



Encontraras en esta edición

**1 ARTICULO
PRINCIPAL**

2 DATO CURIOSO

**3 ARTICULO EM-
PRESARIAL**

4 NOTICIAS

5 OPINION

6 EVENTOS

**7 EVENTOS RECO-
MENDADOS**



Boletín de la Oficina de Gestión y Desarrollo Empresarial

Fundación Universidad Autónoma de Colombia

¿Qué mide el Ministerio?

Me apresuro a separarme de algunos de los reproches que se le han hecho al instrumento. No tiene en cuenta la desigualdad: no debería (la primera afirmación es algo inexacta: la incluye, pero clandestinamente y por error, ver más abajo). No hay que meter todo en un solo saco. No está mal que se haya hecho público: los indicadores sociales no son sólo mediciones sino sistemas de incentivos. Estas cosas no se hacen para tenerlas escondidas.

La pregunta que me

parece crucial es si el Ministerio está midiendo lo que es. Y en cuanto uno trata de responderla aparecen muchísimos problemas. Por pura falta de espacio doy sólo unos ejemplos de muchos posibles. En el apartado de estudiantes se incluye una sección de egresados, que a su vez se desagrega en empleabilidad y salario de enganche. La interfaz entre universidad y mercado laboral es muy importante, pero no es claro por qué cabe como criterio de calidad. Depende de manera obvia de muchas variables extra-universitarias: región, disciplina cien-

tífica. Yo puedo tener un magnífico departamento de matemáticas o música, muy respetado en el exterior y de altas calidad y relevancia, pero sus egresados no van a ganar tanta plata como mis abogados o mis MBAs.

Pero el peor caso es el de internacionalización. Aquí sólo hay dos criterios. Uno es el de inglés en las pruebas saber PRO y el otro es el de coautoría con extranjeros.

Les recordamos que los servicios de la oficina se encuentran a su servicio. Para más información escribanos al correo :

con_economico@fuac.edu.co

Con respecto del inglés, habría que capturar cuánto mejora la universidad la situación del alumno, es decir, recurrir a mediciones en el momento de entrada y en el de salida. De lo contrario, se está en realidad estableciendo un proxy de estrato social. Esto contamina al indicador, metiéndole precisamente una medición de desigualdad como si fuera de calidad. Con respecto a lo de coautoría, me parece una extravagancia inverosímil. Publicar con buenos coautores es práctica loable. Pero no veo bien por qué diablos si Pedro Pérez publica solo en una excelente revista, o en coautoría con su colega colombiana Pepita Martínez, eso no valga como internacionalización, y en cambio sí cuando saca un texto de combate en una revista del quinto círculo concéntrico con un

“extranjero”.

Tampoco acierta el MIDE en el campo de la producción intelectual. Qué bien que se le dé peso a los artículos. ¿Pero por qué desaparecieron como por arte de gracia los libros? Esto no afecta sólo a las ciencias sociales sino a muchas disciplinas, y es en realidad oscurantismo puro y duro. Tan sorprendente como el hecho de que no haya referencia alguna a las actividades de extensión que, en un país en proceso de paz y en búsqueda de una modernidad vivible, son claves: no sólo son un criterio esencial para evaluar el papel de la universidad, sino una potencial fuente de conocimientos vitales en las disciplinas aplicadas.

Habría más que decir. La razón detrás de la asignación de los pesos a cada variable

es un misterio...Y mientras algunas de ellas tienen criterios de medida más o menos fáciles de entender (porcentaje de docentes con doctorado), otras son cajas negras (¿cómo se miden los artículos? ¿los “investigadores Colciencias?”). Mineducación parece ignorar que pequeños cambios en estos parámetros pueden alterar sustancialmente el desenlace del escalafón, y que hay una profusa literatura internacional, y fuertes debates, sobre el tema (a quien se divierta como yo con estas cosas le recomiendo: <http://goo.gl/oNmIQI>).

Por el momento, MIDE se raja en calidad y en interna-

Tomado del Espectador

Francisco Gutiérrez Sanín
<http://www.elespectador.com/opinion/mide-el-ministerio>

Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?



El impacto del emprendimiento y la innovación sobre los negocios avanza de una manera tan rápida, que resulta difícil entender cómo actuar para lo-

gar los resultados que un país como Colombia busca en este frente. La evidencia internacional confirma que los niveles más altos de desarrollo corresponden a países que muestran también altos niveles de emprendimiento innovador en sus economías.

El emprendimiento innovador es una

actitud en las personas, una cultura y una capacidad en las empresas y una característica del entorno competitivo en los países.

Tomado de ebakingnews

<http://www.ebankingnews.com/noticias/emprendimiento-e-innovacion-en-colombia-que-nos-esta-haciendo-falta-0024898>

Diseña tu propio plan de marketing

La falta de medios no debe ser una barrera para diseñar buenas estrategias de marketing. Como pyme, tienes muchos recursos a tu alcance que debes concentrar en ganar pequeñas batallas.



El conocimiento del cliente debe ir más allá del mero dato de saber quién compra tus productos (y los de tu competencia). Debes conocer por qué los compra, con qué frecuencia, si está satisfecho y es fiel a tus productos o si estaría dispuesto a marcharse a la competencia por un precio inferior. Estos estudios cualitativos de los clientes son imprescindibles para conocer sus motivaciones de compra y diseñar así las estrategias de fidelización más adecuadas. Además, te permitirán identificar otros grupos con necesidades similares y a desarrollar estrategias eficaces para atraerlos. Tú mismo puedes hacerlo sin necesidad de pagar a un equipo de expertos. Solicitud de refe-

rencias. Al realizar ventas o contactos comerciales, pide los nombres de otras personas que puedan estar interesadas en tus productos. También puedes invitar a tus clientes a darte información sobre personas que puedan ser clientes potenciales ofreciéndoles incentivos, como descuentos por cada nuevo cliente que te puedan aportar. Venta a colectivos.

Vigila a la competencia Un error común cuando se tienen pocos recursos es concentrarse en el propio negocio, sin detenerse a pensar quiénes son realmente los competidores. Una información clave para diseñar tu estrategia a corto y largo plazo. Como recomienda Guy Kawasaki en el libro *Cómo volver locos a tus competidores*, para identificar a tus rivales analiza con quién compites realmente, teniendo en cuenta tanto a tus principales competidores como a otros secundarios que puedan afectar a tu volumen de negocio. ¿Crees, por ejemplo, que Iberia debería considerar como

competencia suya las futuras líneas del AVE? ¿Y a las empresas de videoconferencia? Este ejercicio te ayudará a defender tu posición actual y a identificar oportunidades futuras. Espía a tus rivales. Visita sus centros, hazte cliente suyo, pídeles un catálogo... debes comparar absolutamente todo de tu competencia. Para conocer información estratégica, vigila lo que se publica sobre ellos y asiste a actos en los que participen sus directivos; en el afán por impactar al auditorio, en estos actos suelen hablar más de la cuenta.

Diseña tu estrategia Con toda la información disponible, sólo queda realizar un análisis DAFO. Es el paso definitivo para diseñar la estrategia más adecuada. Puedes hacerlo tú mismo, poniendo sobre un papel las fortalezas y debilidades de tu negocio.

Tomado de emprendimiento creativo

<http://emprendimiento creativo.jimdo.com/documentos-y-art%C3%ADculos-sobre-emprendimiento/>

Juan Valdez ganó 5.119 millones de pesos el primer semestre



Durante los primeros seis meses del año, Juan Valdez logró consolidar su crecimiento y fortaleza en el mercado nacional e internacional, registrando máximos históricos en materia de ingresos operacionales, utilidad neta y Ebitda, señalo que mantiene la tendencia de crecimiento observada en periodos anteriores.

Los ingresos obtenidos durante el primer semestre por la compañía ascendieron a \$97.313 millones, un 25% más que los \$77.849 millones obtenidos en el mismo periodo del año 2014.

Con respecto al Ebitda, se registró un incremento del 19%, pasando de \$9.099 millones de pesos a \$10.788 millones de pesos.

Para la compañía, la estrategia de expansión es uno de los pilares que más ha aportado al crecimiento de Juan Valdez durante este año.

Este primer semestre se abrió la primera tienda en San José de Costa Rica y el plan de negocios contempla al menos 15 en los próximos 5 años; así mismo se destaca la apertura de seis nuevas tiendas en los aeropuertos de Barranquilla, Medellín y Nuevo Dorado de Bogotá.

En total se han inaugurado 11 tiendas en Colombia y cuatro en países como Chile, Kuwait, El Salvador y Ecuador, lo que permitió llegar a

322 tiendas en operación a nivel global.

“Durante este primer semestre del año hemos reforzado nuestra estrategia de expansión de tiendas, y además le hemos apostado fuertemente a las alianzas estratégicas con el propósito de continuar siendo el lugar preferido para disfrutar de la experiencia auténtica del café premium colombiano. Estos resultados positivos nos marcan que vamos por buen camino y seguimos generando valor a los caficultores colombianos que son nuestra razón de ser”, comentó Hernán Méndez, presidente de Procafecol.

La utilidad neta acumulada del primer semestre, ascendió a una cifra histórica de \$5.119 millones de pesos, cifra superior en \$3.051 millones de pesos a la acumulada a junio del año anterior de \$1.618 millones de pesos; que equivale a un crecimiento del 216%.

Cabe resaltar que dichas utilidades son netas del pago de regalías que realiza la marca al Fondo Nacional del Café (FoNC) para financiar los programas a caficultores que implementa la Federación Nacional de Cafeteros. En el primer semestre del año la Marca Juan Valdez canceló cerca de cinco mil millones de pesos en regalías de uso de marca al Fondo.

Resultados bajo las Normas Internacionales de Información Financiera

Tomado de portafolio.co

<http://www.portafolio.co/negocios/juan-valdez-gano-5119-millones-pesos-el-primer-semestre>

ESTAR SIEMPRE CONTIGO: NUEVO SERVICIO AL CLIENTE DE SAMSUNG



Entre 2014 y 2015, Samsung ha invertido alrededor de \$6.000 millones en su estrategia de servicio en Colombia “Estar Siempre Contigo”.

Samsung cuenta con siete (7) centros de servicio especializados en productos de movilidad ubicados en: Bogotá (3), Medellín (2), Cali (1) y Barranquilla (1)

La compañía habilitará Galaxy Express Service, puntos de reparación rápida y actualización de software en las tiendas propias, ubicadas en Pereira, Bucaramanga, Villavicencio, Montevía, Cartagena, Ibagué y Pasto.

En entrevista, Giovanni Acuña, director de Servicio de Samsung Colombia, le explicó a Portafolio.co en qué consiste esta estrategia.

¿Cuál es la estrategia de servicio de Samsung Colombia?

Para Samsung, el Servicio al Cliente es un pilar fundamental en su esquema permanente de innovación y diferenciación, que en Colombia se materializa en nuestra estrategia ‘Estar siempre contigo’, la cual tiene por objetivo brindar a nuestros usuarios toda la información, recursos y canales que nos permita atender sus solicitudes de manera efectiva sin importar la hora y el lugar donde se encuentre. Para cumplir este propósito hemos desarrollado un modelo de servicio que ofrece diversos canales de atención que se ajustan a sus prefe-

rencias y requerimientos. Nuestros canales están organizados en dos grupos: canales que brindan servicio remoto y servicio presencial personalizado.

Para Samsung, no sólo se trata de estar con el cliente cuando alguno de sus productos presente una novedad técnica.

¿Cuál es el diferencial que tiene la estrategia de servicio de Samsung?

La estrategia de Servicio Samsung ‘Estar siempre contigo’ gira en torno a dos pilares importantes la innovación y el respeto. Para lograrlo desarrollamos cinco elementos diferenciales en nuestro servicio al cliente:

- Orientación (contenidos y herramientas de soporte técnico ‘on line’)
- Disponibilidad (atención todos los días vía chat)
- Compañía (aplicaciones Android de soporte técnico)
- Soporte (agentes de ‘contact center’ expertos en tu producto)
- Cercanía (Red de centros de servicio autorizado estratégicamente ubicados)

Tomado de Portafolio.co

<http://www.portafolio.co/negocios/samsung-servicio-al-cliente-colombia>

¿Crees que sabes de desarrollo front-end?

27 de agosto de 2015

Por primera vez en la ciudad de Bogotá, se realizará una hackathon (maratón de programación) compuesta de retos muy cortos, con trabajo a ciegas y bajo presión, se llamará “MasterFront Bogotá 2015”.

En la ciudad de Bogotá no es la primera vez que se realiza una actividad tipo hackathon, que son maratones de trabajo ininterrumpido, con un límite de tiempo que suele variar entre 24 y 54 horas, y con equipos de trabajo de aproximadamente 5 personas. Estos eventos con un enfoque a emprendimiento digital están en auge hace varios años, aunque por primera vez, un evento

de este tipo tendrá retos de menos de media hora, y no se formarán equipos de trabajo, buscando coronar al mejor desarrollador de maquetación web, conocido como “front-end”, en un ambiente poco común como lo es un bar ambientado de manera tecnológica, espectadores, bebidas, música y comida durante los retos.



ISSN:2256-4551

Junio de 2015

**Fundación Universidad
Autónoma de Colombia**

Dr. Gabriel de Jesús Acevedo

Presidente

Dr. Ricardo Mosquera mesa

Rector

Ing. Humberto Díaz Mejía

Director Oficina de Gestión y
Desarrollo Empresarial

**Oficina de Gestión y Desarrollo
Empresarial**

Calle. 12C No. 3-43 Piso 2°

Tel.: 243 9369

con_economico@fuac.edu.co

Lo presentado en este boletín se publica con
fines de información y discusión.

Se autoriza la reproducción de este material, siempre y
cuando se cite el boletín como fuente.

Diseño y Diagramación: Oficina de Gestión y
Desarrollo Empresarial

PARA MAS INFORMACION: <http://mprende.co/contenido/%C2%BFcrees-que-sabes-de-desarrollo-front-end-%C2%A1ven-demostrarlo>

EVENTOS RECOMENDADOS



Parques científicos y tecnológicos para ciudades innovadoras



PARA MAS INFORMACION: <http://www.ccb.org.co/Eventos-y-capacitaciones/Nuestros-eventos/Conferencia/Parques-cientificos-y-tecnologicos-para-ciudades-innovadoras>.

<http://www.ccb.org.co/Eventos-y-capacitaciones/Nuestros-eventos/Conferencia/Parques-cientificos-y-tecnologicos-para-ciudades-innovadoras>