



**“HABILITACIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS
EN PAQUETES TECNOLÓGICOS DEMANDADOS POR
EMPRESARIOS PARA LA GENERACIÓN DE INGRESOS
PARA SU SOSTENIBILIDAD”**

FERNANDO CASTAÑO ARANGO

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TITULO
DE
MAESTRIA EN ESTRATEGIA DIGITAL DE NEGOCIOS**

Director(a) de Trabajo de Grado:

Prof.^a: ANA LUCIA ALZATE ALVARADO

Mentor: CARLOS HUGO GOMEZ GONZALEZ

Cali, Colombia

Diciembre, 2023.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCION	6
2. EL ESTUDIANTE COMO CLIENTE DE LA UNIVERSIDAD	7
2.1. SITUACION ECONOMICA DE LOS ESTRATOS BAJOS	
2.2. OFERTAS EDUCATIVAS DEL SECTOR	
2.3. ENTREVISTA Y ENCUESTAS	
2.3.1. Estudiantes aspirantes a la universidad	
2.3.2. Estudiantes que ya están cursando la universidad.	
3. LA EMPRESA COMO CLIENTE DE LA UNIVERSIDAD	9
3.1 EMPRESARIOS	
3.1.1. Encuesta vía Google Form	
3.1.2. Entrevistas directas.	

4. PROPUESTA DE VALOR PARA LA UNIVERSIDAD	11
4.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	
4.2. DIVERSIFICACION Y ATRACCION DE ESTUDIANTES	
4.3 COLABORACIONES EMPRESARIALES	
4.4 MEDICION DE ÉXITO	
4.5 FEEDBACK CONTINUO	
5. HOJA DE RUTA O ROADMAP	13
5.1 FASE 1: INVESTIGACION Y PLANIFICACION	
5.1.1 Evaluación de recursos	
5.1.2 investigación del mercado laboral.	
5.2 FASE 2: DESARROLLO DEL CONTENIDO Y ESTRUCTURA	
5.2.1 Diseño curricular	
5.2.2 Desarrollo de materiales didácticos.	
5.2.3 Identificación de instructores.	
5.3 FASE 3: IMPLEMENTACION PILOTO	
5.3.1 Grupo piloto	
5.3.2 Recopilación de feedback	
5.3.3 colaboración empresarial inicial	
5.4 FASE 4: EVALUACION CONTINUA	
5.4.1 Monitoreo continuo	
5.4.2 adaptación a cambios del mercado laboral.	

Resumen

Este proyecto se fundamenta en el problema que tiene una universidad para que un aspirante de los segmentos o estratos económicos 2 y 3, la prefiera por encima de las otras universidades, llenando o dando satisfacción a la vez a las expectativas que tiene el aspirante o el futuro estudiante, quien tiene como dificultad o problema crítico el no tener los recursos necesarios para ingresar y mantenerse en la universidad. Para esta problemática, este Proyecto presenta y valida una Propuesta de Valor que le da una respuesta a la expectativa del futuro estudiante a la vez que genera igualmente un valor para la universidad, al ofertar una Propuesta que se espera sea atractiva a muchos aspirantes. Este proyecto no tendría un impacto real sino se considera la otra cara que tiene este modelo y es la aceptación por parte de la Empresa, a quien debe evaluarse su nivel de aceptación o deseabilidad, factibilidad y viabilidad.

Palabras clave: Universidad, estudiante, propuesta de valor, empresa

This project is based on the problem that a university has so that an applicant from economic segments or strata 2 and 3 prefers it over other universities, fulfilling or satisfying at the same time the expectations that the applicant or future student has, who has the difficulty or critical

problem of not having the necessary resources to enter university. For this problem, this Project presents and validates a Value Proposition that responds to the expectations of the future student while also generating value for the university, by offering a Proposal that is expected to be attractive to many applicants. This project would not have a real impact if the other side of this model is considered and that is the acceptance by the Company, whose level of acceptance or desirability, feasibility and viability must be evaluated.

Keywords: University, student, value proposition, company.

Introducción

La falta de recursos económicos es a menudo una barrera insuperable para muchos estudiantes que aspiran a la educación superior privada (Universidad del Rosario, 2023), estos son estudiantes que no lograron los puntajes mínimos para ingresar a las universidades públicas que subvenciona el estado colombiano. En nuestro enfoque, reconocemos este desafío y lo abordamos directamente, proponiendo una solución que no solo beneficie a los aspirantes, sino que también agregue valor a la universidad en sí.

En el dinámico escenario educativo actual, la competencia por atraer a los estudiantes y ofrecerles oportunidades significativas es más crucial que nunca. En particular, las universidades se enfrentan al desafío de no solo proveer educación de calidad, sino también de abordar las barreras económicas que impiden a muchos aspirantes acceder a la educación superior.

En este contexto, surge nuestro proyecto innovador, en donde nos enfrentamos al dilema de como una universidad puede destacarse, especialmente para aquellos aspirantes de los estratos económicos 2 y 3, brindándoles no solo educación superior, sino también las herramientas prácticas para construir un futuro financiero sólido durante sus estudios.

Desafíos y Oportunidades

La falta de recursos económicos es a menudo una barrera insuperable para muchos estudiantes que aspiran a la educación superior (El PAIS, 2023). En nuestro enfoque, reconocemos este desafío y lo abordamos directamente, proponiendo una solución que no solo beneficie a los aspirantes, sino que también agregue valor a la universidad en sí.

La Propuesta de Valor

Nuestra propuesta de valor se centra en la creación de cursos especializados que no solo impartan conocimientos académicos, sino que también capaciten a los estudiantes para generar ingresos mientras están en la universidad. Este enfoque no solo satisface las expectativas de los aspirantes, sino que también fortalece la posición de la universidad al ofrecer una educación más completa y accesible, teniendo en cuenta las necesidades que la Empresa tiene en su entorno.

La Evaluación Integral

Reconocemos que la viabilidad de este proyecto depende de la aceptación y colaboración tanto de los aspirantes como de las empresas. Por tanto, llevaremos a cabo una evaluación exhaustiva, midiendo la receptividad de los estudiantes y evaluando la deseabilidad, factibilidad y viabilidad desde la perspectiva empresarial.

Un proyecto de esta magnitud no solo busca transformar el proceso de selección universitaria, sino también establecer un nuevo estándar en la educación superior, donde la generación de ingresos y la formación práctica se integren de manera integral.

Acompáñenos en esta travesía hacia una educación más inclusiva, practica y orientada al éxito.

2. EL ESTUDIANTE COMO CLIENTE DE LA UNIVERSIDAD

El estudiante es la razón de ser de cualquier universidad, y esta universidad atiende las necesidades que corresponden a los estratos económicos bajos de la ciudad de Cali y de la región.

2.1 SITUACION ECONOMICA DE LOS ESTRATOS BAJOS

Es conocido en nuestro medio socioeconómico, las limitaciones económicas que tienen los aspirantes de los estratos bajos, en donde muchos de los que anhelan llegar a la Universidad dependen de ingresos bajos, provenientes de labores de servicio o empleados mal remunerados o aspirantes que dependen de empresas familiares, cuyas características son más de supervivencia y un bajo porcentaje de estas empresas con alguna perspectiva empresarial.

2.2 OFERTAS EDUCATIVAS DEL SECTOR

Existen múltiples ofertas educativas, no solo de las diferentes universidades, sino de plataformas educativas que están ganando espacio entre los aspirantes, debido al menor tiempo ofertado para la capacitación, sino a que las empresas están aceptando este tipo de capacitación para llenar sus vacantes.

2.3 ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

Con el fin de satisfacer la principal necesidad que un aspirante de estos estratos económicos tiene para llegar a la universidad, se desarrollaron dos experimentos: entrevistas y encuestas, para validar la hipótesis: **“Creemos que los estudiantes universitarios desean adquirir experiencia laboral relevante y obtener ingresos que les permitan financiar sus estudios y gastos personales”**.

2.3.1 Estudiantes que Aspiran Ingresar a la Universidad

A estos estudiantes se les efectuó una entrevista, en la cual participaron al menos 8 estudiantes de diferentes colegios de la ciudad de Cali. Al planteárseles la posibilidad de que mientras estuvieran cursando una carrera universitaria, tendrían la oportunidad de trabajar en alguna empresa, una vez cumpliera los requisitos de capacitación en algún curso especializado que la empresa necesite, y con el cual la empresa los contratara parcialmente, hubo una completa aceptación y beneplácito con la idea. Este hecho estaba validando la hipótesis propuesta en el aparte anterior.

2.3.2 Estudiantes que ya Están Cursando una Carrera en la Universidad

Como un segundo experimento se elaboró una encuesta o formulario por medio de Google Form a diez estudiantes universitarios de los primeros semestres, a fin de validar la misma hipótesis planteada en 2.3. (Ver Anexo 1)

En esta ocasión, no solo se validó la hipótesis, sino que se midió el nivel de compromiso de participar en este programa o modelo de Cursos especializados para que los estudiantes generen sus propios ingresos mientras cursan su carrera universitaria.

Igual que en el anterior experimento, el nivel de aceptación de la Propuesta de Valor fue total.

3. LA EMPRESA COMO CLIENTE DE LA UNIVERSIDAD.

La otra cara de la moneda de este Proyecto o de este Modelo de Negocio, son las necesidades de la Empresa y que puede hacer la Universidad para satisfacer o dar respuestas a estas necesidades.

3.1 LOS EMPRESARIOS

Los Empresarios son los agentes determinantes en este modelo de negocio, pues son ellos los que deciden, según su deseabilidad, que propuestas aceptar. Se eligieron varias hipótesis críticas y dentro de estas se le dio prioridad a la hipótesis: “ **Las empresas tienen un interés real en cubrir sus vacantes con estudiantes universitarios capacitados** ”.

3.1.1 Entrevistas Directas.

En este tercer experimento y para verificar esta hipótesis, se entrevistaron a 5 empresarios, de diferentes sectores empresariales, tomando como métrica el mayor número de casos de favorabilidad hacia la Propuesta o hacia este Modelo de Negocio.

Como resultado, se encontró que la mayoría de los empresarios, miran con buena aceptación la Propuesta por las siguientes razones: están actualizando conocimientos, están aprovechando las últimas tendencias, miran la propuesta como confiable debido a la supervisión que la universidad da en cada uno de los estudiantes que estén participando como parte de algún Curso especializado creado en común acuerdo con la Universidad y la coordinación respectiva del Curso que se vaya a desarrollar o implementar.

Como resultado basado en la Tarjeta de Aprendizaje, se observó que: si hay interés, pero debido a la competencia, debe haber algún tipo de demostración del nivel de capacitación que realmente el estudiante tiene, en este sentido la universidad debe proveer un demo o un estudiante capacitado para demostrar con un ejemplo lo que se puede lograr al tomar como demostración la solución parcial a uno de los problemas que la empresa enfrente. De otra parte la universidad debe constatar la Ley Laboral, para conocer las limitaciones que puedan existir frente a este tipo de contrataciones parciales, antes de estructurar el Modelo de Negocio.

En este tercer experimento, se aprendió que: hay que tener en cuenta las ofertas de la competencia, a fin de implementar un diferencial que haga que la propuesta sea lo

suficientemente atractiva y que debe investigarse en la Ley educativa a fin de no contravenirla.

Por lo tanto, la Universidad deberá constatar el nivel de competencia exigido por la Empresa, a fin de estructurar los cursos a la medida de las necesidades o exigencias de esta, al igual que deberá constatar que no se esté incurriendo en alguna falta contra la Ley Educativa.

Otra de las acciones futuras que la universidad puede planear una vez certifique que no hay impedimentos para llevar a cabo la Propuesta, es la oferta de un periodo mínimo de trabajo del estudiante sin que la empresa tenga que efectuar ningún pago por este servicio.

3.1.2 Encuesta vía Google Form

En este cuarto experimento, se obtuvieron respuestas de algunos empresarios, que muestran: una favorabilidad hacia la Propuesta, teniendo en cuenta la misma hipótesis mencionada en 3.1, al mencionar habilidades o conocimientos técnicos que le hacen falta a la empresa, lo mismo que al mencionar las áreas de la empresa que se beneficiarían con este servicio.

4 PROPUESTA DE VALOR PARA LA UNIVERSIDAD

El Modelo de Generación de Ingresos, se fundamenta en el hecho de que al estructurar una relación con el sector empresarial, se alcance una sinergia empresa-universidad, de tal forma que al crear los cursos y habilitar o capacitar a los estudiantes para atender las necesidades de la empresa, se van a generar ingresos a futuro de dos formas: primero porque los estudiantes ven como atractivo el que la universidad los involucre laboralmente con las empresas, lo cual hará que la demanda de los programas y cursos vaya en aumento,

y segundo porque al tener éxito este modelo, la universidad tendrá derecho a cobrar alguna participación por colaborar con la solución de problemas de la empresa, incluso establecer algún tipo de membresía que igualmente tenga un valor periódico a favor de la universidad.

4.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.

Con el fin de establecer factores o acciones que hagan que la Propuesta de la Universidad sea diferente a lo habitual, la Universidad debe:

4.1.1 Establecer un enfoque práctico y experiencial, destacando la orientación práctica de los cursos, asegurándose de que los estudiantes no solo adquieran conocimientos teóricos, sino que también obtengan experiencia práctica relevante que pueda aplicarse directamente en el entorno laboral.

4.1.2 Adaptabilidad y flexibilidad de los cursos. Diseñar cursos que puedan adaptarse rápidamente a las necesidades cambiantes del mercado laboral. La flexibilidad para ajustar los contenidos según las demandas específicas de las empresas podría ser un diferenciador clave.

4.1.3 Cursos de certificación reconocidos. Ofrecer certificaciones o acreditaciones reconocidas por la industria. Asegurarse de que los cursos impartidos en colaboración con las empresas agreguen valor a nivel curricular y sean reconocidos en el mercado laboral.

4.1.4 Acompañamiento y mentoría personalizada. Proporcionar un sólido sistema de acompañamiento y mentoría. Contar con mentores de la industria y un apoyo personalizado puede ser un diferenciador significativo para los estudiantes.

4.2 DIVERSIFICACION Y ATRACCION DE ESTUDIANTES.

La propuesta puede aumentar la diversidad socioeconómica en la universidad, lo que puede ser atractivo para aspirantes y mejorar la reputación institucional.

4.3 COLABORACIONES EMPRESARIALES

Fomentar la colaboración con empresas locales para integrar oportunidades de empleo, pasantías y proyectos conjuntos que beneficien tanto a los estudiantes como a las empresas.

4.4 MEDICION DE ÉXITO

Desarrollar métricas para medir el éxito del programa, como tasas de empleo posgraduación, proyectos exitosos generados por los estudiantes, etc.

4.5 FEEDBACK CONTINUO

Implementar un sistema de retroalimentación continua que involucre a estudiantes, profesores y empresas para ajustar y mejorar constantemente la propuesta.

5. HOJA DE RUTA o ROADMAP

Esta Hoja de Ruta o Roadmap, proyecta lo que en el momento debe hacer la universidad, lo que a continuación debe hacer y lo que debe hacer en el futuro.

5.1 FASE 1: INVESTIGACION Y PLANIFICACION

5.1.1 Evaluación de Recursos.

Analizar los recursos actuales de la universidad, incluyendo instalaciones, personal docente y tecnología, para determinar la capacidad para implementar nuevos cursos especializados, o, la adaptación de los cursos actuales según la necesidad de la empresa que solicite el servicio.

Analizar la infraestructura tecnológica para garantizar que pueda admitir métodos de enseñanza innovadores y plataformas interactivas necesarias para estos cursos.

Evaluar la disponibilidad de personal docente calificado y determinar si es necesario contratar nuevos instructores especializados para cubrir las áreas temáticas de los cursos.

Revisar el presupuesto disponible y estimar los costos asociados con el desarrollo e implementación de los cursos, incluyendo materiales didácticos, formación de instructores y promoción.

5.1.2 investigación del Mercado Laboral

Evaluar las tendencias del mercado laboral para identificar las habilidades más demandadas por las empresas locales.

Colaborar con expertos en recursos humanos y líderes empresariales para obtener información sobre las expectativas del mercado en términos de habilidades y calificaciones de los graduados.

Analizar los programas educativos existentes en otras instituciones, comenzando por las locales, para identificar brechas en la oferta académica y asegurar que los nuevos cursos sean diferenciadores y relevantes.

5.2 FASE 2: DESARROLLO DEL CONTENIDO Y ESTRUCTURA

5.2.1 Diseño Curricular

Colaborar con profesionales y expertos en el campo para diseñar un currículo relevante que integre conocimientos académicos con habilidades prácticas.

5.2.2 Desarrollo de Materiales Didácticos

Crear materiales de enseñanza interactivos y orientados a la práctica, que permitan a los estudiantes aplicar los conceptos aprendidos.

5.2.3 Identificación de Instructores.

Seleccionar instructores calificados y con experiencia en el campo para impartir los cursos.

Proporcionar capacitación continua para los instructores, centrándose en la aplicación práctica de los contenidos y las metodologías innovadoras de enseñanza.

5.3 FASE 3: IMPLEMENTACION PILOTO

5.3.1 Grupo Piloto

Seleccionar un grupo piloto de estudiantes para participar en los cursos especializados como prueba inicial.

5.3.2 Recopilación de Feedback

Obtener comentarios regulares de los estudiantes y ajustar el programa según sea necesario.

5.3.3 colaboración Empresarial Inicial

Iniciar conversaciones con empresas locales para establecer colaboraciones y posibles oportunidades de empleo.

5.4 FASE 4: EVALUACION CONTINUA

5.4.1 Monitoreo Continuo

Establecer un sistema continuo de monitoreo y evaluación para medir el rendimiento a lo largo del tiempo.

5.4.2 adaptación a Cambios del Mercado Laboral.

Ajustar el programa según las evoluciones en las demandas del mercado laboral y las tendencias económicas.

Referencias

- Aprendiz financiero. “Modelo de Negocio CANVAS Explicado PASO a PASO.” *Aprendiz Financiero*, 2019, www.youtube.com/watch?v=ZQgXyiozmYY&ab_channel=AprendizFinanciero
Links to an external site.

- Doblin. (2015). Ten types of Innovation the Building Blocks of Breakthroughs. https://doblin.com/dist/images/uploads/Doblin_TenTypesBrochure_Web.pdf
- Alzate, A. (2021). De las ideas a la acción. <https://web.microsoftstream.com/video/7fb6b9db-ecb3-4fa4-9a55-74a6b3195c67>.
- Enciende la luz. (2021, February). Criterios de priorización - MOSCOW. Enciendelaluz. https://www.youtube.com/watch?v=JY_NQ9jQV2s Links to an external site.
- Ries, E., & Javier San Julián. (2018). El método Lean startup: cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua (pp. 107–120). Deusto
- Alvarez, C. (2014). Lean customer development: building products your customers will buy (pp. 1–15). O'reilly.
- Ries, E., & Javier San Julián. (2018). El método Lean startup: cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua (pp. 69–86). Deusto.
- Bland, D. J., & Osterwalder, A. (2020). Testing business ideas (pp. 101–230). John Wiley & Sons, Inc.
- Cuadros, J. (2021). Definir equipos y flujo del experimento. <https://web.microsoftstream.com/video/5c3021bf-7460-4ce9-ab26-5ccb2b9d84>.
- Cuadros, J. (2021). Los experimentos y su nivel de confiabilidad. <https://web.microsoftstream.com/video/9b619600-2f2f-4617-84f7-6432e43c4dfa>.

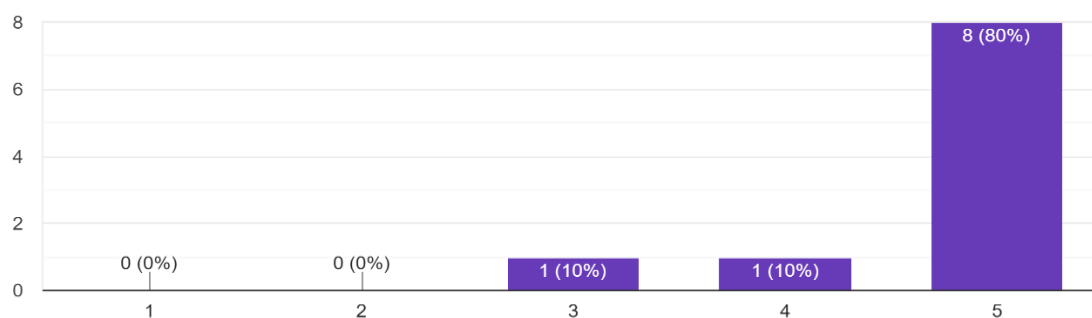
- Cuadros, J. (2021). Cómo registrar el conocimiento resultante de los experimentos. <https://web.microsoftstream.com/video/35836984-ea99-4954-a603-3f7f0a3f6a5c>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadakos, T. (2014). Value proposition design (p. 213b). Wiley, November.
- Video sobre priorización con el método MOSCOW
<https://www.youtube.com/watch?v=OYApteHOHEI&t=5s>
- (EL PAIS, 2023). <https://www.elpais.com.co/educacion/estos-son-los-obstaculos-de-ingreso-a-la-universidad-en-colombia-en-los-estratos-1-2-y-3-2427.html>
- (Universidad del Rosario, 2023). <https://urosario.edu.co/periodico-nova-et-vetera/nuestra-u/menos-de-la-mitad-de-los-bachilleres-en-colombia-logra-acceder-de-inmediato-la-educacion>

Anexo 1

Resultados de la encuesta hecha a 10 estudiantes universitarios de los primeros semestres de Administración y Tecnología de Software, en el segundo semestre de 2023 de CUDES-Corporación Universitaria para el Desarrollo Empresarial y Social.

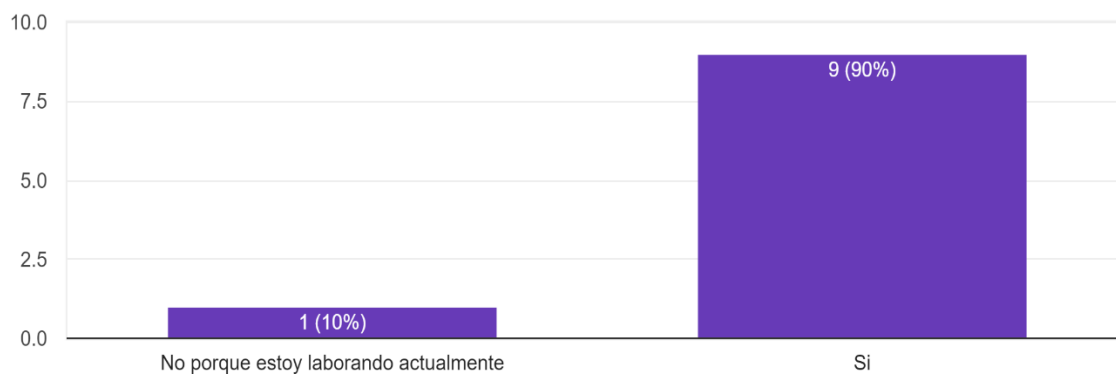
1. Si la universidad diseña cursos especializados para que pueda generar sus propios ingresos, usted aprovecharía esta oportunidad?

10 respuestas



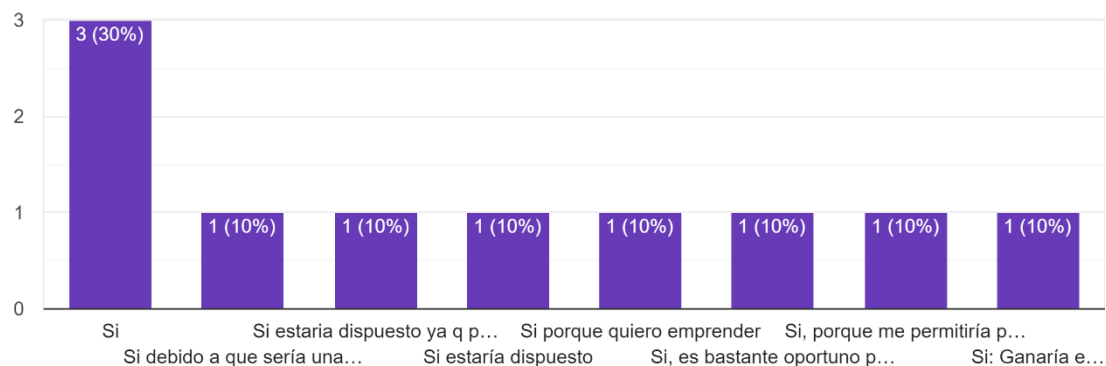
2. Estaría dispuesto a tomar un Curso Especializado dentro de su carrera, sabiendo que tendría que laborar para alguna empresa sea presencial o virtua...lique por que, solo en el caso de que no participe.

10 respuestas



3. En cualquier caso usted estaría dispuesto a apoyar esta modalidad, teniendo en cuenta que tendrá múltiples beneficios para usted como estud... que este matriculado? Responda si o no y porque.

10 respuestas



4. Quiere hacer algún comentario adicional?

7 respuestas

No

Si, por favor tener en cuenta los que estamos laborando, como podemos participar. Muchas gracias 😊

La idea es muy llamativa y casi que única, para lo que es el desarrollo de profesionales, impulsando a los estudiantes y generando mejores profesionales en el mercado, personas que ya van a tener una experiencia y conocimientos más reales de sus labores a desempeñar.

Ninguno

Me interesa como se están planteando estas propuestas o ideas

Ojalá se logre un curso de esos es muy interesante la propuesta