



Capítulo 4

Buena práctica de emprendimiento e innovación en la Universidad EAFIT



Simón Echeverry Gómez



Figura 26. Logo de la EAFIT



Fuente: EAFIT (s. f.).

Breve historia de la EAFIT

Qué mejor manera de narrar brevemente la historia de nuestra Universidad que por medio de las palabras del que fue nuestro rector, Juan Luis Mejía Arango. Acompañando este relato, se presenta el logotipo institucional de EAFIT (figura 26), símbolo de una trayectoria marcada por la innovación y el compromiso con el desarrollo del país. A continuación, se aprecia la rica y fascinante historia mediante un extracto del discurso que elaboró en conmemoración de los sesenta años de vida de la Institución, cumplidos en mayo de 2020.

Seis décadas atrás, el 4 de mayo de 1960, la Institución emergió como resultado de un contexto histórico en el que se requería de líderes que supieran timonear la próspera industrialización de Medellín, hecho que permitió, a mediados del siglo pasado, la expansión de la ciudad y el arribo a esta metrópoli de centenares de familias que aparte de buscar nuevas fuentes de trabajo huían de situaciones violentas generadas en el campo colombiano. La Alianza para el Progreso, programa del Gobierno de los Estados Unidos para Latinoamérica, hizo que se utilizaran recursos para promover, entre otras acciones, educación especializada en esta zona del mundo. La Universidad surgió, de esta forma, para dar respuesta a las necesidades gerenciales y administrativas de las organizaciones de aquel momento, tarea para la que dispuso de un marco internacional, con la tutoría de Syracuse University, de los Estados Unidos, que le facilitara la conexión con un modelo avanzado e innovador que respondiera al reto planteado por los fundadores.

Y así, cada década que ha transitado EAFIT, le ha significado asumir nuevos desafíos acordes con la realidad nacional e internacional. Un ejemplo de esto es que tras el auge de la industrialización inició una serie de cambios en el campo de la informática y la producción que allanaron el camino para que la Universidad decidiera crear el espacio propicio para las ingenierías, hito que sería acompañado por una misión enviada por la República Federal Alemana y de la que surgió, a finales de la década del setenta, el pregrado en Ingeniería de Producción, una de las semillas de la actual Escuela de Ingeniería.

La Universidad, en ese sentido, continuaba dando respuestas a necesidades en épocas de turbulencia política y social, como fueron los dolorosos años 80 en Medellín y en Colombia, lo que de manera posterior determinó la firma de una nueva Constitución en el país a comienzos de la década del noventa, decenio en el que EAFIT no solo ayudó junto con otras universidades al arribo del internet a Colombia, sino que determinó una de sus principales transformaciones institucionales: la apertura de la Escuela de Humanidades, en 1998, con el inicio del pregrado en Música.

Pero no es solo responder a las necesidades del entorno. EAFIT se ha erigido en las dos últimas décadas como un actor mucho más determinante en la construcción de región y de país, rol que le permite asumir una posición crítica y constructiva, propia de los grandes centros de pensamiento que le hablan a la sociedad y que, desde una perspectiva transformacional, buscan entregarle a su ecosistema soluciones pertinentes, creativas y propositivas que trasciendan lo meramente reactivo.

Inclusive es necesario que sirvan para pensar, desde ahora, en escenarios que, aunque no existan, marcarán la pauta en un futuro que no se prevé lejano y que con el big data, el internet de las cosas y las nuevas dinámicas laborales prometen modificar comportamientos, también encuadrados en cómo esta especie, y con la mirada puesta en las generaciones futuras, asuma el cambio climático como una oportunidad para todo el planeta.

Y las respuestas continúan por parte de la Universidad, aunque lo cierto es que más que respuestas lo que buscamos formularle al futuro son nuevas preguntas y propuestas, afianzadas en el rigor de la ciencia y en el beneficio de quienes vivimos en esta época de cambios permanentes y a veces hasta imperceptibles. El Itinerario EAFIT 2030, la hoja de ruta que señala la senda por la que avanzará la Institución en la próxima década, define como retos las habilidades del siglo XXI y las nuevas pedagogías centradas en el aprendizaje, la cuarta revolución industrial y las nuevas demandas laborales, la transición demográfica y equidad, y el desarrollo humano y sostenibilidad, sin duda asuntos de carácter prioritario. (Mejía Arango, 2020, párr. 4-9)

Breve génesis de la Unidad de Emprendimiento de la EAFIT

En relación con la historia del emprendimiento en la EAFIT, hay que tener en cuenta que es la misma historia de la Universidad, ya que desde sus inicios, como lo dicen Parra-Ramírez et al. (2009):

Se dedicó, básicamente, a formar el recurso humano a nivel gerencial que requerían las empresas. De allí surgió la facultad que entró rápidamente en funcionamiento como Escuela de Administración. Luego se conformaron Ingenierías, Humanidades y Derecho logrando, a través de los años, consolidar una universidad abierta al mundo. (p. 83)

El programa de Empresarismo, como se llamó inicialmente el programa de Emprendimiento, comenzó en 1999, en una sede aparte del campus principal de Medellín, más específicamente en Llanogrande (a unos 40 minutos del campus de Medellín), debido a una iniciativa de la decana de la Escuela de Administración en ese momento, María Rocío Arango Restrepo, junto a Rubén Darío Parra Ramírez, jefe del Departamento de Organización y Gerencia, Manuel Esteban Acevedo Jaramillo, docente del Departamento de Negocios Internacionales, Luis Fernando Zea Llano, director de la sede de EAFIT Llanogrande, y Jorge Hernán Mesa Cano, docente del Departamento de Organización y Gerencia (Parra-Ramírez et al., 2009).

El objetivo de ese trabajo inicial fue el de pensar en iniciativas que aportaran al desarrollo de la población del oriente antioqueño, mediante el desarrollo de nuevos negocios. Un segundo propósito del grupo de trabajo estaba orientado en estudiar la generación de empresas con enfoque social que ayudaran a aliviar el dolor que por ese entonces el departamento vivía a raíz de la ola de violencia que azotaba al país.

En paralelo, se comenzaron a impartir conocimientos en emprendimiento, a través de un curso académico dirigido a los estudiantes del pregrado en Administración de Negocios de EAFIT y a los estudiantes de Comercio Exterior de la Universidad Católica de Oriente.

En 2002, se pasó de un piloto a un programa formal por medio de tres asignaturas de libre configuración, ofrecidas a toda la Universidad. Además, se creó un diplomado para público interno y externo para profundizar en estos temas y desarrollar ideas de negocio propias.

En 2005, el emprendimiento comenzó a hacer parte del núcleo de formación institucional mediante una asignatura de carácter obligatorio para todos los pregrados de la Universidad, en la cual interactúan múltiples disciplinas con la intención de dar a conocer las oportunidades del emprendimiento a los estudiantes.

En 2006, se inicia el concurso de iniciativas empresariales abierto a toda la comunidad eafitense. En 2007, nacen el “Grupo de Investigación en Innovación y Empresarismo —GUIE— y el semillero de investigación S-IDEA, equipos que trabajan en proyectos de investigación relacionados con los temas de innovación y Empresarismo” (Parra-Ramírez et al., 2009, p. 85).

A modo de ejemplo representativo del compromiso institucional con el fomento del emprendimiento desde el aula, se presenta una de las buenas prácticas desarrolladas por la EAFIT. Esta experiencia busca transformar ideas en oportunidades reales de negocio a través del diseño de productos y servicios, integrando conocimientos teóricos y habilidades prácticas en un proyecto final. Los detalles de esta práctica se consignan en la tabla 6.

Tabla 6. Buena práctica de emprendimiento e innovación en la EAFIT

Clasificación de la práctica						
Nombre de la buena práctica		Proyecto Final en Emprendimiento				
Objetivo		Entender los conceptos generales de emprendimiento enfocados hacia el desarrollo de productos y servicios para transformar una idea en una oportunidad, de manera que pueda ser desarrollada, probada y preparada para convertirse en una oportunidad de negocio.				
Emprendimiento		X	Innovación	X		
Énfasis temático de la práctica						
Adquisición y aplicación de conocimientos	X	Desarrollo de habilidades blandas	X	Fortalecimiento de capacidades	X	Mejora de procesos administrativos y de gestión
Público objetivo hacia el cual se dirige la práctica (señale uno o varios)						
Docentes	Empresarios	Estudiantes	X	Egresados	Administrativos	
Otras entidades_____		¿Cuál?	Socios de los emprendedores			

Fuente: elaboración propia.

Descripción de la práctica

Proyecto Final es una asignatura de último semestre del pregrado en Ingeniería de Diseño de Producto de la Universidad EAFIT, en la que el estudiante, luego de realizar su práctica profesional, puede seleccionar varias opciones de temáticas para reforzar conceptos, explorar nuevos horizontes, ampliar conocimientos, entre otros. Fue allí en donde se enfocó el proceso de diseño de una nueva opción en la asignatura de Emprendimiento, buscando reforzar un rasgo característico y fundamental del ingeniero

de diseño de producto. Grupo ImasD, Sensorial, De Lápices a Cohetes, Caramelo Escaso, Wish y Etapa Zero son algunas de las empresas conformadas por ingenieros de diseño de producto que en el p ́sum de su carrera contaban con asignaturas en donde analizaban una problem ́tica, necesidad u oportunidad, para luego idear una soluci ́n en forma de un modelo de negocio, conformando as ́ un emprendimiento.

Este tipo de asignaturas se modificaron en nuevos dise ́os de p ́sum curricular, debido al dise ́o del N ́cleo de Formaci ́n Institucional, en donde se cre ́ una materia obligatoria para todos los estudiantes de pregrado de la Universidad, denominada Iniciativa y Cultura Empresarial. Sin embargo, el cambio y efecto generado en las asignaturas antes mencionadas no se evidenci ́ hasta varios a ́os despu ́s, cuando los estudiantes empezaron a mencionar el inter ́s por emprender, pero no hab ́a materias que lograsen captar esa necesidad.

Es all ́ donde nace Proyecto Final en Emprendimiento, como una opci ́n de tem ́tica para los estudiantes que ya tuvieran una idea de negocio definida o una iniciativa en marcha, y en donde ellos pudieran estructurar su emprendimiento de una mejor manera para el mundo laboral. Por ello, el curso se enfoc ́ en materializar, desarrollar y probar las ideas de emprendimiento para convertirlas en oportunidades de negocio escalables y sostenibles a futuro, apoyado por la mentalidad que diferentes instituciones educativas iban teniendo en el mundo: implementar la tercera misi ́n, es decir, pasar de ser una universidad basada en docencia e investigaci ́n a una con docencia, investigaci ́n y emprendimiento (Siegel y Wright, 2015).

El curso se dise  o partiendo de un componente te  rico, en el que se dictan temas relacionados con los principios de emprendimiento y el desarrollo de las oportunidades de negocio, y de un componente pr  ctico en donde se usan las metodolog  as *Design Thinking* (Brown, 2008) y *Lean Startup* (Ries, 2011). Estas metodolog  as iterativas ponen a prueba las ideas y permiten desarrollarlas y escalarlas en el menor tiempo posible, de una manera m  s acertada, acorde con la necesidad del mercado, y m  s econ  mica que las metodolog  as tradicionales.

La metodolog  a del curso se dise  o para contar con dos profesores al mismo tiempo brindando asesor  as a los emprendimientos, uno enfocado en la parte del Design Thinking y otro en el Lean Startup. Durante el desarrollo del semestre, se cuenta con dos horas semanales presenciales durante dieciseis semanas acad  micas. Dentro de estas dos horas semanales, entre treinta y cuarenta y cinco minutos se dicta teor  a y el resto de la sesi  n se dedica a implementar lo aprendido y a trabajar sobre el proyecto.

Proyecto Final en Emprendimiento se enfoca en varios aspectos te  ricos del emprendimiento y la innovaci  n, as   como en aspectos pr  cticos del d  a a d  a de un emprendedor, por ejemplo, escalar una idea y convertirla en una oportunidad de negocio, al tiempo que encuentra la esencia del producto o servicio que se va a comercializar, definiendo la propuesta de valor para la realizaci  n del proyecto.

Así mismo, la asignatura busca establecer las características, fortalezas y debilidades de los equipos de emprendimiento, aplicar las metodologías de *Lean Startup* y *Design Thinking* a las iniciativas de los estudiantes, crear al menos una alternativa de producto mínimo viable (PMV) o prototipo (según sea el caso) por iniciativa, plasmar conciencia de autoevaluación constante y de autoaprendizaje (necesarias en el desarrollo de los emprendedores), suministrar a los estudiantes metodologías y material teórico para poder llevar a cabo sus proyectos de emprendimiento, acompañar los proyectos en su realización desde la idea hasta que se convierten en una oportunidad de negocio más cercana a las necesidades del mercado, definir posibles riesgos que puedan afectar al emprendimiento y al emprendedor, elaborar posibles soluciones y escenarios (pesimista, optimista y real) y, por último, proveer a los estudiantes herramientas para proyectar a futuro sus emprendimientos, una vez se termine la materia.

Fases y módulos

El estudiante de Proyecto Final en Emprendimiento pasa por diferentes etapas durante el curso e inclusive antes de iniciar la materia, ya que, para acceder a esta opción, el emprendedor debe realizar un *pitch* de dos minutos a los docentes del curso, en el que explique la idea de negocio o la iniciativa, los motivos para emprender, quién o quiénes son el equipo emprendedor, la historia detrás de la idea o iniciativa, el factor de innovación y diferenciador, la propuesta de valor, quiénes son los usuarios y el motivo por el cual esa iniciativa debería hacer parte del curso.

La idea de realizar esta fase inicial o cero es la de establecer un punto de partida para cada emprendimiento y lograr una homogeneidad en las iniciativas que llegan al programa. Lo que se busca inicialmente es que los estudiantes ingresen con una idea de negocio o con una iniciativa en sus primeros pasos, sin mucha tracción en ese momento. Esto ayuda a filtrar las iniciativas con mayor potencial, tanto por la idea y la ventana de oportunidad como por el equipo emprendedor.

La primera fase a la que los estudiantes se enfrentan es el *módulo 1: ¿qué es emprendimiento e innovación?* En este espacio de dos semanas, los estudiantes comprenden las diferencias y las principales características de cada uno de estos conceptos, así como el acercamiento al ecosistema de innovación y emprendimiento local, por medio de explicaciones con la ayuda de los docentes y actividades de sensibilización evaluativas para realizar esta conexión con el ecosistema.

Durante el *módulo 2: desarrollo y puesta a prueba de la oportunidad*, el emprendedor comienza a entender las oportunidades del emprendimiento y a buscar y complementar su iniciativa por medio de trabajo de campo y colaborativo con sus compañeros en sesiones de retroalimentación y cocreación guiadas por los docentes, haciendo uso de herramientas de *Design Thinking*. Además, se realiza el lienzo de la propuesta de valor de Alexander Osterwalder (Osterwalder et al., 2014) a modo de borrador para comenzar

con el proceso de *Design Thinking* en cada una de las iniciativas. Acá se les explica la teoría y varias herramientas que pueden usar de forma gratuita, como las encontradas en el la página web de IDEO (s. f.), para, de esta manera, comenzar a recopilar nueva información sobre el mercado y los potenciales usuarios de dicha iniciativa, alimentando el lienzo de la propuesta de valor que habían creado anteriormente.

El proceso de *Design Thinking* se continúa durante varias semanas, a medida que va pasando por sus diferentes etapas: *Need, Empathize, Ideate, Create/Prototype* (IDEO, s. f.). En la última de estas, cuando crean un prototipo que puedan validar en el mercado con usuarios reales, los estudiantes definen una hipótesis sobre el modelo de negocio y las posibilidades de ese producto o servicio en el mercado definido por ellos mismos.

El *módulo 3: puesta a prueba del producto mínimo viable* comienza con elaborar el lienzo de modelo de negocio (Osterwalder y Pigneur, 2010) y alinearlos con el lienzo de propuesta de valor (Osterwalder et al., 2014) desarrollado anteriormente, para luego comenzar a definir supuestos e hipótesis alrededor del modelo de negocio. Luego, se realiza un acercamiento teórico a Lean Startup (Ries, 2011), definiendo sus diferencias y la relación con el *Design Thinking*. El siguiente paso es desarrollar un producto mínimo viable (MVP, por sus siglas en inglés) con el cual los estudiantes comienzan a validar su modelo de negocio e iniciativa. Con esta información y datos que los estudiantes van recolectando en varias semanas, se procede a explicarles las estrategias de pivote y cómo sus iniciativas se van transformando en oportunidades reales de negocio.

Por último, en el *módulo 4: estrategia de emprendimiento y factibilidad* se comienza a desarrollar el análisis de factibilidad financiera/económica, trabajando datos claves del emprendimiento, como el *Weighted Average Cost of Capital* (WACC), *Return on Investment* (ROI), tasa interna de retorno (TIR), *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization* (EBITDA), entre otros. Por otro lado, en varias sesiones, se prepara a los estudiantes en presentaciones efectivas y pitch de emprendimiento, simulando el escenario de ruedas de negocios con posibles inversionistas.

Principales beneficios o resultados derivados de la implementación de la práctica

Beneficios:

- Un espacio para la creación y cocreación de emprendimientos.
- Un espacio para poder ensayar y equivocarse.

- Aprendizaje basado en proyectos.
- Autonomía y responsabilidad con el trabajo a realizar.
- Crecimiento constante.
- Apoyo de los mismos compañeros en la creación de la iniciativa de cada estudiante.

Resultados:

- Más de cuarenta emprendimientos asesorados.
- Sesenta y ocho estudiantes impactados.
- La opción de Emprendimiento en Ingeniería de Diseño de Producto pasó de ser una opción más a la opción con más demanda.

Recomendaciones para su implementación

- Contar con dos profesores, uno encargado del área de innovación y otro del área financiera.
- Realizar un pitch al momento de la inscripción, con el fin de generar un filtro y lograr identificar en qué etapa está cada iniciativa.
- Dividir las iniciativas por etapas de crecimiento o ciclo de vida del emprendimiento. Esto genera una mayor homogeneidad entre los equipos de emprendimiento, las temáticas a impartir y las actividades a desarrollar.
- Generar espacios de cocreación entre los estudiantes, ya que propician la colaboración entre pares y mejoran la creatividad de cada estudiante.
- Brindar asesoría constante a los estudiantes, puesto que el mundo del emprendimiento se mueve a alta velocidad y los estudiantes necesitan respuestas o una guía de manera rápida y oportuna.
- Practicar la empatía: esta es una cualidad cada vez menos frecuente en los emprendedores, por lo cual es de vital importancia enseñarles a ser empáticos y propiciar espacios para aplicarla.
- Producir un entregable al final del curso que logre recopilar lo realizado durante el semestre. Este debe servir de guía o de referenciación futura al emprendedor.
- Nunca perder el contacto con los estudiantes, ya que ellos pueden ayudar a futuros emprendedores en su camino y comenzar a generar comunidad.

Casos de negocios

Tres mujeres, tres emprendimientos:

Me gustaría finalizar este capítulo con el relato de la historia de tres mujeres que admiro. Bueno, no la historia de cada una de ellas, sino la historia de sus emprendimientos y el papel de la Universidad EAFIT como influenciadora o, más bien, como el ente que ayudó a poner los engranajes en marcha para que estas emprendedoras comenzaran a asumir riesgos y a salir al mundo a emprender.

Estas mujeres no son de la misma cohorte, por lo que me emociona mucho poder contar sus historias de manera paralela a la evolución de la asignatura Proyecto Final en Emprendimiento, así como los aprendizajes que he tenido como docente de cada uno de mis estudiantes y sus logros y emprendimientos, que me alegran cada vez que leo una noticia, publicación en redes sociales o escucho en una conversación de pasillo.

María Daniela y el emprendimiento social (2017)

Comenzaré con María Daniela Olaya, porque ella fue una de las primeras estudiantes que confió en la nueva apuesta de Ingeniería de Diseño de Producto por el emprendimiento en el 2017. María Daniela es una gran persona y me emociona mucho hablar de ella, ya que no hay muchos emprendedores que decidan desde el principio ser emprendedores sociales. Su historia con el emprendimiento comienza desde el colegio, más específicamente en su entorno familiar. Ella hace parte de una familia unida y que siempre se ha enfocado en el servicio hacia la comunidad, gracias a la motivación de Mauricio Olaya, su padre y actual director de la Corporación Industrial del Minuto de Dios. Desde sus primeros años de vida, María Daniela empezó a encontrar la pasión por servir a los demás y por querer generar un cambio en la sociedad, pero no sabía que eso lo lograría por medio del emprendimiento.

Durante los años en la Universidad, comenzó a entender de mejor manera la innovación social, por medio de una asignatura llamada Proyecto 6, en donde el eje fundamental es innovar con propósito social y hacia la comunidad. Allí fue donde María Daniela encontró ese camino a seguir. En los siguientes semestres, comenzó a probar en diferentes cursos y proyectos estas temáticas hasta que hizo el clic. En ese momento, su hermana Camila estaba terminando la especialización en Neurodesarrollo y Aprendizaje en el CES, luego de haber finalizado su pregrado en Ingeniería Biomédica en la Universidad EIA. “Camila había desarrollado una gran herramienta muy técnica, pero con pocas bases para materializarla o volverla un producto comercial”, mencionó María Daniela en una entrevista sobre la historia de su emprendimiento (M. D. Olaya, comunicación personal, 2020).

Con este clic, las hermanas comenzaron el proceso de identificar cómo se podría volver en un negocio, no sin antes involucrar a Paula, la última de las tres hermanas que, para fortuna del proyecto, es publicista, lo cual complementaba de forma ideal lo planteado por Camila.

Por esos días en que todo se estaba organizando en la casa de las hermanas Olaya, surgió la convocatoria a la primera cohorte de Proyecto Final en Emprendimiento en Ingeniería de Diseño de Producto. Esto fue lo que el grupo emprendedor (sin saber que lo era) necesitaba para formular y hacer tangible esa idea inicial de herramientas cognitivas para niños y niñas con autismo. En este espacio, se conformó Azul Consiente, el emprendimiento social de María Daniela, Camila y Paula Olaya, el cual busca generar espacios y herramientas de apoyo cognitivas para niños y niñas con autismo en búsqueda de que el aprendizaje sea más inclusivo.

Luego de su paso por Proyecto Final en Emprendimiento, Azul Consiente participó y ganó en dos concursos para levantar capital: Capital Semilla y el Concurso de Iniciativas Empresariales de la Universidad EAFIT. Con este capital inicial, el grupo de emprendedoras registró la marca Azul Consiente y, además, se dieron cuenta de que debían pivotar para ser más inclusivos, por lo que la empresa comenzó a diseñar y fabricar herramientas cognitivas para niños y niñas tanto con limitaciones o condiciones como sin ellas. Actualmente, María Daniela trabaja medio tiempo en su emprendimiento y apoya a la Corporación Industrial del Minuto de Dios en temas de emprendimiento e innovación, aunque su objetivo es dedicarse tiempo completo a Azul Consiente.

Hoy por hoy, las hermanas Olaya han trabajado con otros emprendedores, fundaciones y organizaciones sociales para cocrear productos, campañas y proyectos alrededor del diseño universal, con el fin de aportar bienestar a la sociedad. La pandemia vivida en el 2020 a raíz del virus COVID-19 fue un momento de oportunidad para María Daniela, ya que durante este tiempo el equipo desarrolló y lanzó al mercado entre cuatro y cinco nuevos productos con ventas en constante crecimiento.

Retomando la temática de la importancia de la familia en nuestra emprendedora, María Daniela ha tenido un gran apoyo e influencia por parte de su familia en el emprendimiento, así como en la parte social. Su padre, como director de la Corporación Industrial del Minuto de Dios, les ha inculcado desde pequeñas el don de servicio y lo social tanto a ella como a sus hermanas. Aunque específicamente en el tema del emprendimiento María Daniela era la única hermana que quería hacerlo y eso se lo agradece a la Universidad EAFIT, como ella misma menciona: “El tema del emprendimiento se contagia y las tres ya lo ven como un propósito de vida” (M. D. Olaya, comunicación personal, 2020).

En relación con su paso por La Universidad EAFIT y por la asignatura Proyecto Final en Emprendimiento, María Daniela comenta que los aprendizajes que le han dejado son la visión emprendedora y el espíritu para iniciar proyectos sin esperar nada a cambio. También agradece que las hermanas pudieran estar en las sesiones de clase, sobre

lo cual afirma: “Darle la oportunidad a tu equipo de aprender lo mismo, pero con las perspectivas de cada uno por su educación, es algo que agradezco mucho” (M. D. Olaya, comunicación personal, 2020). Por último, nombra un tema importante al que, en el momento de diseñar el microcurrículo, le pusimos gran énfasis: “La motivación y el apoyo de compañeros y docentes es algo que rescato mucho de la materia” (M. D. Olaya, comunicación personal, 2020). Una frase que resume la experiencia de María Daniela en Proyecto Final en Emprendimiento sería: “Si no te untas de tu mercado, no vas a lograr un producto o servicio que ellos necesiten. Mi propósito es crear, inspirar a otras personas” (M. D. Olaya, comunicación personal, 2020).

Carolina y el emprendimiento tradicional (2018)

Seguiré con Carolina Arango, una gran persona y emprendedora que admiro enormemente, ya que asumió el reto de emprender cuando todavía estaba cursando su pregrado y terminando la práctica profesional en una empresa llamada Open Lab. Carolina decidió que su camino como emprendedora y fundadora de la empresa Roca Santa (hoy Trazzo) había comenzado luego de estar en el mundo laboral un año, pero antes de hablar más de esto, debemos entender cómo inicia Carolina en el mundo del emprendimiento.

Desde el colegio, cuando estaba en primero de bachillerato, Carolina comenzó a vender dulces y todo lo que pudiera comercializar de una manera “clandestina”, ya que su colegio, como muchos en ese momento, no dejaba vender a sus alumnos y estos podrían ser castigados si eran encontrados realizando este tipo de actividades al interior de las instalaciones (creo que esto ha llevado a que el espíritu emprendedor de nuestra cultura haya perdido impulso en las décadas de los 80, 90 y 2000, pero, como lo dije, esto es una creencia y no poseo datos que lo corroboren).

Proyecto Final en Emprendimiento se enfoca en varios aspectos teóricos del emprendimiento y la innovación, así como en aspectos prácticos del día a día de un emprendedor.

Volviendo a nuestra emprendedora, a Carolina le gustaba comprar ropa, juguetes, accesorios y demás “antojos” por su cuenta, y, para ello, necesitaba dinero que conseguía por medio de la venta de dulces y otros elementos. Por otro lado, a su madre siempre le han gustado las artes manuales y es por esto por lo que visita desde hace varios años diferentes lugares de Medellín en búsqueda de accesorios, materias primas, telas, entre otros, con el propósito de hacer collares, macramé y bisutería. Así, Carolina se comenzó a interesar por las artes manuales y empezó a elaborar collares, aretes y pulseras que podía comercializar en su colegio. De hecho, fue en un bazar institucional donde nuestra emprendedora lanzó su primera marca: Roca Santa. Eran accesorios con piedras y significados según el color de cada piedra, lo cual comenzó a generar tracción e interés en su círculo social, haciendo que Carolina siguiera vendiendo este tipo de productos en las ferias artesanales de la Universidad EAFIT, cuando ya había iniciado su pregrado en Ingeniería de Diseño de Producto.

Luego de realizar unos primeros acercamientos a sus competidores, se dio cuenta de que el tema de las piedras con significados tenía una gran aceptación en el mercado, pero también una gran cantidad de competidores formando un océano rojo, lo cual la llevó a pivotar por primera vez. Se contactó con un joyero y empezó a codiseñar nuevos productos y a encontrar una identidad de marca. Así mismo, generó vínculos con mujeres jóvenes para que estas fueran vendedoras de su producto a modo de consignación, con lo que llegó a tener hasta treinta vendedoras a inicios del 2020. Por último, el *branding* sufrió modificaciones conforme iba avanzando en su pregrado e iba aprendiendo elementos que le servían para mejorar su iniciativa.

Cuando Carolina llegó a Proyecto Final en Emprendimiento, decidió usar este espacio para darle forma a su iniciativa y dedicarle el tiempo para “organizar la casa”, ya que la asignatura sirvió para “bajar la información que estaba en mi cabeza y que pensaba para el futuro de la iniciativa” (C. Arango, comunicación personal, 2020). Allí, partiendo de la investigación y validación con usuarios, generó un cambio de logo y de empaques, estableció un nuevo modelo de negocio, transformó el concepto de la marca y del negocio y, por último, la propuesta de valor. Durante este tiempo, también comenzó el proceso para registrar la marca Roca Santa Accesorios, pero le negaron el registro, por lo que debió pivotar nuevamente, dando paso al nacimiento de Trazzo, una marca que, si bien siguió con el diseño y la fabricación de accesorios femeninos, partió del arte y la pintura como medio de inspiración, con énfasis en ayudar y apoyar a emprendedores y artistas locales.

Luego de su paso por la Universidad EAFIT, Carolina ha seguido creciendo su iniciativa por medio de la venta directa en redes sociales, del lanzamiento de un *showroom* en uno de los lugares con mayor número de tiendas boutique de Medellín y de la organización de la parte financiera con la guía de expertos. Además, ha comenzado su segunda iniciativa de emprendimiento para apoyar otras empresas con los conocimientos en nuevas tecnologías, metodologías de innovación y de emprendimiento. Esto lo está

logrando con el apoyo de un programa de aceleración de iniciativas empresariales y emprendedoras de la Alianza del Pacífico.

Durante la pandemia generada por el COVID-19, Carolina tuvo que reorganizar la parte comercial de su emprendimiento, debido a que, luego de terminar la producción para treinta vendedoras de la nueva colección, en marzo de 2020 se decretó el aislamiento preventivo obligatorio en todo el territorio nacional, lo cual imposibilitó que sus vendedoras pudieran comercializar sus productos, por lo que recurrieron a otra estrategia: la venta *online*. Para ese momento, Trazzo contaba con una *landing page*, pero debía comenzar el desarrollo de un *e-commerce* cuanto antes. Con esto, vio una oportunidad de vender de forma online y generar una conexión con los consumidores que antes no había, puesto que los clientes les compraban a las vendedoras y no a Trazzo directamente. Actualmente, el *e-commerce* de Trazzo supera en ventas lo que lograba con treinta vendedoras.

Con respecto al apoyo familiar que Carolina ha tenido durante estos años en el tema del emprendimiento, ella comenta que su familia es muy emprendedora y le ha apoyado de gran manera para realizar los empaques, buscar una oportunidad, tener actitud emprendedora y no rendirse.

Para Carolina, Proyecto final le ha servido mucho para darle forma a su emprendimiento y aplicarlo en la nueva iniciativa, además, dice, “aprendí el 360° completo para desarrollar iniciativas y plasmar mis ideas” (C. Arango, comunicación personal, 2020). También, resalta la importancia del apoyo en el tema financiero, la cultura y la enseñanza del emprendimiento. Por último, destaca el *pitch* que realizó a los jurados cuando estaba presentado su iniciativa, ya que lo consulta constantemente. “Mi propósito es apoyar y ayudar a los emprendedores y a personas en necesidad o con pocas oportunidades por medio de lo que yo hago” (C. Arango, comunicación personal, 2020).

Isabella y el emprendimiento como mentalidad (2019)

Por último, me gustaría hablar de Isabella Lopera. Ella es de esas personas que con solo hablarle o compartir en un aula cinco minutos te llenan de energía. Con Isabella tuve la oportunidad de convivir como profesor y también como colega durante unas asignaturas que estábamos cursando en nuestros respectivos posgrados, y es ahí donde comprobé la inmensa energía y las grandes ideas que tiene.

El viaje del emprendimiento de Isabella comenzó en su segundo semestre del pregrado en Ingeniería de Diseño de Producto, al momento de comprar los cuadernos para iniciar semestre. Nunca ha encontrado un cuaderno con el que se sienta identificada y a gusto, por lo cual empezó a diseñar sus propios cuadernos en un mercado en el que uno pensaría que está altamente saturado.

Esta joven emprendedora encontró una oportunidad para comenzar a diseñar y producir sus propios cuadernos que, en una primera instancia, respondían a una necesidad puntal e individual de ella, pero, con el paso de los semestres, sus compañeros se interesaron en usar los productos que Isabella estaba usando. Así, diseñó seis versiones para vender bajo pedido, con algunas opciones de personalización. En ese momento, su papá le ayudaba con la contabilidad y los contactos para fabricarlos, pero no pensaba en rentabilidad o métricas de crecimiento, solo hacia algo que le apasionaba.

Cuando llegó al último semestre de la carrera y tuvo que elegir su proyecto final, se decidió por la opción de emprendimiento para “organizar la casa, sacarle el tiempo y estructurar bien el negocio” (I. Lopera, comunicación personal, 2020). De este modo, nace ILO, que corresponde a las iniciales de su creadora, Isabella Lopera Osorio. En esta marca, por medio de la creación de cuadernos y herramientas, se hace tangible el pensamiento colectivo usando la creatividad y el diseño. “La idea es transformar a ILO en un taller de diseño que crea herramientas para el día a día, para empresas o personas que ayuden a solucionar un problema”, comenta Isabella en una entrevista sobre los motivos para emprender (I. Lopera, comunicación personal, 2020).

El primer producto es un cuaderno que ayuda a solucionar un problema de una manera sistemática y didáctica, el cual ha tenido muy buena acogida y aceptación en el mercado. Se está vendiendo directamente a los consumidores, sin intermediarios, y la marca está registrada en la actualidad.

Durante Proyecto Final en Emprendimiento, Isabella aprovechó el espacio y el tiempo para crear la marca ILO, establecer y realizar análisis financieros y económicos sobre su iniciativa, comenzar a estructurar la parte legal, diseñar el modelo de negocio, mapear los competidores y “logré aterrizar mucho lo que tenía guardado en mi mente durante la carrera: materialicé mis ideas” (I. Lopera, comunicación personal, 2020).

En la pandemia ocasionada por el COVID-19 ILO logró crecer, debido a que Isabella aprovechó el tiempo en casa para desarrollar el primer producto que ILO sacó al mercado y, como ella lo menciona:

Es una época de reflexión y de consumo local, lo cual fue una oportunidad, ya que mi cuaderno no es algo como un antojo, sino que esto les puede ayudar a salir de dudas, problemas e incertidumbre. Además, abrió otro panorama en donde mi producto sirve y funciona muy bien. (I. Lopera, comunicación personal, 2020)

En el caso de Isabella, la familia ha sido un punto importante para continuar con el emprendimiento, puesto que su padre es emprendedor, así como su hermana mayor, quien tiene una marca que busca generar experiencias alrededor de la gastronomía y el comer. Su hermano es agrónomo y también tiene varios proyectos de emprendimiento y, según lo menciona ella, “me ponen los pies en la tierra” (I. Lopera, comunicación personal, 2020).

Los aprendizajes que le han quedado a Isabella de Proyecto Final en Emprendimiento y de la Universidad EAFIT son el poder aterrizar y estructurar su iniciativa, así como dar inicio en forma a ILO. “Me ayudó a confiar en comunicar mi idea y agradezco siempre aprender, compartir y socializar mis ideas, pues nadie me las va a robar. El feedback que me pueden dar es impresionante” (I. Lopera, comunicación personal, 2020).

“El emprendimiento no es para todo el mundo y tú (Simón) me quitaste ese miedo y ya no soy celosa de mis ideas y soy más abierta gracias a eso” (I. Lopera, comunicación personal, 2020). Isabella aprendió a delegar y a no saturarse de responsabilidades y tareas, a trabajar con economías de escala y a estructurar un modelo económico que le ayude a su iniciativa a ser más sostenible en el tiempo. “EAFIT es el lugar donde puedo ir y encontrar una respuesta, además de pertenecer a algo que tiene sentido de grupo y ver cómo los demás van creciendo” (I. Lopera, comunicación personal, 2020). Además, comprendió que en el emprendimiento también se puede fracasar y que eso es parte del proceso. Finalmente, ¿qué es Proyecto Final en Emprendimiento para Isabella? Es un “venga yo le ayudo, pero hágale pues, ya es hora. Mi propósito es ayudarles a las personas y, más aún, ayudarles a que ellos se ayuden: ¡motivarlos!” (I. Lopera, comunicación personal, 2020).

Este viaje que recorren los estudiantes de Ingeniería de Diseño de Producto de la Universidad EAFIT ayuda a que sus iniciativas pasen de simples ideas o ideas de negocio a oportunidades de negocio validadas en mercados reales y con clientes reales, pasando por un proceso de cocreación con sus compañeros de clase y por un acompañamiento con dos profesores que toman el papel de asesores. Estas iniciativas han comenzado su camino hacia el éxito y a transformar vidas. Es lógico pensar que varias de ellas nunca lo lograrán. En efecto, varias no han continuado ni siquiera un camino posterior al final del curso, pero por eso no dejaremos de seguir preparando emprendedores que transformen el ecosistema y el mercado colombiano. En la Universidad EAFIT inspiramos vidas e irradiamos conocimiento para forjar humanidad y sociedad.

Accede a través del siguiente código QR (figura 27) para consultar las entrevistas realizadas a las tres emprendedoras de la Universidad EAFIT.

Figura 27. Entrevistas a emprendedoras de la Universidad EAFIT



Fuente: elaboración propia.

Impacto de la buena práctica

De los tres proyectos mencionados, dos siguen fuertemente en la actualidad. María Daniela ha cambiado el nombre de la iniciativa a Consiente y se enfoca en temas sociales, talleres y productos de bienestar emocional a través del diseño. Ha aparecido en diferentes ferias de emprendimiento, ha sido fuente de noticias y ha desarrollado nuevas líneas de negocio. Carolina ha continuado su proceso con Trazzo, generando nuevas alianzas estratégicas con otras marcas, desarrollando nuevos productos y mercados, abriendo tiendas físicas y participando en diferentes ferias de emprendimiento en el país. Por su parte, Isabella finalizó su proceso con ILO y ha decidido continuar con la mentalidad emprendedora, pero desde una posición de intraemprendedora. Ha desarrollado iniciativas con Electrolux en Suecia y más recientemente como *Service Designer en BeWay* (consultora de ciencias del comportamiento).

Instagrams

- Trazzo: @trazzo_joyeria (Trazzo, s. f.)
- Somos Consiente: @somosconsiente (Consiente, s. f.)

Principales beneficios o resultados derivados de la implementación de la práctica

Beneficios

- Un espacio para la creación y cocreación de emprendimientos.
- Un espacio para poder ensayar y equivocarse.
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Autonomía y responsabilidad con el trabajo a realizar.
- Crecimiento constante.
- Apoyo de los mismos compañeros en la creación de la iniciativa de cada estudiante.

Resultados

- Más de setenta emprendimientos asesorados.
- Más de cien estudiantes impactados.
- La opción de emprendimiento en Ingeniería de Diseño de Producto pasó de ser una opción más a la opción con mayor demanda por parte de los estudiantes que matriculan Proyecto Final en su último semestre del pregrado.

- Este tipo de iniciativas ha apoyado la creación del centro de emprendimiento de la Universidad EAFIT, On.going, el cual se ha gestado desde el conocimiento interno, la participación de estudiantes y graduados, así como desde contactos externos a la Universidad para conectarse con el ecosistema emprendedor de la ciudad y Latinoamérica.

Reflexiones sobre la sostenibilidad

Cuando se habla de sostenibilidad, hay varias miradas que se deben tener en cuenta. Para este caso, abordaremos la social y la económica. En cuanto a la social, una iniciativa como Proyecto Final en Emprendimiento es sostenible en el tiempo si logra conectar con los estudiantes y entender sus necesidades, preferencias y motivaciones al momento de emprender. Así mismo, se debe contar con docentes apasionados por enseñar, fracasar y levantarse, por emprender o que lo estén haciendo. Esto último ayuda a que el estudiante también se conecte con el ecosistema local de emprendimiento. En el ámbito económico, se debe contar con apoyos para realizar visitas de campo, participar en congresos o ferias de emprendimiento y, por último, contar con un sistema que ayude al nuevo emprendedor a continuar su camino. En este último apartado, es donde On.going ha sido clave para la Universidad EAFIT, ya que gracias al centro de emprendimiento se tienen mecanismos para que los nuevos emprendedores crezcan, iteren o se enamoren más del emprendimiento. Un elemento final que se debería agregar es la relevancia que esta práctica ha tomado, puesto que actualmente se cuenta con docentes que fueron estudiantes de esta asignatura, completando así el círculo.

- La trayectoria emprendedora de EAFIT está entrelazada con su historia fundacional. Desde sus inicios, la Universidad ha promovido la formación de talento humano orientado a la gerencia, la innovación y la transformación productiva del país. Esta visión ha evolucionado para integrar el emprendimiento como parte de su "tercera misión", ampliando su rol social más allá de la docencia y la investigación.
- El curso Proyecto Final en Emprendimiento incorpora herramientas como *Design Thinking*, *Lean Startup* y modelos financieros aplicados, lo que permite a los estudiantes no solo comprender el proceso emprendedor, sino vivirlo. La propuesta metodológica equilibra teoría, experimentación y asesoría personalizada, lo cual fortalece competencias como la resiliencia, el trabajo colaborativo y la toma de decisiones en entornos inciertos.
- Con más de 70 emprendimientos asesorados y más de 100 estudiantes impactados, esta práctica ha generado resultados tangibles. Algunos proyectos se han consolidado como empresas en marcha, otros han derivado en intraemprendimientos o experiencias transformadoras de vida. Casos como Azul Consiente, Trazzo e ILO reflejan el poder del enfoque pedagógico de la EAFIT para incubar ideas que impactan en lo social, lo económico y lo cultural.

- El modelo destaca por su adaptabilidad y sostenibilidad. La práctica no solo promueve aprendizajes significativos, sino que se proyecta como un semillero de futuros mentores, pues algunos estudiantes han regresado como docentes. Además, la creación del centro On.going fortalece las rutas de acompañamiento para los emprendedores, garantizando continuidad y conexión con el ecosistema local y latinoamericano.

Referencias

- Brown, T. (2008). *Design Thinking*. Harvard Business Review.
- Consiente [@somosconsiente]. (s. f.). *Somosconsiente*. [perfil de Instagram]. Instagram. <https://n9.cl/nvtltz>
- EAFIT. (s. f.). *EAFIT*. <https://www.eafit.edu.co/>
- IDEO. (s. f.). *Design kit*. <https://www.designkit.org/>
- Mejía Arango, J. L. (2020). *Una conversación con el futuro*. <https://n9.cl/lx4gdg>
- Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers (The Strategyzer series)*. Wiley.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. y Papadakos, T. (designer). (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. Wiley.
- Parra-Ramírez, R. D., Mesa-Cano, J. H. y Correal-Franco, S. (2009). Historia del emprendimiento en EAFIT. *Revista Universidad EAFIT*, 45(154), 78–97.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Currency.
- Siegel, D. S. y Wright, M. (2015). Academic Entrepreneurship: Time for a Rethink? *British Journal of Management*, 26(4), 582–595. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12116>
- Trazzo Joyería [@trazzo_joyeria]. (s. f.). *Trazzo Joyería*. [perfil de Instagram]. Instagram. <https://n9.cl/6sweu>

