



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
DE ALTA CALIDAD
MULTICAMPUS

Res. MEN No. 01456 del 29 de enero de 2016

Vigencia por seis años

Boletín
UNIVERSITARIA
empeñándose



Comité Institucional de Emprendimiento

Fray Eduardo González Gil, O.P
Vicerrector Académico General

Doris Yaneth Herrera Monsalve
Directora Unidad Proyección Social

Equipo de trabajo

María Constanza Escobar Rodríguez
Coordinadora Emprendimiento

Diseño y producción gráfica
© Universidad Santo Tomás
Departamento de Comunicaciones
Bogotá, D. C.
2019



ECONOMÍA NARANJA UNA APUESTA PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO.

Por María Constanza Escobar Rodríguez
Coordinadora Emprendimiento

La **Economía Naranja** es uno de los pilares del actual gobierno nacional, sin embargo pocos tienen claro los sectores que abarca, y es que esta hace alusión a las **Industrias Creativas**, es decir, las industrias catalogadas como ejes de desarrollo, entre ellas: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos.

La política de **Economía Naranja** busca fortalecer y crear mecanismos que permitan desarrollar el potencial económico de la cultura y generar condiciones para la sostenibilidad de las organizaciones y agentes que la conforman, en concordancia con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS),¹ a través de una política que reúne **7 Líneas Estratégicas** -información, instituciones, infraestructura, industria, integración, inclusión e inspiración-.

Es importante recalcar que las universidades deben seguir comprometidas a través de una educación global y actualizada, en la formación de profesionales que estén a la altura de los retos impuestos por el sector productivo, llevando al estudiante a comprender las dinámicas sociales y dar respuesta de manera innovadora y creativa; es ahí donde la academia se convierte en protagonista, ya que debe plantear modelos educativos encausados a potenciar las industrias de la imaginación y la creatividad, de los servicios y de los productos innovadores.²

Esta es una invitación para que desde la academia se articulen espacios que nos lleven a dinamizar y promover la política de **Economía Naranja**, como uno de los pilares para el emprendimiento en Colombia.



¹https://www.mincultura.gov.co/Economia%20Naranja/assets/files/ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_V2.pdf

²<https://www.usergioarboleda.edu.co/educacion-e-innovacion-una-apuesta-por-la-economia-naranja/>



LA ACADEMIA FRENTE A LA ECONOMÍA NARANJA

¿Estamos preparados para la **GENERACIÓN DE UNA** verdadera **ECONOMÍA NARANJA?**

CUAL ES EL PAPEL DE LA ACADEMIA EN ESTE DESARROLLO?

Por Sandra Lucía Ruiz Moreno

Decana Facultad de Comunicación Social para la Paz

La rapidez y conectividad del mundo actual se han convertido en los principales motores de nuevos desarrollos tecnológicos, generado transformaciones en todos los campos, desde los productivos hasta los sociales, pasando por los creativos y culturales. Colombia ha impulsado en su actual gobierno y su Plan Nacional de Desarrollo la política de **Economía Naranja** como una respuesta a estas transformaciones productivas, sin embargo, no se trata simplemente de la implementación de unas medidas y beneficios para los sectores productivos relacionados con la tecnología y la creatividad, es importante considerar la existencia de un potencial laboral preparado para el desarrollo de dicha economía, frente a lo cual, el sector educativo tiene una gran responsabilidad.

En este sentido el Plan Nacional Decenal de Educación 2016-2026 habla de

«Fomentar programas de emprendimiento de base tecnológica, buscando articular, mediante alianzas estratégicas, a los actores del sistema educativo con el sector productivo, en torno a la investigación para el emprendimiento y la innovación de base tecnológica» (Ministerio de Educación Nacional, 2017).

Frente a este planteamiento vale la pena preguntarse si realmente se están generando programas de formación innovadores, con bases sólidas y prácticas tecnológicas, desarrollados con metodologías articuladoras y estratégicas, que realmente respondan a las nuevas demandas de una sociedad en transformación.

Proyecciones del sector productivo como el Estudio Internacional **McKinsey** plantean la inminente automatización de muchos de los actuales empleos como una tendencia que para 2030, lo cual impacta la conformación de nuevos trabajos tras el aumento de la demanda y la dinamización de las economías, refiriéndose de manera específica a los desarrollos tecnológicos, el entretenimiento y el área creativa. En Bogotá, por ejemplo, la **Estrategia de Especialización Inteligente Bogotá Región**, considera al sector creativo y digital de la ciudad con un alto potencial para la “creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de sus creaciones”, las cuales representan “un componente cada vez más importante en las economías postindustriales” Y se han generado iniciativas como los **Cluster** de industrias creativas y contenido, software y TI, comunicación gráfica y el ParqueSoft, junto a eventos que mueven el mercado cultural de la ciudad a nivel internacional como el BAM (Bogotá Audiovisual Market) el **BOMM** (Bogotá Music Market) **ARTBO** (Feria Internacional de Arte de Bogotá), **Artecámara** y el **Mercado de Industrias Culturales del Sur**.

La reflexión se refiere justamente a preguntarse sobre la manera en que la academia se está integrando a estas iniciativas, ¿Cuál es su participación? ¿Cómo conversa con el sector productivo en la formación de futuros profesionales? ¿Cuáles son los nuevos programas y metodologías de formación que puedan formar las competencias laborales necesarias para los sectores productivos del país? Entre tanto, los empresarios continúan hablando de brecha digital y ausencia de competencias blandas, de liderazgo, emprendimiento e innovación en los nuevos profesionales. Parecería entonces muy urgente, dar respuesta a estas preguntas y acelerar los procesos de la academia que busquen actualizarse y transformarse para responder y adelantarse a las necesidades de formación y conocimiento que los sectores productivos del país demandan para generar una verdadera **Economía Naranja**.



BECAS PARA EMPREENDEDORES 2020

Esta iniciativa fue inspirada en el trabajo del ganador del Premio Nobel de la Paz Muhammad Yunus, quien cree que las empresas y los empresarios pueden participar en modelos de negocios que generen un impacto social real y sostenible. El Programa global ofrece becas de 6 meses para ayudar a jóvenes mediante capacitación y recursos adecuados.

¿Quiénes pueden postularse?

Jóvenes de todo el mundo que han **iniciado un emprendimiento social**, y que están trabajando con dedicación para que tenga éxito.

REQUISITOS

Debe tener menos
de 35 años.

Hablar y comunicarse
fácilmente en inglés.

Tener acceso a una
conexión a Internet
estable.

Comprometerse a
dedicar al menos
5 horas por
semana a su
formación.

Desarrollar los ejercicios que lo ayudarán a
mejorar su negocio.

BENEFICIOS

Las actividades del curso están encaminadas a convertir su negocio en una iniciativa sostenible y escalable.

VIGENCIA

Convocatoria anual para acceder a las becas para emprendedores sociales.

Más información:

<https://yunusandyouth.com/>

Colombia Startup 2020

Colombia Startups & Investor Summit es la plataforma de encuentro que tiene como misión inspirar, educar y conectar a los emprendedores, inversionistas y empresas en Colombia. Su objetivo es dar a conocer al más alto nivel las mejores iniciativas de los emprendedores colombianos y latinoamericanos, con el apoyo de los principales actores del ecosistema de emprendimiento de la región.

Ha consolidado su trayectoria en 6 años donde han pasado más de 120 Startups por su Startups battlefield, más de 900 inversionistas, y esto ha dado lugar a más de 1,100 reuniones uno a uno. Cada versión reúne a más de 1,500 asistentes.

Convocatoria: 3 al 27 de febrero de 2020

Lugar: Cámara de Comercio Salitre

Mayores informes:

<https://www.colombia-startup.com.co/#registro>

Endeavor

Endeavor es una organización mundial que fomenta el desarrollo económico sostenible y la transformación de las economías emergentes identificando y apoyando a emprendedores de alto impacto.

REQUISITOS

Las empresas postulantes deben tener mínimo 3 años de haber sido fundadas.

Crecer a tasas del 20% o más en ingresos y generación de empleos.

Tener ventas superiores a US\$1 millón.

Mayores informes: <https://endeavor.org.co/seleccion/>

Tic América

TIC Américas es un programa de apoyo y acelerador para jóvenes emprendedores de los países de las Américas, que brinda oportunidades para recibir capacitación gratuita en línea, recursos empresariales y tutoría clave con expertos de diferentes disciplinas empresariales.

¿Quiénes pueden postularse?

Ciudadanos de un estado miembro de la Organización de los Estados Americanos (OEA), que tienen una solución innovadora sobre las categorías Startup Challenge, Eco-Reto y Caribbean Innovation Competition.

REQUISITOS

Ser ciudadano de un Estado Miembro de la Organización de los Estados Americanos (OEA).

Tener de 18 a 34 años.

Los equipos participantes deben entregar: plan de negocios que proponga una solución a uno de los desafíos, modelo de negocios Canvas que resuma el plan del proyecto en una página, sitio web u otro tipo de presencia en Internet (Blog, Facebook page, Instagram, etc.)

Nota: estos documentos pueden variar de acuerdo a la categoría.

Convocatoria: vigente hasta el 29 de febrero

Mayores informes: <https://ticamericas.net>



LA ECONOMÍA NARANJA Y EL VALOR DE LA CULTURA



Por Laura Vivianne Bermúdez

Economista Cum Laude y Magíster en Filosofía Latinoamericana de la Universidad Santo Tomás
Docente del Departamento de Humanidades y Formación Integral

El término **Economía Naranja** resultaba poco conocido para los colombianos antes de las elecciones presidenciales de 2018 cuando el candidato Iván Duque, ahora presidente de la República, comenzó a vincular dentro de sus apuestas políticas y económicas los sectores de la creatividad, el talento, la propiedad intelectual y las industrias culturales, entre otros. Tras su posesión como Presidente de los colombianos y con la construcción del Plan Nacional de Desarrollo "**Pacto por Colombia, pacto por la equidad**", se han intensificado las referencias a este término junto con la proyección de un despliegue financiero de aproximadamente 6,6 billones de pesos dentro del presupuesto nacional (DINERO, 2019).

Frente a este panorama vale la pena preguntarse por qué la **Economía Naranja** es considerada hoy por hoy uno de los sectores más importantes del crecimiento nacional, cuáles son las líneas que abarca y, sobre todo, cuáles son las oportunidades y retos a los que se enfrenta nuestro país en esta materia.

¿Llegó el momento de la ECONOMÍA NARANJA?

En 2013, Felipe Buitrago, consultor de la División de Asuntos Culturales, Solidaridad y Creatividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), publicó, en compañía de Iván Duque Márquez, un texto titulado **La economía naranja, una oportunidad infinita**, donde se resalta la importancia de la economía creativa, es decir, de aquella que "comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual" (John Howkings citado por Buitrago y Duque, 2013, p.15) y que, con el paso del tiempo, aportan cada vez más al crecimiento de los países.

Buitrago y Duque (2013), señalan que según la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron 134% entre 2002 y 2011. Casi el doble que el 71% presentado por las transferencias de armas (p. 17).

Esto significa que existe una oportunidad importante para el crecimiento económico de los países a partir del desarrollo de los sectores vinculados a la cultura, al arte y sobre todo, al conocimiento. Lo anterior no resulta descabellado si recordamos teorías como la de Peter Drucker, quien reconoce que el conocimiento es un factor fundamental para la producción de riqueza, sin embargo, lo anterior no implica que los costos de producción en estas actividades sean menores o inexistentes, ya que, como se piensa comúnmente, la cultura no tiene una valor cuantitativo, pues "¡La cultura es de todos!". Al contrario, despliegues como el del Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá, que incluyen un número considerable de contrataciones, pueden costar en promedio 30.000 millones de pesos.

LA ECONOMÍA NARANJA EN COLOMBIA

Para el caso Colombiano, de acuerdo con el primer informe del DANE del 2019, la participación del valor agregado de la **Economía Naranja** con respecto al valor agregado nacional es de 1,9%, asimismo, este informe muestra que 282.566 personas estaban vinculadas laboralmente con este sector durante el 2018; no obstante, se espera que para el 2022 estas cifras aumenten y que los incentivos que ha programado el gobierno puedan consolidar este rubro como un factor fundamental para la economía nacional.

En ese orden de ideas, la propuesta planteada desde el plan de desarrollo "**Pacto por Colombia, pacto por la equidad**", específicamente el **Pacto por la protección y la promoción de nuestra cultura y desarrollo** -el cual cuenta con dos líneas de acción: a) Todos somos cultura: la esencia de un país que se transforma desde los territorios y b) Colombia Naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de las nuevas industrias- tiene como objetivo generar condiciones para la creación, circulación y acceso a la cultura en los territorios, salvaguardar la memoria y el patrimonio cultural de nación; además de mejorar las condiciones para la creación y consolidación de emprendimientos vinculados a la creatividad y el conocimiento por medio de la información efectiva, el fortalecimiento institucional y la integración con otros mercados, entre otras estrategias (Ministerio de Cultura, s.f.).

Vale la pena resaltar que, debido al carácter novedoso de estas políticas, ha sido necesario establecer lineamientos claros para poder acceder a los programas e instrumentos que el gobierno ha pensado para la sociedad colombiana. Uno de estos es la llamada **Ruta del Emprendedor de la Economía Naranja**, la cual consta de 4 preguntas fundamentales que todo emprendedor debe hacerse: ¿Qué actividades naranja desarrolla? ¿Cuál es su ubicación en el ecosistema de valor? ¿Cuál es su modelo de gestión? Y, una vez resueltos cuestionamientos, las personas podrán preguntarse ¿cuál es la oferta?, es decir, cuáles son los programas e instrumentos a los que puede acceder (Ministerio de Cultura, s.f.).

Retos de la Economía Naranja

A pesar de que el rápido crecimiento de las industrias y de los bienes y servicios que giran en torno a la cultura han cobrado mayor importancia con el paso del tiempo, se han presentado diferentes retos a la hora de consolidar estos sectores dentro de las economías nacionales, ya que no solamente se trata, por ejemplo, de generar la mayor cantidad de empleos posibles, sino que lo ideal es que las condiciones laborales de quienes están vinculados a estas actividades sean dignas y les permitan tener calidad de vida. Es decir, se corre el riesgo de que el recurso de las economías creativas se enfoque solamente en el incremento de las cifras de crecimiento económico y que no se traduzca en el desarrollo de las personas, y de sus capacidades, como mencionaría A. Sen, dentro de la comunidad a la que pertenecen.

Asimismo, es importante tener en cuenta que no se debe caer en el error de instrumentalizar la cultura, de volverla la nueva mercancía del siglo XXI, sino que esta debe conservar su valor intrínseco, su valor natural, puesto que como menciona Adorno y Horkheimer (1988) "Las diferencias de valor preestablecidas por la industria cultural no tiene nada que ver con diferencias objetivas, con el significado de los productos" (p. 3). Esto quiere decir que el valor que se ha invertido y por el cual se cuantifica el bien o servicio no debe ser más importante que el valor propio de la obra, el cual muchas veces responde a necesidades sociales que trascienden el aspecto monetario.



Entrevista a

Carlos Hernán Mendoza Villanueva

Estudiante de la Facultad de Administración de Empresas, ganador del Concurso Tomás Emprende en la Categoría Modelo de Negocio.

Carlos, tiene 21 años, actualmente estudia Administración de Empresas en la USTA y cursa 7 semestre. Su modelo de negocio se llama The Green Concept y busca romper el paradigma del consumo de aguacate, dando una propuesta de valor donde se reemplaza la grasa trans -que ofrece el mercado- por la grasa vegetal del aguacate en la elaboración de productos como nutella, paletas, brownies, tortas, entre otros, bajo una propuesta sostenible que abarque lo social, económico y ecológico.

¿Cómo aportó su programa académico al desarrollo de su emprendimiento?

Lo que más me ha aportado el programa académico fue en cómo desarrollar un modelo de negocio a partir de las bases de la administración. El estudio de mercadeo es fundamental para el desarrollo de un plan de negocios ya que debemos tener en cuenta el macro entorno y micro entorno que debe analizar un emprendedor antes de lanzar un producto al mercado.

Para mí como estudiante de la USTA el aporte más grande es el desarrollo de un plan de mercadeo y plantear un plan financiero con un horizonte determinado hace que te plantees metas y objetivos que se deben cumplir con el emprendimiento.

¿Cómo influyó en su modelo de negocio la participación en el día del emprendedor tomasino?

Inicialmente cuando decidí participar del día del emprendedor tomasino no iba con el objetivo de ganar, realmente iba con el objetivo de poder validar mi modelo de negocio ante un segmento de mercado muy importante el cual es la universidad. Realmente la feria empresarial me sirvió como experimento para poder validar esta idea que llevo trabajando.

Lo más bonito que me dejó esta experiencia fue recibir muy buenos comentarios con mi producto, me animaron a seguir trabajando en este proyecto de vida y que esta idea tiene un potencial enorme para desarrollar más productos.

Después de participar en el día del emprendedor tomasino, se me abrieron más puertas para poderme presentar con mi idea en otros espacios donde pude lograr realizar conexiones que me van a ayudar a llevar el emprendimiento a otro nivel.

¿Qué ha sido lo más difícil de emprender?

Lo más difícil es vencer el miedo y arriesgarse, en mi caso es una idea que venía trabajando hace más de año donde solicite acompañamiento y los docentes estuvieron presentes apoyando esta iniciativa, así mismo la ayuda por parte de la coordinación de emprendimiento, amigos y personas que conocían del tema pude sacar adelante esta iniciativa.

Qué consejo le daría a los emprendedores tomasinos que deseen iniciar su emprendimiento?

Les aconsejo que salgan de la zona de confort y que no se queden únicamente en la idea que tienen en la cabeza sino que busquen ayuda para poder construir un modelo de negocio que sea sostenible en el tiempo, busquen múltiples ayudas, la universidad cuenta con un Consultorio Social Empresarial que brinda asesoría en el desarrollo y consolidación de ideas de negocios, así mismo hay muchas convocatorias, incubadoras que ayudan a que esas ideas puedan salir adelante.



Ganadores del Concurso

TOMÁS EMPRENDE

2019-II

El **Concurso Tomás Emprende**, es una actividad que se desarrolló en el marco de la Muestra del Emprendedor Tomasino, liderado por la Coordinación de Emprendimiento y cuyo objetivo fue el de otorgar un reconocimiento a las mejores propuestas de emprendimiento de la comunidad universitaria.

En esta versión se presentaron más de 100 proyectos elaborados por los estudiantes de las diferentes facultades de la USTA. Estos proyectos fueron evaluados en una primera fase por un equipo de profesionales externos de universidades y entidades de fomento designados por la Coordinación de Emprendimiento quienes definieron los finalistas en cada una de las categorías. Después de una larga jornada de Pitch donde se realizó la retroalimentación a cada uno de los proyectos, se eligió a los ganadores.

Categoría Idea de Negocio

Subcategoría Tecnología

Primer Puesto: proyecto "Rueda por Colombia".
Estudiantes: Nicolás Borrero, Karen Salgado, Estefanía Patarroyo y Paula Andrea Sanabria de la **Facultad de Ingeniería Industrial**.

Subcategoría Social

Primer Puesto: proyecto "Natural Cooler".
Estudiantes: Laura Daniela Gómez Sotelo, Diego Fernando Villar Herrera y Camila Andrea Rodríguez Ballén de la **Facultad de Ingeniería Ambiental**.

Subcategoría Producto/Servicio

Primer Puesto: proyecto "Luxury Leather".
Estudiantes: Irina Naiad Domínguez Mora, Karen Johanna Quintero Camero, Paula Andrea Castro Rojas y Mayerly Andrea Buitrago López de la **Facultad de Mercadeo**.

Categoría Modelo de Negocio

Primer Puesto: proyecto "The Green Concept".
Estudiante: Carlos Hernán Mendoza de la **Facultad de Administración de Empresas**.

Segundo Puesto: proyecto "Sistema Antirrobo".
Estudiantes: Hayder Arlein Herrera Villarraga y Miguel Ángel Moreno Pinto de la **Facultad de Administración de Empresas**.

Tercer Puesto: proyecto "Green Home".
Estudiante: Sebastián Murcia de la **Facultad de Negocios Internacionales**.

Esto le
interesa

Evento: Taller de emprendimiento
Fecha: **4 de marzo**
Lugar: Campus San Alberto Magno
Información:
juan.corredor@usantotomas.edu.co

Evento: Encuentro con voluntarios
sobre responsabilidad social
Fecha: **6 de marzo**
Información:
centrosproyeccionsocial@usantotomas.edu.co

Evento: I Salida Territorio Centro de
Proyección Social - Suba
Fecha: **20 de marzo**
Información:
centrosproyeccionsocial@usantotomas.edu.co

Evento: II Salida Territorio Centro
de Proyección Social - Usme
Fecha: **30 de abril**
Información:
centrosproyeccionsocial@usantotomas.edu.co

Evento: Día Generación de ideas
Fecha: **2 de abril**
Lugar: Campus San Alberto Magno
Información:
juan.corredor@usantotomas.edu.co

Evento: Socialización Investigación
es de Mercados (estudiantes 4 semestre-
Cultura Física, Recreación y Deporte)
Fecha: **29 de abril**
Lugar: Campus San Alberto Magno
Información:
juan.corredor@usantotomas.edu.co

Evento: Día de la creatividad
Fecha: **26 de mayo**
Lugar: Edificio Doctor Angélico
Información:
coord.emprendimiento@usantotomas.edu.co

Evento: Concurso Tomás Emprende
Fecha: **27 de mayo**
Lugar: Auditorio Fundadores - Sede Principal
Información:
coord.emprendimiento@usantotomas.edu.co

Retos Mentales

ACERTIJO PARA EJERCITAR LA MENTE

$$3 \times 3 + 3 \times 3$$

- A) 36
- B) 18
- C) 81

ENCUENTRA MÁS JUEGOS EN:
juegosmentalesmr@blogspot.com

