

Version1

Por David_Jvan

TITULO



FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA
DE POPAYÁN
35 ANIVERSARIO

NOMBRE:
ÁNGEL DAVID VALDERRAMA TOLA
JOVAN SEBASTIAN ERAZO COLLAZOS

¹
ANTEPROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
INGENIERO DE SISTEMAS

DIRECTOR:
CRISTIAN MENDEZ RODRIGUEZ, Ph.D.

CODIRECTOR: ¹
CRISTIAN CAMILO ORDOÑEZ, Ms.C.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
POPAYÁN, 2023

	6	Tabla De Contenido	
1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6	
1.1	Formulación del problema	6	
1.2	Pregunta de investigación	7	
2.	OBJETIVOS	7	
2.1	Objetivo General	7	
2.2	Objetivos Específicos	7	
3.	JUSTIFICACIÓN	7	
4.	MARCOS DE REFERENCIA	8	
4.1	Marco teórico conceptual	8	
4.1.1	Analítica De Datos	8	
4.1.2	Conexiones e Interacciones	8	
4.1.3	Emprendimiento Social	9	
4.1.4	Redes Sociales	9	
4.1.5	Plataformas Tecnológicas como recurso (Red Social) DEAL	10	
4.2	Marco referencial	11	
4.2.1	Análisis de tendencias	12	
4.2.2	Mapeo sistemático de información	14	
5.	METODOLOGÍA	17	
5.1	Enfoque de investigación	17	
5.2	Contexto de investigación	18	
5.3	Actividades para el desarrollo de los objetivos	18	
6.	CRONOGRAMA	21	
7.	PRESUPUESTO	22	
8.	RESULTADOS ESPERADOS	23	
	BIBLIOGRAFÍA	24	
	ANEXO A - ÁRBOL DEL PROBLEMAS	26	
	ANEXO B - ÁRBOL DE OBJETIVOS	26	

Lista de figuras

Figura 1. Actores que interactúan en la Red Social DEAL.....	10
Figura 2 Resultados recuperados y estrategias para adquirir datos	12
1 Figura 3. Muestra el resumen de los artículos publicados en este periodo de tiempo (2019-2024)	13
Figura 4 Muestra el resumen de los artículos publicados por países (2019-2024).....	13
1 Figura 5 Muestra el resumen de los artículos publicados por áreas de conocimiento (2019-2024)	14
Figura 6 Etapas del mapeo sistemático	15
Figura 7 Resultado de la búsqueda (documentos filtrados).	Error! Bookmark not defined.
1 Figura 8 Esquema de clasificación de textos científicos	16
Figura 9 Diagrama de visualización del mapeo sistemático.....	17

1

Lista de tablas

Tabla 1. Resultados recuperados y estrategias para adquirir datos 12

Tabla 2. Resultado de búsqueda (Documentos Filtrados) 15

1

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Certifico que conozco el concepto de plagiar según la Real Academia de la lengua ("Copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias.")

Y certifico que el contenido de este documento es de mi autoría, no hay contenido que haya sido copiado directamente y al pie de la letra de ninguna fuente. En el caso de ideas, teorías, conceptos, resultados y otros contenidos tomados de otros autores se menciona explícitamente la fuente original, y sólo en unos pocos casos se han mantenido el mismo texto, colocándolo entre comillas.

Reconozco las consecuencias académicas, jurídicas y económicas que conlleva el plagio.

Firma

CC.

Firma

CC.

1.1 Formulación del problema

En el dinámico entorno universitario, las redes sociales destinadas a los emprendimientos sociales se han convertido en espacios vitales para la interacción y colaboración entre estudiantes, profesores, investigadores y miembros de la comunidad interesados en el emprendimiento social. Estas plataformas no solo facilitan la difusión de ideas y proyectos, sino que también fomentan la creación de redes de apoyo y la promoción de iniciativas con impacto social positivo (Elia et al., 2020).

A pesar de su gran potencial, la gestión y análisis de los datos en las redes sociales de emprendimientos sociales dentro de las universidades plantean desafíos considerables. Uno de estos desafíos es entender y comprender las interacciones y conexiones entre los diferentes proyectos de emprendimiento social compartidos en estas plataformas. Es fundamental comprender cómo estos proyectos se relacionan entre sí y cómo pueden colaborar de manera efectiva para fomentar un ambiente de aprendizaje y colaboración mutua entre los miembros de la comunidad universitaria, según (Inoubli & Gharbi, 2024), se investigó cómo el contexto social influye en la relación entre las intenciones y los comportamientos en el emprendimiento estudiantil.

Además, surge la necesidad de explorar estrategias y herramientas de análisis de datos que puedan abordar estos desafíos aprovechando estas redes sociales universitarias de emprendimientos sociales. Se plantea la pregunta sobre qué métodos de análisis de datos podrían ser más efectivos para identificar patrones, tendencias y relaciones entre los proyectos de emprendimiento social en estas plataformas. También se busca comprender cómo estas estrategias de análisis de datos pueden contribuir de manera significativa al desarrollo y fortalecimiento de la comunidad de emprendedores sociales dentro de las universidades, facilitando la colaboración, el intercambio de conocimientos y el impulso de proyectos con impacto social. (Hsieh & Wu, 2019) examinan el emprendimiento a través de la estrategia de plataforma en la era digital, proporcionando ideas y oportunidades de investigación.

1.2 Pregunta de investigación

En este contexto, la pregunta que orienta esta investigación es:

¿Cuáles son las estrategias de analítica de datos para identificar las interacciones y conexiones de los emprendimientos sociales publicados en la red social DEAL?

21

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Determinar estrategias de analítica de datos para identificar las interacciones y conexiones de los emprendimientos sociales publicados en la plataforma DEAL.

(Contexto estudiantes Fundación Universitaria de Popayán).

1

2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estado del arte sobre la temática de emprendimientos sociales en contextos universitarios. (O.E.1).
- Implementar diferentes modelos de algoritmos que analizan las interacciones y conexiones generadas en la Red Social DEAL de los emprendimientos universitarios. (O.E.2).
- Evaluar/comparar el algoritmo propuesto mediante... (O.E.3).

3. JUSTIFICACIÓN

Hay un enorme potencial para fomentar la colaboración y el progreso socioeconómico. Al analizar las interacciones y los datos presentes en estas plataformas, se destaca una oportunidad significativa para fortalecer la comunidad emprendedora, estimulando la innovación y el intercambio de ideas. Este enfoque se alinea perfectamente con criterios esenciales de evaluación, como la relevancia metodológica, práctica y tecnológica.

- **Valor metodológico:** El análisis de sentimientos, datos e interacciones en redes de emprendimientos universitarios ofrece un enfoque innovador para comprender dinámicas y necesidades, integrando herramientas tecnológicas.
- **Valor práctico:** Esta metodología proporciona información clave para apoyar y fortalecer la comunidad emprendedora, facilitando las conexiones e interacciones, para la colaboración y el desarrollo de proyectos con impacto social.
- **Valor tecnológico:** Se propone el desarrollo de herramientas tecnológicas específicas para procesar y presentar datos, mejorando la identificación de oportunidades y desafíos, y fomentando una comunidad más conectada y colaborativa en el emprendimiento social universitario.

1

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1 Marco teórico conceptual

4.1.1 Analítica De Datos

2

El análisis de datos constituye un amplio campo que se ocupa del procesamiento de datos sin procesar para convertirlos en información nueva y de utilidad que ayuda a transformar los negocios, acelerar la innovación y predecir resultados futuros.

La ciencia del análisis de datos puede ayudar a las empresas y organizaciones a comprender su pasado y conformar, e incluso determinar, su futuro. En otras palabras, un análisis de datos adecuado puede suponer la diferencia entre el éxito y la pérdida de oportunidades. (falta referencia)

Commented [A1]: Recuerden que cada párrafo se conforma mínimo con 5 líneas.

4.1.2 Conexiones e Interacciones

En el contexto de los emprendimientos sociales, las interacciones y conexiones se refieren a los vínculos y relaciones entre los diversos actores involucrados en estos proyectos. Las interacciones se entienden como los intercambios de corta duración que representan unidades de acción, mientras que las conexiones se refieren a las relaciones más duraderas entre las mismas personas a lo largo del tiempo. Estas interacciones y

conexiones pueden abarcar una amplia gama de relaciones, desde aquellas entre emprendedores y beneficiarios hasta las entre inversores y otros actores clave. Es crucial comprender cómo se distribuyen estas interacciones y conexiones en el contexto de los emprendimientos sociales para poder identificar patrones, tendencias y relaciones significativas que impulsen el éxito y la sostenibilidad de estos proyectos con impacto social (Degenne -Cnrs, 2009).

4.1.3 Emprendimiento Social

El emprendimiento social abarca una amplia gama de significados, desde la conducta empresarial con enfoque social hasta la innovación social. Desde los años 80, se reconoce su importancia para el desarrollo económico regional, aunque su definición varía según el país. Se ha establecido una relación entre el espíritu empresarial y el crecimiento económico, con impactos tanto positivos como negativos. El emprendimiento social, surgido hace aproximadamente 20 años, busca abordar las diferencias y necesidades de las comunidades mediante la innovación social y nuevos modelos de negocio (Fournier, 2011). Implica acciones realizadas por grupos sociales con objetivos comunes de satisfacer necesidades colectivas, como lo demuestra el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) con sus programas de fortalecimiento de políticas de empleo y formación para reducir la informalidad (BID, 2023).

4.1.4 Redes Sociales

Las redes sociales tienen como protagonistas a las personas, quienes interactúan entre sí, ya sea con conocidos o desconocidos, a través de diversas acciones. Además, el crecimiento exponencial de las redes sociales en los últimos años ha sido notable, como se muestra en la imagen adjunta, junto con la tendencia al alza. La globalización de las redes sociales ha llevado a su integración en el contexto empresarial, donde las empresas las consideran una estrategia competitiva. Prácticamente todas las empresas tienen al menos un perfil en redes sociales, lo que permite que los consumidores realicen acciones beneficiosas para ellas a través de estas plataformas (Hugo Cárdenas et al., 2019).

4.1.5 Plataformas Tecnológicas como recurso (Red Social) DEAL

Desde el grupo de investigación IMS - Intelligence Management Systems de la Fundación Universitaria de Popayán, específicamente del programa de Ingeniería de Sistemas, se ha desarrollado la plataforma de Red Social DEAL. Esta plataforma se ha creado siguiendo una metodología de diseño pluricultural centrada en el usuario, teniendo en cuenta los elementos clave de la metodología propuesta, como se muestra en el análisis de la red de actores.

El diseño del sitio web se enfoca en los miembros de la comunidad, y la participación activa de las personas en el proceso de diseño es crucial para entender las necesidades del contexto y brindar soluciones óptimas. Se consideran aspectos como las restricciones técnicas, como el acceso limitado a internet y el bajo uso de dispositivos de alta gama.

La Red Social DEAL tiene varios propósitos, como buscar información relacionada con intereses específicos, conectar con otras personas, crear comunidades y difundir mensajes. Los objetivos incluyen fortalecer el emprendimiento social mediante la búsqueda y creación de cursos, proyectos, contenidos y grupos relevantes. La funcionalidad de DEAL incluye módulos como Cursos, que permite a los usuarios ingresar o crear cursos sobre temas de interés, Proyectos, que facilita unirse o crear proyectos de interés, y Grupos, que permite compartir conocimientos con otros usuarios con intereses similares.

Figura 1.
Actores que interactúan en la Red Social DEAL



Nota: Elaboración propia

Las acciones en las redes sociales han evolucionado significativamente, especialmente en términos de interacción entre usuarios, perfiles y conexiones en la red, donde se comparten mensajes tanto privados como públicos. Estos perfiles representan a los individuos dentro de la plataforma, cada uno con su propia información personal, como nombre, foto de perfil, biografía, intereses y ubicación, entre otros detalles que el usuario elige compartir públicamente (Solís & Critikián, 2023).

Además, los perfiles en redes sociales pueden mostrar la actividad del usuario en la plataforma, incluyendo publicaciones, fotos, videos, comentarios, likes y conexiones con otros usuarios (amigos, seguidores, etc.). Estos perfiles permiten a los usuarios expresar su identidad en línea, interactuar con otros y compartir contenido con su red de contactos. Asimismo, las redes sociales suelen ofrecer opciones de privacidad que permiten a los usuarios controlar quién puede ver su perfil y qué información pueden acceder otros usuarios.

4.2 Marco referencial

El proceso de investigación del estado del arte comenzó con la definición clara de objetivos, centrados en los emprendimientos sociales en entornos universitarios, con un enfoque específico en el análisis de datos y sentimientos en redes sociales. Luego de una búsqueda exhaustiva en bases de datos académicas y bibliotecas virtuales, se

realizó un mapeo sistemático, organizando la información recopilada en categorías temáticas. A través de un análisis detallado de los datos obtenidos, se identificaron tendencias, patrones y áreas de investigación de las cuales había muy poco.

4.2.1 Análisis de tendencias.

Se usó Scopus, Science Direct, Dialnet y Google Scholar como fuentes bibliográficas, la búsqueda consideró solamente los tipos de documentos relacionados con la cadena de búsqueda (entrepreneurship AND university). La consulta fue realizada para los últimos 5 años, es decir, desde el 2019 hasta el 2024, y se consideraron documentos que tuvieran esta palabra clave en su título, resumen o palabras claves (TITLE-ABS-KEY).

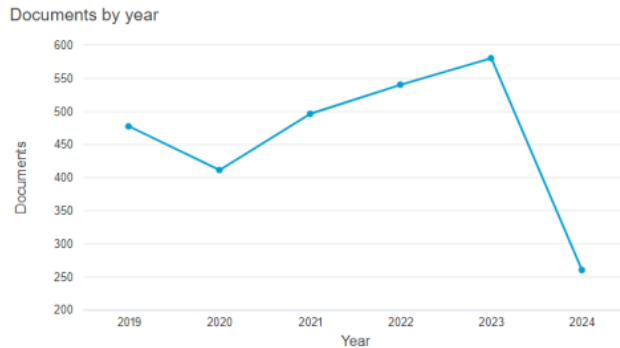
Inicialmente se obtuvieron 4,150 documentos, los cuáles fueron filtrados por las áreas temáticas. Las áreas a las que se limitó la búsqueda de artículos fueron Business, Management and Accounting, Social Sciences, Computer Science, Economics, Econometrics and Finance, Engineering. Lo anterior se realizó, ya que, al verificar los documentos de estas categorías, eran investigaciones que eran más acordes al contexto del presente estudio. Adicionalmente, solo se tuvieron en cuenta los documentos tipo artículo. Finalmente se obtuvieron 2,764 artículos. La tabla 1 presenta el resumen de la búsqueda realizada.

Tabla 1.
Resultados recuperados y estrategias para adquirir datos

Base de Datos	SCOPUS
Palabras de búsqueda	(Entrepreneurship AND University)
Tipo de búsqueda	Título, resumen y palabras claves
Tipo de publicación	
Periodo	(TITLE-ABS-KEY)
Resultados recupera.	Artículos científicos
Resultados Filtrados	2019 – 2024
	4,150 artículos
	2,764 artículos

Figura 2.

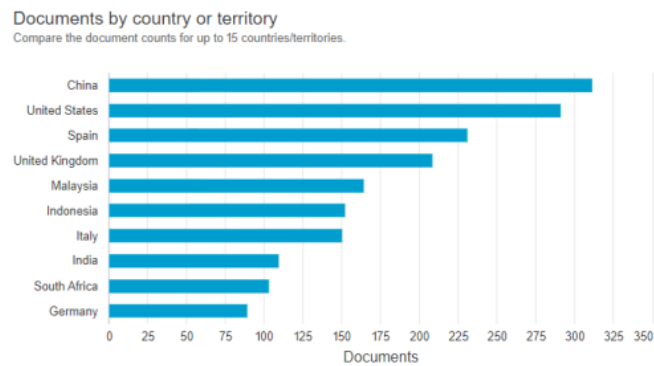
Muestra el resumen de los artículos publicados en este periodo de tiempo (2019-2024)



Adicionalmente, SCOPUS entrega información de la cantidad de documentos por país (ver Figura 2), siendo China (311 documentos), Estados Unidos (291), España (231) y Reino Unido (208), siendo los países que más han aportado investigaciones en esta temática.

Figura 3

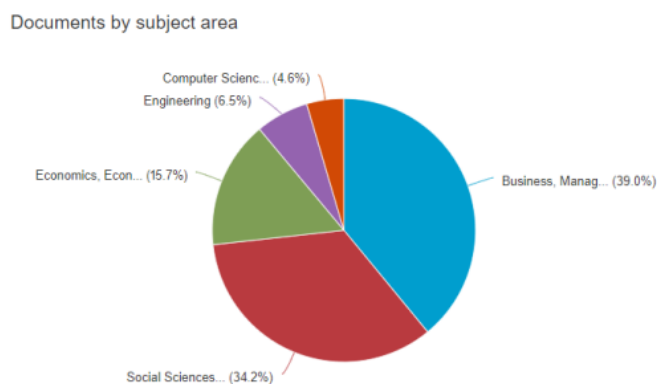
Muestra el resumen de los artículos publicados por países (2019-2024)



Las áreas del conocimiento que más han contribuido a esta temática son las Ciencias Sociales (34.2%), Business, Management and Accounting (39.0%), y Economics, Econometrics and Finance (15.7%), Computer science (4,6%) y Engineering (6,5%) (ver Figura 3).

Figura 3

Muestra el resumen de los artículos publicados por áreas de conocimiento (2019-2024)



4.2.2 Mapeo sistemático de información.

Se aplicó la metodología de mapeo sistemático propuesta por Petersen (Petersen et al., 2008) y colaboradores en 2008 (consulte la Figura 4) para una exploración más detallada del ámbito de las redes sociales en emprendimientos universitarios dentro del contexto estudiantil. Esta metodología permitió categorizar las investigaciones existentes y detectar áreas de conocimiento que aún no han sido investigadas. Para hacer el mapeo, se emplearon 4 bibliotecas científicas: Science Direct, Google Scholar, Scopus y Dialnet.

Figura 4

Etapas del mapeo sistemático



1 Para la revisión, se usaron las siguientes 3 cadenas de búsqueda: *Entrepreneurship AND "Social Networks"*, *Entrepreneurship AND University* y *"Social Entrepreneurship" AND University AND "Social Network"*. Inicialmente se analizaron 115 textos científicos, a los cuales se les aplicaron los siguientes criterios: i) inclusión: artículos científicos publicados en revistas indexadas. ii) 20 In exclusión: estudios divulgados como documentos de trabajo o en revistas no indexadas. En la Tabla 2 se presenta el resultado de la búsqueda.

Tabla 2

Resultado de búsqueda (Documentos Filtrados)

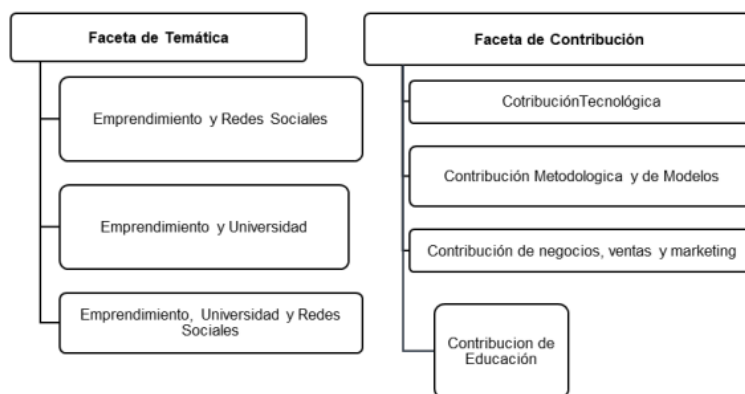
CADENA DE BUSQUEDA	ARTÍCULOS POR FUENTE DE BÚSQUEDA				TOTAL
	SCIENCE DIRECT	GOOGLE SCHOLAR	SCOPUS	DIALNET	
Entrepreneurship AND "Social Networks"	8	11	10	13	42
Entrepreneurship AND University	7	10	7	14	38
"Social Entrepreneurship" AND University AND "Social Network"	11	10	4	10	35
TOTAL	26	31	21	37	115

1 Una vez fueron seleccionados los trabajos relevantes (52), son definidas dos facetas de clasificación, con sus respectivas categorías: i) Faceta temática:

"Emprendimiento y Redes Sociales", "Emprendimiento y Universidad", "Emprendimiento, Universidad y Redes Sociales". ii) Faceta de Contribución: Contribución tecnológica; Contribución metodológica y de modelos; Contribución de negocios, ventas y marketing; Contribución de educación. (ver Figura 8).

Figura 8

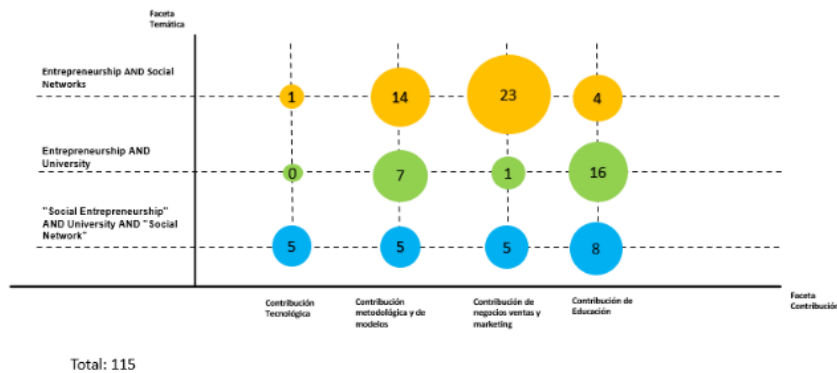
Esquema de clasificación de textos científicos



Se empleó un diagrama de dispersión x-y en forma de burbujas para informar la frecuencia de las publicaciones en cada categoría, identificando los énfasis de investigaciones anteriores, brechas y posibilidades para futuros estudios (Figura 6). El tamaño de una burbuja es proporcional al número de artículos que están en el par de categorías que corresponden a las coordenadas de la burbuja. El diagrama permite visualizar la relación entre la faceta temática (eje y) y la faceta de contribución (eje x-)

Figura 9

Diagrama de visualización del mapeo sistemático



En el cuadrante de la gráfica se observa que la mayoría de investigaciones (23) sobre la temática estudiada contribuyen en los negocios, ventas y marketing universitario. De igual manera, hay un número considerable de documentos (16) que relacionan los emprendimientos y universidades con la educación, es decir, el fortalecimiento económico y social de una comunidad estudiantil. La brecha del conocimiento que se identifica, corresponde a los pocos trabajos realizados en el campo de los emprendimientos sociales, las redes sociales y las universidades en el contexto estudiantil que contribuyan al fortalecimiento de los emprendimientos estudiantiles de la comunidad. De esta manera, la presente investigación quiere abordar esta brecha identificada, mediante el uso de modelos de análisis de sentimientos en la red social DEAL en el contexto estudiantil para los estudiantes de la Fundación Universitaria de Popayán.

5. METODOLOGÍA

5.1 Enfoque de investigación.

Este proyecto implementará el enfoque de investigación mixto, ya que se basa en técnicas tanto cuantitativas y cualitativas para la recolección de los datos. La técnica

cuantitativa se basa en las estadísticas y resultados numéricos, mientras que en las cualitativas se basan en entrevistas, encuestas y demás características (Sampieri et al., 1998). Este enfoque permite tener una visión más integral de las dinámicas sociales, económicas y ambientales presentes en las comunidades rurales y sus sistemas productivos, para brindarles una herramienta tecnológica que les ayude a fortalecer procesos bioeconómicos.

5.2 Contexto de investigación.

Esta propuesta de investigación se trabajará en el departamento del Cauca, específicamente en los municipios de Cajibío, Popayán, Puracé y Silvia (ver Figura 7). Este trabajo se realizará en el marco de un proyecto del SGR sobre estrategias de fortalecimiento bioeconómico, que impactará estos 4 municipios del Cauca.



Figura 7. Contexto de la investigación.

5.3 Actividades para el desarrollo de los objetivos.

1 A continuación, se describen las fases metodológicas, en cada una de ellas se presenta una tabla con 5 columnas (Tabla 4). La primera columna es el nombre de la fase; la segunda indica los objetivos que están relacionados con cada fase; en la tercera columna se listan las actividades que se realizarán para dar cumplimiento a cada fase; la cuarta enseña las herramientas y/o métodos que se tiene pensado usar; y finalmente la quinta columna muestra los resultados esperados de cada actividad.

FASE 1: definición del estado del arte y marco teórico.

Tabla 4. Fases metodológicas y actividades.

	Objetivos específicos Relacionados	Actividades	Métodos	Resultados esperados
Fa se 0: Def ini ció n del est ad o de art e y ma rco teó ric o	Todos los O.E: En esta fase se determinan las brechas del conocimiento, y las bases teóricas que se tendrán en cuenta para realizar la investigación.	A1. Búsqueda de información sobre la relación entre software y bioeconomía	Mapeo sistemático de información (Martínez et al., 2011; Méndez- Rodríguez et al., 2020)	Estado del arte
		A2. Identificación de brechas del conocimiento		Brechas del conocimiento
		A3. Análisis conceptual sobre: bioeconomía, plataformas, sostenibilidad, y cadenas productivas agrícolas	Revisión bibliográfica y triangulación conceptual (Méndez- Rodríguez et al., 2020)	Marco teórico
		A4. Revisión detallada de las herramientas software existentes	Revisión Bibliográfica	Funcionalida d de herramientas

FASE 2: desarrollo e integración de un módulo de gestión de agua y cadenas productivas con una herramienta software de caracterización socioeconómica de comunidades rurales.

	Objetivos específicos Relacionado s	Actividades	Métodos	Resultados esperados
Fase 2: Desarr	Integrar instrumentos para la	A5. Definir los requerimientos y componentes	Desing Thinking (Brown,	Definición de los requerimientos y componentes

ollo e integra ción	gestión de agua y cadenas productivas con soluciones tecnológicas, en el contexto de comunidades rurales del departament o del cauca (O.E.1).	necesarios para el diseño de la solución tecnológica (modulo que involucre un instrumento de gestión de agua y cadenas productivas en contextos rurales) Definir requerimientos de la solución 2, red social para promover procesos de bioeconomía.	2008) – Fase I, II: empatizar y definir.	necesarios para la creación de la solución.
	Y Construir soluciones (2) que ayuden al proceso de toma de decisiones en gestión hídrica, y bioeconomía en comunidades rurales (O.E.2).	A6. Idear la solución propuesta y su integración a una herramienta de caracterización socioeconómica*	Desing Thinking (Brown, 2008) – Fase III: Idear.	Tener una aproximación a la solución tecnológica
		A7. Proponer los diseños de arquitectura software en base a los requerimientos	SCRUM	Definición de la arquitectura software
		A8. Programar la descripción de la arquitectura software.	SCRUM	Asegurar el cumplimiento de estándares de desarrollo de arquitecturas software, calidad, performance, rendimiento, confiabilidad, etc.
		A9. Validar los componentes de la arquitectura del sistema, integrando todos los módulos.	SCRUM	Asegurar la robustez requerida en todos sus componentes del sistema.

		A10. Realizar pruebas pertinentes para verificar el correcto funcionamiento		Prototipos (2) software funcionales
--	--	------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------

*esta herramienta ya ha sido construida previamente (censo indígena).

FASE 3: apropiación y transferencia de las tecnologías desarrolladas para las comunidades rurales.

	Objetivos específicos Relacionados	Actividades	Métodos	Resultados esperados
Fase 3: apropiación y transferencia de las tecnologías desarrolladas para las comunidades rurales (O.E.3).	Plantear un programa de apropiación y transferencia de las tecnologías desarrolladas para las comunidades rurales (O.E.3).	A11. Definir una estrategia de comunicación, divulgación y apropiación del conocimiento generado	Lluvia de ideas	Prototipos software apropiados
		A12. Socializar los conocimientos y el desarrollo tecnológico realizado	Presentación ante expertos	
		A13. Capacitar colaborativamente en el uso de la herramienta tecnológica	Jornada de capacitación de las herramientas	

6. CRONOGRAMA

Tabla 5. Cronograma de actividades.

DURACIÓN(MES)	8 Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
DURACIÓN(SEMANA)	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				

FASE S	ACTIVIDADE S																				
F1	A1																				
	A2																				
	A3																				
	A4																				
	A5																				
F2	A6																				
	A7																				
	A8																				
	A9																				
	A10																				
F3	A11																				
	A12																				
	A13																				

7. PRESUPUESTO

1
Tabla 5. Presupuesto.

PERSONAS INVOLUCRADAS EB EL PROYECTO		CANTIDA D	VALOR (HR)
Estudiantes de Ingeniería de Sistemas		3	\$ 15.000
Director de grado		1	\$ 35.000
ACTIVIDAD	RECURSO	CANTIDA D	VALOR
Entrevistas	Portátil Acer - Aspire E1-472-6825	1	\$ 1.300.000
	Portátil HP - Pavilion Gaming Laptop	1	\$ 3.000.000
	Transporte	2 Pasajes	\$ 12.000
	Estudiantes Ing. Sistemas	12 Horas	\$ 180.000
Documentación	Portátil Acer - Aspire E1-472-6825	1	\$ -
	Portátil HP - Pavilion Gaming Laptop	1	\$ -
	Estudiantes Ing. Sistemas	40 horas	\$ 600.000
	Director de grado	20 horas	\$ 700.00
Anteproyecto	Estudiantes Ing. Sistemas	200 horas	\$ 3.000.000

	Director de grado	20 horas	\$	700.000
	internet		\$	70.000
Prototipo App	Portátil Acer - Aspire E1-472-6825		\$	-
	Portátil HP - Pavilion Gaming Laptop		\$	-
	Estudiantes Ing. Sistemas	150Horas	\$	2.250.000
	Director de grado	5horas	\$	75.000
Desarrollo de App	Portátil Acer - Aspire E1-472-6825		\$	-
	Portátil HP - Pavilion Gaming Laptop		\$	-
	Estudiantes Ing. Sistemas	500 horas	\$	7.500.000
	Asesor desarrollador software	20 horas	\$	340.000
	Director de grado	30 horas	\$	1.050.00
Validación	¹ Estudiantes Ing. Sistemas	30 horas	\$	450.00
	Director de grado	10 horas	\$	350.00
	TOTAL		\$	21.577.000

8. RESULTADOS ESPERADOS

1. Documento de trabajo de grado.
2. 2 solicitudes de Registros SW.
3. 2 manuales de usuario.
4. Borrador de artículo científico.

BIBLIOGRAFÍA

- 7
Degenne -Cnrs, A. (2009). *REDES-Revista hispana para el análisis de redes sociales* Tipos de interacciones, formas de confianza y relaciones (Vol. 16).
22
<http://revista-redes.rediris.es>
- 5
Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- 4
Hsieh, Y. J., & Wu, Y. J. (2019). Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: Insights and research opportunities. *Computers in Human Behavior*, 95, 315–323. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.033>
- 11
Inoubli, C. E., & Gharbi, L. (2024). Investigating how social context moderates the relationship between intentions and behaviors in student entrepreneurship: Case of Tunisian students. *International Journal of Management Education*, 22(1).
18
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100918>
- Fournier, A. N. (2011). Emprendimiento social.
- 3
Hugo Cardenas, F. X., Jimenez Rosero, C. E., Holovatyi, M., & Lara Pazos, P. E. (2019). El impacto de las redes sociales en la administración de las empresas. *RECIMUNDO*, 4(1), 173–182.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(1\).enero.2020.173-182](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(1).enero.2020.173-182)

Lucía Roa, M. (2005). DEFINICION Y ALCANCES DEL EMPRENDIMIENTO
SOCIAL. www.changemakers.net

10

Solís, F. M., & Critikián, D. M. (2022). Redes sociales y Generación Z. Doxa
Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias
Sociales, 381-399.

ANEXO A - ÁRBOL DEL PROBLEMAS

Efectos directos	Poca gestión de recurso hídrico.	Bajo fortalecimiento bioeconómico.	Escasa apropiación de tecnologías.
Problema central	Bajos desarrollos software para el fortalecimiento bioeconómico que consideren la gestión del recurso hídrico y las cadenas productivas en comunidades rurales del departamento del Cauca.		
Causas directas	Poca integración de instrumentos de gestión del recurso hídrico y cadenas productivas con soluciones tecnológicas por parte de comunidades rurales.	Pocas soluciones tecnológicas que ayudan a los procesos de toma de decisiones de (gestión hídrica, bioeconómica y alimentaria) en comunidades rurales.	Escasos procesos de apropiación tecnológica por parte de comunidades rurales.

ANEXO B - ÁRBOL DE OBJETIVOS

Fines directos	Fortalecimiento bioeconómico.	Gestión de recurso hídrico.	Apropiación de tecnologías.
Objetivo central	Desarrollar software para el fortalecimiento bioeconómico que consideren la gestión del recurso hídrico y las cadenas productivas en comunidades rurales del departamento del Cauca.		

Objetivos específicos	Integrar instrumentos de gestión del recurso hídrico y cadenas productivas con soluciones tecnológicas por parte de comunidades rurales.	Construir una solución tecnológica que ayudan a los 1 procesos de toma de decisiones de gestión hídrica, bioeconomía y alimentaria en comunidades rurales.	Plantear un programa de apropiación tecnológica para las comunidades rurales.

Version1

INFORME DE ORIGINALIDAD

29%

ÍNDICE DE SIMILITUD

FUENTES PRIMARIAS

1	unividafulp.edu.co Internet	746 palabras — 17%
2	www.coursehero.com Internet	46 palabras — 1%
3	revistasinvestigacion.esic.edu Internet	44 palabras — 1%
4	bibliotecadigital.fgv.br Internet	39 palabras — 1%
5	repository.uph.edu Internet	36 palabras — 1%
6	repository.uniminuto.edu Internet	32 palabras — 1%
7	www.researchgate.net Internet	28 palabras — 1%
8	www.slideshare.net Internet	27 palabras — 1%
9	es.slideshare.net Internet	25 palabras — 1%
10	publicaciones.protocoloimep.com Internet	

25 palabras — 1%

11 Chiheb Eddine Inoubli, Lamia Gharbi. "Investigating how social context moderates the relationship between intentions and behaviors in student entrepreneurship: Case of Tunisian students", The International Journal of Management Education, 2024
Crossref 23 palabras — 1%

12 export.arxiv.org
Internet 13 palabras — < 1%

13 mie.binus.ac.id
Internet 13 palabras — < 1%

14 www.studymode.com
Internet 13 palabras — < 1%

15 hablemosdenegocios1.blogspot.com
Internet 12 palabras — < 1%

16 nep.repec.org
Internet 12 palabras — < 1%

17 www.world-tourism.org
Internet 10 palabras — < 1%

18 Braga Garcez, Ana Paula Paula Braga. "The Influence of the Structural Pillars of Digital Academic Entrepreneurship on University Students' Entrepreneurial Intention", Universidade da Beira Interior (Portugal), 2024
ProQuest 9 palabras — < 1%

19 Tara Suárez-Cousillas. "Evolución del marketing 1.0 al 4.0", Redmarka. Revista de Marketing 9 palabras — < 1%

-
- 20 bibemp2.us.es 9 palabras — < 1 %
Internet
-
- 21 repositorio.upse.edu.ec 9 palabras — < 1 %
Internet
-
- 22 revistas.ucm.es 9 palabras — < 1 %
Internet
-
- 23 riunet.upv.es 9 palabras — < 1 %
Internet
-
- 24 www.investigarmqr.com 9 palabras — < 1 %
Internet
-
- 25 www.visitcentroamerica.com 9 palabras — < 1 %
Internet
-
- 26 Andrés Eduardo Nieto-Vallejo, Omar Fernando Ramírez-Pérez, Luis Eduardo Ballesteros-Arroyave, Angela Aragón. "Design of a Neurofeedback Training System for Meditation Based on EEG Technology", Revista Facultad de Ingeniería, 2021 8 palabras — < 1 %
Crossref
-
- 27 Villarán, Karen Edith Weinberger. "Relaciones Entre Factores y Actores del Ecosistema de Emprendimiento de Lima: Un Estudio Exploratorio", Pontificia Universidad Católica del Perú (Peru), 2024 8 palabras — < 1 %
ProQuest
-
- 28 www.confuciobarcelona.es 8 palabras — < 1 %
Internet

29 www.uclm.es
Internet

8 palabras — < 1%

30 fup.edu.co
Internet

6 palabras — < 1%

EXCLUIR CITAS DESACTIVADO
EXCLUIR BIBLIOGRAFÍA DESACTIVADO

EXCLUIR FUENTES DESACTIVADO
EXCLUIR COINCIDENCIAS DESACTIVADO