

EXTENSIÓN Y SERVICIOS EXTERNOS

Vicerrectoría de Investigación, Extensión e Innovación



MODELO DE RELACIONAMIENTO CORPORATIVO HACIA LA AGENDA 2030

DEPARTAMENTO DE EXTENSIÓN Y SERVICIOS EXTERNOS

Construimos relaciones sostenibles

Elaborado por:

Tatyana Bolivar Vasilef – Directora de Extensión y Servicios Externos

Diana C. Rojas Pabón – Coord Sostenibilidad Empresarial del Centro de Educación Continuada

Barranquilla 01 de abril de 2019

Versión 10 actualizada 10-11-2020

1. ANTECEDENTES

El fortalecimiento de relaciones con empresas, organizaciones públicas y privadas, y con el tercer sector se realiza estratégicamente a través de iniciativas, proyectos y servicios orientados y especialmente diseñados para mejorar el nivel de cercanía y colaboración entre estudiantes, egresados, profesores, empresas y organizaciones, lo que permite enriquecer la propuesta de valor al aprovechar los intereses, las características y las fortalezas de cada uno de los grupos de interés. En esencia, lo que se busca es la creación de sinergia entre los diferentes actores y con el fin de lograr un resultado superior a la suma de los resultados de cada elemento actuando en forma aislada.

Sin embargo hoy en día es imposible desarrollar cualquier modelo de gestión que busque trascender en la sociedad sin alinearlos a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenibles y sus 169 metas que representan un esfuerzo para todos los actores sociales, más aún de las Universidades las cuales ocupan un lugar privilegiado dentro de la sociedad. Con un incuestionable protagonismo en torno a la creación y difusión del conocimiento, las universidades han sido durante mucho tiempo potentes impulsores de la innovación global, nacional y local, el desarrollo económico, y el bienestar social. Como tal, las universidades tienen un papel fundamental para lograr el cumplimiento de los ODS, a la vez que pueden beneficiarse enormemente al comprometerse con esta Agenda¹.

Desde Extensión Universitaria se trabaja de la mano con el sector empresarial y son las empresas que tiene el desafío de actuar como facilitadores de todo el proceso. "El empresariado es un socio vital para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Las empresas pueden contribuir a través de la actividad principal de su negocio, por lo que pedimos a las empresas de todo el mundo,

¹ CÓMO EMPEZAR CON LOS ODS EN LAS UNIVERSIDADES UNA GUÍA PARA LAS UNIVERSIDADES, LOS CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y EL SECTOR ACADÉMICO <http://reds-sdsn.es/wp-content/uploads/2017/02/Guia-ODS-Universidades-1800301-WEB.pdf>

que evalúen su impacto, establezcan metas ambiciosas y comuniquen de forma transparente sus resultados." Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas.²

A diferencia de sus predecesores, los objetivos de desarrollo del milenio, los ODS involucran directamente a las empresas y aunque han sido acordados por todos los gobiernos, su éxito depende de la acción y la colaboración de todos los actores. Por lo anterior, hablar de desarrollo sostenible sin hablar de empresa se podría decir que es imposible, existe un rol clave para las empresas y es como motor del crecimiento económico y del empleo. El aporte de las empresas a los ODS puede darse desde tres enfoques, no excluyentes y con diferente retorno:

Se ha escuchado hablar del concepto de filantropía empresarial³ el cual ha ido tomando fuerza con el surgimiento de la RSE, aunque algunos estados no la incluyan como RS es una opción válida para que las empresas aporten a las condiciones sociales y ambientales de los entornos en los que opera o no la compañía y adquirir el beneficio reputacional.

También se habla de la implementación de iniciativas vinculadas a las operaciones como reducción de costos, atracción y retención de talento, interés y fidelización de los clientes, entre otros.

El tercer enfoque está constituido por la innovación en el desarrollo de productos y servicios.

Sin lugar a duda, cuando se analizan estos enfoques se podría entonces definir que la incorporación de los ODS en los objetivos estratégicos de las compañías se convierte en una oportunidad de crecimiento del negocio de manera sostenible y competitiva.

Teniendo en cuenta la definición desarrollo sostenible como "aquél que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones"⁴, las empresas podrían analizar sus impactos en un mercado donde los consumidores son cada vez son más sensibles y exigentes y a su vez identificar que ODS están en su cadena de valor y priorizar acciones concretas que deban implementar para asegurar su cumplimiento escalable y a largo plazo.

En conclusión, las empresas pueden utilizar los ODS como un marco general para dar forma, dirigir, comunicar e informar acerca de sus estrategias, metas y actividades, lo que les permite capitalizar una serie de beneficios tales como identificar futuras oportunidades de negocio, mejorar el valor de la sostenibilidad empresarial y fortalecer las relaciones con las partes interesadas.

Y ahora bien, cuando se habla de Universidad – Empresa- Estado- Sociedad se podría enmarcar en un concepto de Grupos de Relación, como un conjunto de personas, organizadas en torno a un interés común, con el fin de actuar conjuntamente en defensa del mismo. Los Grupos de Relación

² ¿Por qué los ODS son importantes para las empresas? <https://www.dnvgl.es/news/-por-que-los-ods-son-importantes-para-los-negocios--67216>

³ LA FILANTROPÍA: ¿UN ACTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL? http://www.iese.edu/es/multimedia/Cuaderno%2015_tcm5-83109_tcm42-62548.pdf

⁴ Wikilibro: Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial > Capítulo 1: RSE y sostenibilidad - concepto macro http://www.eoi.es/wiki/index.php/Desarrollo_sostenible_en_Responsabilidad_Social_y_Sostenibilidad_Empresarial

están compuestos de individuos o agrupaciones de personas cuyos intereses podrían verse afectados por las decisiones y actividades de una organización.⁵

Es importante mencionar que no existe una categoría completa de Grupo de Relación que pueda ser aplicada a todos los casos, ni siquiera del mismo sector ya que la identificación de estos grupos dependerá de las condiciones sociales, económicas y políticas de cada caso.

MODELOS DE RELACIÓN ENTRE LAS UNIVERSIDADES Y SU ENTORNO.

Teniendo en cuenta que el conocimiento es producido por una variedad de organizaciones, como las universidades, las empresas, los laboratorios y que son tres vértices los que principalmente estructuran el campo de generación y circulación de conocimiento y su impacto: los sistemas políticos, los sistemas económicos y los sistemas educativos (Maldonado, 2008), para el avance de las actividades de ciencia y tecnología se han planteado distintos modelos teóricos tendientes a explicar la integración de las universidades con otros actores de la sociedad. En este sentido, el tema de las interacciones entre la Universidad y su entorno ha sido objeto de una vasta cantidad de investigaciones que han evidenciado una relación positiva entre las vinculaciones Universidad-entorno y la intensidad con que se realizan actividades de I+D.

De acuerdo con Villaveces (2006), las primeras vinculaciones entre la academia y el entorno se dieron bajo un esquema de oferta-demanda en el llamado **modelo lineal o modo 1** de transferencia del conocimiento, desde el ámbito académico hacia el ámbito industrial, bajo un carácter disciplinar, homogéneo y jerárquico, realizado solo en universidades y centros de investigación para satisfacer intereses académicos y disciplinarios. Posteriormente, el modo 2 se caracterizó por plantear una transferencia de conocimiento más transdisciplinaria, heterogénea y heterárquica, donde primó la aplicabilidad y la utilidad social de la investigación, realizada alrededor de un problema, por grupos creados ad hoc. El planteamiento de este modo 2 de transferencia de conocimiento, dio paso a modelos más concretos de relación entre universidades, empresas y Estado, como el **modelo del triángulo de Sábado**, **el de sistemas de innovación** (Freeman, 1987; Lundvall, 1985 citados en Lundvall, 1997) y **el de la triple hélice** (Etzkowitz y Leydesdorff, 1995).

En Colombia, al igual que en la región, existen limitaciones y avances frente a la relación Universidad-entorno. En este sentido, el Estado, las empresas y las instituciones de educación superior han realizado inversiones para actividades de ciencia, tecnología e innovación, aunque estas son insuficientes para lograr un desarrollo significativo en relación con las necesidades del país. Uno de los avances importantes para la consolidación de relaciones interinstitucionales es la conformación, a partir de 2007, de ocho comités Universidad-empresa-Estado, promovidos por el Ministerio de Educación Nacional y Colciencias. Estos comités se encuentran en Bogotá-región, Antioquia, Santander, Valle del Cauca, Eje Cafetero, Costa Caribe, Tolima-Huila y Nariño-Cauca.

⁵ Máster en Responsabilidad Social y Sostenibilidad – Universidad Complutense

Dentro de las actividades que han venido desarrollando los comités, cabe destacar programas de innovación y gestión tecnológica, y diferentes proyectos direccionados a fortalecer las relaciones con el entorno.

Otros esfuerzos realizados para aumentar las interacciones incluyen la creación de incubadoras de empresas que tiene nodos en distintas ciudades del país; clusters de TIC como Parquesoft; parques tecnológicos y programas de emprendimiento dirigidos por las cámaras de comercio

2. CARACTERÍSTICAS DEL MODELO DE RELACIONAMIENTO CORPORATIVO DE LA UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR HACIA LA AGENDA 2030

El Departamento de Extensión y Servicios Externos de la Universidad Simón Bolívar adscrito a la Vicerrectoría de investigación, extensión e innovación construye relaciones sostenibles a través de un modelo de relacionamiento corporativo con el fin de impactar en forma positiva el desarrollo económico y social, cuyo propósito es seguir generando un ambiente de confianza entre UNIVERSIDAD – EMPRESA- ESTADO- SOCIEDAD para contribuir con el desarrollo de la agenda 2030 de los objetivos de Desarrollo Sostenible.

Para la elaboración del modelo de relacionamiento de extensión universitaria, se desarrollaron algunas ideas que facilitaron su comprensión y facilitaron su argumentación.

Primera idea: el modelo de relacionamiento tiene entradas que, de acuerdo con las funciones de las estructuras y procesos, se convierten en salidas. El modelo está compuesto por entradas, procesos y salidas. Las entradas constituyen un elemento esencial del modelo, por cuanto aportan toda la información que sirve de base para el desarrollo de este, a partir del análisis de la situación del país, programas priorizados y datos estadísticos, características y potencialidades de la comunidad intra y extra universitaria, recursos materiales y financieros, comunidad intra y extra universitaria.

Segunda idea: El modelo está diseñado bajo el enfoque del ODS número 17 (Alianza para lograr los objetivos) buscando de esta manera desarrollar estrategias y una cultura que apoyen abiertamente el desarrollo, mantenimiento y mejora de las alianzas con otras entidades, tanto interna como

externamente⁶ y de esta forma mantener una retroalimentación constante que genere aprendizaje, trabajo colaborativo, innovación, reputación y confianza de las partes involucradas.

Aunque las relaciones entre las universidades y su entorno pueden tener un enfoque social, cultural o empresarial, la necesidad de relacionarse con el entorno debe responder a las capacidades y necesidades internas de interacción entre las universidades y las necesidades últimas de la sociedad, que no necesariamente son económicas, sino de diferente índole.

Esto significa una innovación y generación de valor para las universidades, las empresas y el Estado, sin forzar la interacción únicamente hacia enfoques empresariales de transferencia de conocimiento. Adicionalmente, un factor fundamental para el avance de las interacciones ha sido la capacidad de aprendizaje que las organizaciones tienen y, más aún, las personas que integran las organizaciones.

Desde este modelo de relacionamiento se gestiona el impacto social de la Universidad a través de:

1. Integrar la función de extensión con la formación académica y la de investigación a través de comunidades de aprendizaje.
2. Articular el proceso de enseñanza aprendizaje con proyectos de extensión universitaria que contribuyen con la solución de problemáticas sociales.
3. Implementar, iniciativas, proyectos y programas con enfoque de Responsabilidad Social y/o Sostenibilidad, con una visión holística de la intervención.
4. Fomentar el desarrollo de proyectos, estrategias y acciones emprendidos en el marco de la interrelación Universidad – Empresa - Estado – Sociedad, para aportar al desarrollo social.
5. Participar activamente en la agenda de desarrollo local y nacional, y en la formulación de políticas públicas.
6. Desarrollar acciones de difusión y socialización de los procesos y resultados de la gestión del impacto social con los diferentes grupos de interés.
7. Realizando seguimiento permanente a los impactos generados por los proyectos sociales desarrollados desde la función de extensión.

⁶ CÓMO EMPEZAR CON LOS ODS EN LAS UNIVERSIDADES <http://reds-sdsn.es/wp-content/uploads/2017/02/Guia-ODS-Universidades-1800301-WEB.pdf>

8. Realizando seguimiento permanente a la inserción y desempeño laboral de los egresados y del impacto que estos generan en el proyecto académico de la universidad y en su entorno.
9. Fomentando el desarrollo de competencias y la actualización de conocimientos a lo largo de la vida a través de la implementación de estrategias académicas que articulan los diferentes niveles y modalidades de formación.

3. ESTRUCTURA DEL MODELO

En el periodo 2011- 2014, el relacionamiento de la Universidad se dio de manera orgánica. Entre 2015- 2018, estos aprendizajes se consolidaron en una estrategia institucional, que ha permitido el crecimiento exponencial de las relaciones y su impacto, lo cual conecta las actividades de Extensión con las necesidades del entorno. Evidenciado en la consolidación de un modelo de relacionamiento corporativo que tiene como objetivo generar un ambiente de confianza entre UNIVERSIDAD – EMPRESA – ESTADO – SOCIEDAD.

En respuesta a necesidades reales del entorno la Universidad consolido la oferta de servicios desde la Vicerrectoría de Investigación, Extensión e Innovación, desarrollando programas de articulación con el sector externo, ofreciendo a la comunidad de la localidad y de la región formación continuada a través de diplomados, seminarios y programas empresariales a la medida; espacios dotados de alta Tecnología para prestar a los empresarios servicios en materiales, bioinformática y prototipaje, entre otros, de igual manera participa activamente en las mesas de trabajo de los principales gremios y actores empresariales tales como: Amcham, Acopi, Fenalco, Comisión de Competitividad, Corporación Empresarial del Oriente del Atlántico CEO, Probarranquilla, Cientech; Asamblea de Accionistas del Centro de Eventos Puerta de Oro, Consejo Territorial de Planeación del Atlántico, entre otros.

Con miras a materializar dicho modelo y generar en el ecosistema una cultura de colaboración entendida a partir de la participación de todos; es un desafío, que necesitará que todas las instituciones estén dispuesta, motivadas y comprometidas. Y para ello desde extensión de proyectaron unas modalidades que estarán vinculados de manera directa en la ejecución del modelo

- a) Premio Merito Empresarial
- b) Centro de Educación Continuada – Sostenibilidad empresarial

- c) **Fondo de Becas Merito empresarial**
- d) **Merito Empresarial TV**
- e) **Centros de investigación: Crecimiento empresarial -Macondolab, Ciencias de la vida, e Innovación Social CIISO**

Las acciones de este modelo están siendo documentadas por el equipo periodístico de Merito Empresarial TV, el cual se trasmite por Telecaribe y se expande en otras plataformas digitales, como el canal de YouTube. Este espacio se abre para que las Empresas Meritorias puedan lograr mayor posicionamiento de marca y proyección efectiva de sus productos y servicios teniendo en cuenta que se incorporaran a nuestra bitácora digital y serán publicadas previa autorización.

Descripción de las modalidades de Extensión directamente relacionadas:

- a) **PREMIO AL MERITO EMPRESARIAL:** Hace 10 años nació en barranquilla una iniciativa que busca reconocer aquellos empresarios audaces que se atreven a confiar en el talento humano de sus equipos de trabajo y desarrollan capacidades distintas para incrementar las ventajas competitivas.

El PME se ha constituido en el máximo reconocimiento que se entrega a empresas y empresarios del país. Las empresas ganadoras tienen como beneficios, reconocimiento y posicionamiento de su marca en los diferentes medios y publicaciones con alcance nacional e internacional, participar en eventos de relacionamiento y actividades de coworking creando alianzas y relaciones interempresariales, involucrar al equipo directivo a realizar un auto diagnóstico sobre sus fortalezas, entre otros.

- ✓ Compartir aprendizajes, espacios de trabajo colaborativo.
- ✓ Involucrar al equipo directivo a realizar un auto-diagnóstico sobre sus fortalezas y amenazas del entorno para ser más competitivos.
- ✓ Participar en eventos de conexiones empresariales.
- ✓ Recibir una retroalimentación externa.

- b) **SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL:** Concedores de las tendencias de innovación del entorno, la Universidad Simón Bolívar por intermedio del Centro de Educación Continuada, ofrece servicios en educación no formal, las cuales son articuladas con la academia e investigación de la Universidad, así como con el sector empresarial y gubernamental para ofrecer programas flexibles e innovadores que fortalecen y profundizan conocimientos y competencias, para la formación profesional a lo largo de la vida por medio de dos áreas: Sostenibilidad Empresarial y Formación Permanente.

Desde Sostenibilidad Empresarial se busca acompañar al sector empresarial, gremial y gubernamental, a nivel nacional e internacional a través de la preparación del talento

humano que las componen y de sus grupos de interés, con habilidades claves para hacer frente a las dinámicas globales.

Dentro de los servicios que se diseñaron se encuentran: Escuelas de Formación a la medida, Programas de actualización específica, Proyectos Educativos 4.0, Bootcamps, Programas de Entrenamiento Directivo, Cátedras, Misiones, Certificaciones y diferentes EVENTOS EMPRESARIALES como jornadas de networking, visitas empresariales, ruedas de negocios, foros, entre otros. Con diferentes modalidades de formación como son presencial, semipresencial y/o virtual que se pueden tomar in house o in campus. VER GRAFICO



- c) **BECAS MERITO EMPRESARIAL:** La beca se constituye como la opción que la Universidad ofrece para que el sector empresarial, a título de una persona jurídica o natural, pueda cumplir su responsabilidad social a través de donación para patrocinar estudios en un programa de educación superior.
Según las disposiciones del donante, este patrocinio podrá ser el valor total o parcial de la matrícula y puede tener alcance en otros aspectos como manutención.
- d) **CENTROS DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN:** La Universidad pone al servicio investigadores en las siguientes áreas:

Macondolab: Desde el centro de crecimiento empresarial acompañamos la innovación de las empresas mediante la integración de elementos esenciales de innovación abierta, y herramientas de desarrollo y prototipado rápido.

Centro de Investigaciones en Ciencias de la Vida –CICV desde este centro se direcciona el fomento y desarrollo de la actividad científica mediante la integración de la Biomedicina y la Sostenibilidad Ambiental.

Centro de Investigación e Innovación Social José Consuegra Higgins –CIISO buscamos de una forma transdisciplinar articular las ciencias sociales, y jurídicas, las ciencias de la salud y los campos ingenieriles para concebir, formular y ejecutar proyectos que aporten a la solución de problemas concretos, incentivando el bienestar de la población y a la construcción de reconciliación y paz en los territorios.

4. EMPRESAS VINCULADAS AL MODELO DE RELACIONAMIENTO

Año tras año empresas y entidades se van uniendo al modelo de relacionamiento y busamos construir con ellas relaciones a largo plazo.

CUADRO DE EMPRESAS VINCULADAS AL MODELO DE RELACIONAMIENTO CORTE ENERO DEL AÑO 2019		
ENTIDAD /EMPRESA	INGRESO	DESCRIPCIÓN
1.ANALFE	SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Diplomado sistema de prevención, control y gestión del riesgo de lavado de activos y de la financiación del terrorismo. (SARLAFT)
2.BUREAU VERITAS	SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Diplomado en Consultoría Empresarial
3.ANALDEX	SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Diplomado en comercio exterior con énfasis en actualización en normas de la reforma aduanera.
4.NUXAM	SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Diplomado en atención primaria en salud APS
5.CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANQUILLA	SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Diplomado de régimen de finanzas para no financieros
6. CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA	SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Cursos de actualización para empresas en transformación digital
7.ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS OEI	SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL	Aliado del premio Aliado Congreso de Educación
8.FORO DE PRESIDENTES	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Aliado del premio
9.ENDEAVOR	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Aliado del premio
10.GOVERNACIÓN DEL NORTE DE SANTANDER	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Aliado del premio
11.COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD DEL NORTE DE SANTANDER	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Aliado del premio
12.ANDI NORTE DE SANTANDER	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Aliado del premio

14. CUES NORTE DE SANTANDER	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Aliado del premio
15. CENTRO COMERCIAL VENTURA PLAZA	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Patrocinador del premio
16. LA VOZ DEL NORTE	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Patrocinador del premio
17. HOTEL BARRANQUILLA PLAZA	EGRESADOS	Convenio de beneficios:
18. BYBLOS RESTAURANTE - 1973	EGRESADOS	Convenio de beneficios:
19. CHILDREN LEARNING CENTER	EGRESADOS	Convenio de Beneficios:
20. CLÍNICA ODONTOLÓGICA GUILLERMO RUBIO	EGRESADOS	Convenio de Beneficios.:
21. LILIANA ROJAS MAKEUP STUDIO & SALON	EGRESADOS	Convenio de Beneficios:
22. HOTEL BH	EGRESADOS	Convenio beneficios
23. HOTEL SUITE CONTINENTAL	EGRESADOS	Convenio de beneficios
24. EDITORIAL LA REPÚBLICA S.A.S	EGRESADOS	Convenio beneficios
25. Mundo Pixel Photobooth & Eventos.	EGRESADOS	Convenio beneficios
26. JENNOS PIZZA	EGRESADOS	Convenio beneficios
27. HOTEL WYNDHAM GARDEN	EGRESADOS	Convenio de beneficios
28. FUNDACION COLOMBO ALEMANA DE BARRANQUILLA	EGRESADOS	Convenio de beneficios
29. CLINICA OFTAMOLOGICA DEL CARIBE	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Beca Mérito Empresarial
30. ASEOCOLBA	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Beca Mérito Empresarial
31. CÁMARA COLOMBIANA DE INFORMATICA Y TELECOMUNICACIONES	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Aliado del premio
32. JUDY HASBUN (MARCA REGISTRADA)	PREMIO MÉRITO EMPRESARIAL	Patrocinador del premio
33. COUNTRY MOTORS	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Patrocinador del premio
34. UNIPHOS PLANT LIMITED	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Vinculación al modelo de relacionamiento
35. ATUNES Y ENLATADOS DEL CARIBE	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Vinculación al modelo de relacionamiento
36. LAVANDERIA UNIVERSAL	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Vinculación al modelo de relacionamiento
37. SODETRANS	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Vinculación al modelo de relacionamiento
38. DITAR SA	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Vinculación al modelo de relacionamiento
39. CLARO SAS	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Vinculación al modelo de relacionamiento
40. USA VIRTUAL MARKET	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Vinculación al modelo de relacionamiento
41. XPECTRUM TECHNOLOGIES	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Vinculación al modelo de relacionamiento
42. EXPRESO BRASILIA	PREMIO AL MÉRITO EMPRESARIAL	Fortalecimiento del vínculo Universidad-Empresa

5. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS DE RELACIONAMIENTO UEE

Como estrategia de relacionamiento la Universidad participa en los principales eventos de impacto local y regional, donde se realizan actividades de networking y nos permite seguir consolidando el posicionamiento y confianza entre las partes.

	ACTIVIDAD	ENTIDAD ORGANIZADORA	No. DE ASISTENTES	FECHA
1	XXX ASAMBLEA GENERAL DE MIEMBROS	PROBARRANQUILLA	50	19 DE MARZO DE 2019
2	8VO ENCUENTRO PORTUARIO E INDUSTRIAL DEL CARIBE	ANALDEX	200	25 DE ABRIL DE 2019
3	3ER FORO REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO Y LOCAL	GOBERNACION DEL ATLANTICO	400	7 AL 9 DE MAYO DE 2019
4	XII SIMPOSIO INTERNACIONAL ADUANERO Y PORTUARIO	FITAC	400	10 Y 11 DE MAYO DE 2019
5	CONGRESO SLADE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	UNISIMON	350	16 AL 18 DE MAYO DE 2019
6	BUSINESS FUTURE OF THE AMERICAS	AMCHAM	500	22 AL 24 DE MAYO DE 2019
7	PROMOCIÓN DÉCIMA VERSIÓN DEL PME EN SAN ANDRÉS ISLAS	UNISIMON - CAMARA DE COMERCIO SAN ANDRES	15	5 AL 7 DE JUNIO DE 2019
8	PROMOCIÓN DÉCIMA VERSIÓN PME EN CÚCUTA	UNISIMON	120	17 Y 18 DE JUNIO
9	EXPOPROBARRANQUILLA	PROBARRANQUILLA	2000	19 DE JUNIO DE 2019
10	DESAYUNO EMPRESARIAL EN BOGOTA	UNISIMON-CASA EDITOREAL EL TIEMPO	50	10 DE JULIO
11	PROMOCIÓN DÉCIMA VERSIÓN PME EN MONTERÍA	UNISIMON - CAMARA DE COMERCIO MONTERIA	20	16 DE JULIO DE 2019
12	NETWORKING EMPRESARIAL	UNISIMON	50	17 DE JULIO DE 2019
13	CEREMONIA NACIONAL PME	UNISIMON	750	14 DE NOVIEMBRE
14	CEREMONIA REGIONAL NDS PME	UNISIMON	250	3 DE DICIEMBRE
TOTAL DE ASISTENTES			5155	

6. PARTICIPACIÓN EN JUNTAS DIRECTIVAS DEL ORDEN LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL



7 . ALIADOS DEL ORDEN LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL



8. PARTICIPACIÓN DE FACULTADES EN ENTIDADES ACADÉMICAS DE ORDEN NACIONAL E INTERNACIONAL





Aliados de sostenibilidad Empresarial

