalidad empresarial

Nota: este apartado no se desarrolla para los proyectos de emprendimiento que consisten en la creación de una nueva empresa.



4.4. SOLUCIÓN PROPUESTA

4.4.1 Descripción de la solución

Describe de forma general cual es el producto o servicio que busca desarrollar en su iniciativa empresarial (características principales y diferenciales).

Adicionalmente, explique cómo cumple con uno o más de los siguientes criterios:

- **Innovación**
- **Inclusión social**
- **Impacto ambiental**
- **Rentabilidad económica**
- **Escalabilidad**
- **Creación de valor**

4.4.2 Prototipo de baja de la Solución

Mediante un power point o dibujo genere la presentación a nivel funcional de su producto o servicio, es decir, explique cómo funciona su producto o servicio.

5. PRESUPUESTO

Se discriminan, en máximo 1 página, los costos y gastos en los cuales se incurrirá en el desarrollo del Trabajo de Grado. Se presenta la siguiente tabla como guía para detallar los montos del presupuesto.

NO se solicitan datos sobre la inversión, costos y gastos para iniciar la operación de la nueva empresa, solo los necesarios para realizar el Trabajo de Grado en la modalidad de emprendimiento.

ÍTEMS	FINANCIACIÓN		
	PROPIA	UAO	EXTERNA CON OTRAS INSTITUCIONES (defina cuáles)
1. Elementos de escritorio y papelería	\$	\$	\$
2. Comunicaciones (correo)	\$	\$	\$
3. Fotocopias	\$	\$	\$
4. Bibliografía	\$	\$	\$
5. Transporte y gastos de viaje	\$	\$	\$
6. Software	\$	\$	\$
7. Construcción prototipo de Baja (detalle)	\$	\$	\$
8. Materiales de gestión o apoyo (diferentes a los requeridos para prototipo)	\$	\$	\$
9. Validación de necesidad u oportunidad	\$	\$	\$



10. Otros (Especifique)	\$	\$	\$
Total	\$	\$	\$
Valor total del proyecto	\$		

6. CRONOGRAMA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

Determine las actividades a desarrollar en el proyecto de acuerdo a la metodología definida para el logro de los objetivos y alcances del proyecto. Debe considerarse los procesos, fases y acciones, definiendo los tiempos destinados a cada una las actividades. Se recomienda utilizar semanas como unidades de tiempo para la planeación). Utilice un diagrama de Gantt.

NOTA: recuerde que el tiempo de desarrollo del Trabajo de Grado se estima entre 4 y 6 meses.

7. REFERENCIAS

Relacionar textos, artículos y demás referentes consultados. Las características que debe cumplir la revisión de literatura son: actualizada, fuente confiable, incluir artículos en inglés.

La bibliografía se hace empleando la norma correspondiente, en esta medida es necesario que la norma seleccionada se aplique con rigurosidad. Se recomienda el uso de gestores bibliográficos como Mendeley o Zotero, etc. para las normas APA e IEEE.

8. ANEXOS