



Facultad de Ciencias Administrativas

**GUÍA DE PRESENTACIÓN DE ANTEPROYECTO
OPCIÓN DE GRADO¹
MODALIDAD PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

GENERALIDADES PARA LA ELABORACIÓN DEL ANTEPROYECTO

El trabajo de grado es el ejercicio de profundización, desarrollado por el estudiante de pregrado como requisito para optar al título profesional, mediante la integración de la teoría y la práctica de conocimientos y habilidades, orientada a fortalecer las competencias adquiridas durante el proceso de formación, además de aportar a través de soluciones creativas a problemáticas relacionadas con el objeto de estudio o campo profesional².

Se entiende por proyecto de emprendimiento³, el ejercicio mediante el cual el estudiante aplica sus competencias profesionales a través del desarrollo de un producto o servicio, que responde a una necesidad, desde un enfoque creativo con potencial innovador, acompañado de una propuesta de modelo de negocio.

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

De igual manera, se espera que el estudiante (s), haya identificado una necesidad de productos o servicios, y cuenten con una revisión alrededor de la propuesta como alternativa de solución. La propuesta debe incluir criterios de innovación de acuerdo a los lineamientos del manual de OSLO (Producto, procesos, marketing y gestión); inclusión social, e impacto ambiental, beneficioso en el medio ambiente como resultado, total o parcial de la estrategia empresarial.

Así entonces, el presente documento servirá de guía para estructurar el anteproyecto.

¹ Resolución trabajo de grado de pregrado 6462-2009

² Bid

³ Bid

Nota: la presente guía será aplicada para todas las Facultades de la Universidad Autónoma de Occidente.

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, perteneciente al sector económico. CIU).

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 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 - Asesor Empresarial (*Si aplica*)

MODALIDAD: Proyecto de Emprendimiento.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La definición del problema está integrada por los antecedentes de la propuesta, formulación del problema, justificación y los objetivos.

1.1 ANTECEDENTES (mínimo 2 páginas)

Para este punto debe considerarse los desarrollos alcanzados por otros investigadores sobre el tema objeto de estudio, incorpore referentes nacionales e internacionales. Se recomienda la revisión referencial sea de los últimos cinco años.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA (VALIDACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA O NECESIDAD)

La formulación del problema parte del análisis de antecedentes, incorporando 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, hechos que demuestren la existencia de la necesidad y/o vacío.

b. Fuentes primarias. El o los emprendedores deberán documentar una investigación de tipo exploratoria 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 fílmicos, 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 solución a la situación identificada.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La justificación hace referencia a la importancia del proyecto a generar, ampliar o mejorar. Se debe especificar los grupos beneficiarios, resaltar aspectos relevantes del proyecto, desde el punto de vista de contribución al conocimiento y aporte a la solución de un problema (económico, social, tecnológico, cultural entre otros).

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

2. 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 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).

2.1 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.

2.2 Objetivos específicos

El desarrollo de cada objetivo específico, permite el cumplimiento del objetivo general.

Por su parte, bajo la modalidad de trabajo de grado de emprendimiento se precisa que debe plantearse los objetivos específicos que den cuenta de los siguientes módulos:

- 1. Módulo entorno general y sectorial
- 2. Módulo de mercado.
- 3. Módulo técnico operativo.
- 4. Módulo administrativo y legal.
- 5. Módulo financiero.

3. MARCO REFERENCIAL

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

3.1 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 donde se mueve el sector industrial, siendo necesario identificar: los competidores, proveedores, sustitutos y compradores.

3.2 Marco Conceptual

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

3.3 Marco Teórico

Representa la fundamentación de referentes teóricos que respalden las iniciativas de emprendimiento en las diferentes modalidades.

3.4 Segmentos de Clientes

Define los diferentes grupos de personas u organizaciones a los que la empresa les entregará valor (satisfacción de una necesidad).

3.5 Propuesta de valor

Describe claramente cuál es el diferenciador de su proyecto y porque los segmentos objetivos necesitan de este producto (Bien o Servicio), y cuál es el potencial de innovación.

4. METODOLOGÍA *(máximo 2 páginas)*

La metodología refleja la estructura lógica del proceso de investigación o desarrollo, que conlleve al cumplimiento de los objetivos. Es importante establecer si para el desarrollo del proyecto se empleará una metodología reconocida en el área de trabajo o se plantea una aproximación propia.

Deben indicarse el tipo de estudio y diseño metodológico.

4.1 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?

4.2 Diseño Metodológico

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

Presenta como logrará el desarrollar los diferentes módulos que conforman el plan de empresa. Módulo de entornos, Módulo de Mercadeo, Módulo Técnico-operativo, Módulo Organizacional y legal y Módulo Financiero.

5. PRESUPUESTO *(máximo 1 página)*

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

ÍTEMS	FINANCIACIÓN		
	PROPIA	UAO	EXTERNA CON OTRAS INSTITUCIONES (defina cuales)
1. Elementos de escritorio y papelería	\$	\$	\$
2. Comunicaciones (fax, correo)	\$	\$	\$
3. Fotocopias	\$	\$	\$
4. Bibliografía	\$	\$	\$
5. Transporte y gastos de viaje	\$	\$	\$
6. Software	\$	\$	\$
7. Materiales y equipos	\$	\$	\$
8. Otros (especifique)	\$	\$	\$
Total	\$	\$	\$
Valor Total del Proyecto			

6. CRONOGRAMA PARA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO *(máximo 1 página)*

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. BIBLIOGRAFÍA O REFERENCIA

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.