

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL ANÁLISIS DE FERIAS DE  
EMPREDIMIENTO DE CARÁCTER INTERNACIONAL REALIZADAS POR  
INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS PÚBLICAS DE LOS PAÍSES DE CHILE,  
ESPAÑA Y COLOMBIA

ELIZABETH ÁLVAREZ SANTOS CÓDIGO: 2105600

DEICY JOHANNA VARGAS MÉNDEZ CÓDIGO: 2105852

MARIBEL PINEDA LEÓN CÓDIGO: 2125255

MAYERLI CONSTANZA GIL TAMAYO CÓDIGO: 2125256

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA

2017

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL ANÁLISIS DE FERIAS DE  
EMPRENDIMIENTO DE CARÁCTER INTERNACIONAL REALIZADAS POR  
INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS PÚBLICAS DE LOS PAÍSES DE CHILE,  
ESPAÑA Y COLOMBIA

ELIZABETH ÁLVAREZ SANTOS CÓDIGO: 2105600

DEICY JOHANNA VARGAS MÉNDEZ CÓDIGO: 2105852

MARIBEL PINEDA LEÓN CÓDIGO: 2125255

MAYERLI CONSTANZA GIL TAMAYO CÓDIGO: 2125256

Trabajo de grado para optar al título de  
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Directora:

ANA CARMENZA BUITRAGO SANABRIA

Ingeniera Industrial

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA

2017

## DEDICATORIAS

A Dios por darme vida, salud, sabiduría y finanzas para cumplir con éxito los objetivos planteados para esta etapa de mi vida. A mi esposo por ser el motor y el apoyo incondicional para escalar cada peldaño de esta cima. A mis padres quienes son mi inspiración y el motivo de superación en mi vida. A todas las personas que han contribuido en este triunfo.

MIL GRACIAS!!!

Elizabeth Álvarez Santos

Doy gracias a Dios principalmente y por el apoyo incondicional de mi familia, a mis compañeras y profesores, gracias por ayudarme alcanzar esta meta en mi vida.

Mayerli Constanza Gil Tamayo

Quiero dar gracias a Dios por darme la salud, a mi familia, en especial a mi hermana Amparo Vargas y a mi novio John Pinzón por el apoyo brindando en esta etapa de mi vida y crecimiento profesional, logrando cumplir con una meta más en mi vida, a mis compañeras y profesores en este proceso que unidos logramos sacar adelante esta carrera.

Deicy Johanna Vargas Méndez

A Dios primeramente por darme la oportunidad de culminar este proceso, a mis padres y mi hermana porque siempre han estado conmigo brindándome su apoyo incondicional, a mis compañeras y profesores parte importante en este proceso.

Maribel Pineda León

## AGRADECIMIENTO

A la profesora Ana Carmenza Buitrago, directora de nuestro proyecto de grado, por brindarnos su asesoría y confiar en nuestras capacidades a lo largo del desarrollo de este proyecto de grado.

A las Universidades participes que compartieron la información base de esta investigación.

A la Ingeniera Margarita Villabona y sus colaboradores por aportar información relevante para este proyecto.

A la UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER y en especial al INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA IPRED, a los profesores que hicieron parte de nuestro proceso de formación profesional.

¡GRACIAS!

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	28
1. GENERALIDADES DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN.....	28
1.1 ¿QUÉ ES EL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN?.....	28
1.2 OBJETIVO DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN.....	28
1.3 VENTAJAS DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN.....	29
1.4 CARACTERÍSTICAS.....	29
1.5 ORGANIZACIÓN DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN.....	30
1.5.1 Tema del seminario de investigación.....	31
1.5.2 Dirección del seminario de investigación.....	32
1.5.3 Desempeño de los roles.....	32
1.6 METODOLOGÍA.....	33
2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	36

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	36
2.2 OBJETIVOS.....	40
2.2.1 Objetivo general.....	40
2.2.2 Objetivos específicos.....	40
2.3 JUSTIFICACIÓN.....	41
3. PLANIFICACIÓN.....	43
3.1 ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO.....	43
3.2 PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES.....	48
4. EJECUCIÓN.....	50
4.1 DOCUMENTACIÓN PARA LOS SUBTEMAS.....	50
4.2 DESARROLLO DE UNA SESIÓN.....	50
4.2.1 Documentos que intervienen en cada sesión.....	52
5. DOCUMENTOS FINALES.....	53

5.1 INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
5.2 INFORMACIÓN RECOPIADA.....	53
5.3 PRESENTACIONES.....	54
5.4 ANEXO DOCUMENTOS DE PRESENTACIONES.....	54
6. SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN SOBRE FERIAS UNIVERSITARIAS PÚBLICAS EN CHILE, ESPAÑA Y COLOMBIA.....	55
6.1 GENERALIDADES SOBRE FERIAS.....	55
6.1.1 Definición de evento.....	55
6.1.2 ¿Qué es una feria?.....	55
6.1.3 Tipos de ferias.....	58
6.1.4 Acciones antes, durante y después de la feria.....	59
6.2 GENERALIDADES DE EMPRENDIMIENTO.....	60
6.2.1 Tipos de emprendimiento.....	60
6.2.2 Eventos de emprendimiento en el ámbito universitario.....	62

6.3	NORMATIVIDAD QUE IMPULSA LOS EVENTOS DE EMPRENDIMIENTO	53
6.3.1	Emprendimiento universitario en Colombia.....	63
6.3.2	Emprendimiento universitario en Chile.....	65
6.3.3	Emprendimiento universitario en España.....	65
7.	INVESTIGACIÓN EVENTOS DE EMPRENDIMIENTO.....	68
7.1	FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS.....	68
7.1.1	Eventos de emprendimiento representativos en los países investigados.....	69
7.2	FERIAS DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE ESPAÑA.....	69
7.2.1	Universidad de Jaén.....	69
7.2.2	Universidad de Almería.....	76
7.2.3	Universidad Pablo de Olavide.....	80
7.2.4	Universidad de Sevilla.....	83
7.2.5	Universidad de Cantabria.....	85

7.2.6 Evento nacional de emprendimiento en España.....	88
7.3 FERIAS UNIVERSITARIAS PÚBLICAS DE CHILE.....	91
7.3.1 Universidad de Chile.....	91
7.3.2 Universidad Arturo Prat.....	93
7.3.3 Universidad de Talca.....	95
7.3.4 Universidad de Tarapacá.....	97
7.3.5 Evento nacional de emprendimiento en Chile.....	98
7.4 FERIAS UNIVERSITARIAS PÚBLICAS DE COLOMBIA.....	100
7.4.1 Universidad Nacional de Colombia.....	100
7.4.2 Universidad Nacional Abierta y a Distancia.....	103
7.4.3 Universidad del Atlántico.....	105
7.4.4 Universidad de Pamplona.....	108
7.4.5 Universidad Industrial de Santander.....	109

7.4.6 Evento nacional de emprendimiento en Colombia.....	112
8. PLANTEAMIENTOS PARA IMPULSAR EVENTOS DE EMPREDIMIENTO.....	115
8.1 DEFINICIÓN DE PLANTEAMIENTO.....	115
8.2 ESTRUCTURA DE PLANTEAMIENTO.....	115
8.2.1 Antecedentes.....	116
8.2.2 Hallazgos de la investigación.....	116
8.2.3 Planteamientos para impulsar el Evento Académico y Científico Emprendedores de la UIS.....	121
CONCLUSIONES.....	126
BIBLIOGRAFÍA.....	128
ANEXOS.....	136

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Metodología del seminario de investigación.....	33
Figura 2. Oportunidades que ofrece una feria en nuestra región.....	57
Figura 3. Oportunidades que ofrece una feria a los empresarios.....	57
Figura 4. Estructura del planteamiento.....	116

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Temas y subtemas de investigación.....	47
Tabla 2. Asignación de roles en la investigación.....	48
Tabla 3. Desarrollo de una sesión.....	50
Tabla 4. Tipos de emprendedores, según su etapa de su emprendimiento.....	60
Tabla 5. Tipos de emprendimiento según las características del proyecto o empresa.....	61
Tabla 6. Eventos que llevan a cabo algunas instituciones de educación superior pública en Chile, España y Colombia.....	68
Tabla 7. Eventos de emprendimiento representativos en los países investigados.....	69
Tabla 8. Ficha técnica de la Feria Anual de Emprendimiento de la UJA.....	70
Tabla 9. Ficha técnica de la Feria de las Ideas de la UAL.....	77
Tabla 10. Ficha técnica de la Feria 360° de empleo y emprendimiento de la Universidad Pablo de Olavide.....	80
Tabla 11. Ficha técnica de la Feria de Emprendimiento de la Universidad de Sevilla.....	83
Tabla 12. Ficha técnica de la Feria de la Ciencia de la UC.....	86
Tabla 13. Ficha técnica del evento de emprendimiento 4 Years From Now.....	88
Tabla 14. Ficha técnica de la Feria de Emprendedores Sustentables.....	91
Tabla 15. Ficha técnica de la Feria de Innovación y Emprendimiento.....	93
Tabla 16. Ficha técnica de la Feria de Emprendimiento Carnaval Creativo.....	95

Tabla 17. Ficha técnica de la Feria de Proyectos de Emprendimiento Estudiantil Universitario.....	97
Tabla 18. Ficha técnica de EXPO FOSIS.....	99
Tabla 19. Ficha técnica de la Feria de Emprendimiento de la Universidad Nacional.....	101
Tabla 20. Ficha técnica de la Feria de Emprendimiento Unadista.....	104
Tabla 21. Ficha técnica de la Feria Institucional de Emprendimiento.....	106
Tabla 22. Ficha técnica de la Feria Empresarial de la Unipamplona.....	108
Tabla 23. Ficha técnica del Evento académico y científico Emprendedores.....	110
Tabla 24. Ficha técnica del evento Colombia Startup.....	112

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A	FORMATO DE ENCUESTA.....136
ANEXO B	FORMATO RELATORÍA.....138
ANEXO C	FORMATO CORRELATORÍA.....139
ANEXO D	FORMATO PROTOCOLO.....140
ANEXO E	RELATORÍA I SEMINARIO.....141
ANEXO F	CORRELATORÍA I SEMINARIO.....159
ANEXO G	PROTOCOLO I SEMINARIO.....164
ANEXO H	RELATORÍA II SEMINARIO.....166
ANEXO I	CORRELATORÍA II SEMINARIO.....178
ANEXO J	PROTOCOLO II SEMINARIO.....182
ANEXO K	RELATORÍA III SEMINARIO.....185
ANEXO L	CORRELATORÍA III SEMINARIO.....197
ANEXO M	PROTOCOLO III SEMINARIO.....201
ANEXO N	RELATORÍA IV SEMINARIO.....204
ANEXO O	CORRELATORÍA IV SEMINARIO.....212
ANEXO P	PROTOCOLO IV SEMINARIO.....214

## GLOSARIO

**ALIANZA:** Pacto, convenio o tratado en que se recogen los términos en que se alían dos o más partes.

**BIEN PÚBLICO:** Aquel que pertenece o es provisto por el estado a cualquier nivel.

**CONFERENCISTA:** Es la persona que razona detenida y metódicamente en público sobre algún tema específico.

**EMPRENDEDOR:** Es la persona que emprende con resolución, además identifica oportunidades y organiza los recursos a su alcance para apropiarse de esta oportunidad.

**EMPRENDIMIENTO:** Es la acción de llevar a cabo una obra, un negocio; especialmente si encierra dificultad o peligro. Es la capacidad con la que cuentan los seres humanos para salir adelante de forma novedosa y con ideas nuevas a las que se encuentran en el entorno.

**ESTRATEGIAS:** Conjunto de acciones muy planificadas, con el fin de encaminarlas hacia el logro de un objetivo determinado.

**EVENTO:** Un suceso importante y programado de índole social, académico o económico.

**EXPOSITORES:** Persona que concurre a un evento para exponer productos o servicios de su propiedad o de alguna industria.

**FERIAS:** Instalación donde se exponen productos o servicios, que pueden ser de naturaleza social, económica o académica, y logrando por medio de estas el contacto entre expositores y visitantes.

**FINANCIACIÓN:** Acción de aportar recursos para el desarrollo de un proyecto o actividad.

**INNOVACIÓN:** Se define como la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con el fin de que sean útiles en el crecimiento de la productividad y competitividad en el campo donde se aplique.

**INSTITUCIONES:** Las instituciones son aquellos mecanismos de naturaleza social y mutua donde se pretende normalizar y ordenar la forma de comportarse un grupo de individuos.

**INTERNACIONAL:** Relativo a países distintos al propio, que trasciende o ha trascendido las fronteras de su país.

**LOGÍSTICA:** Conjunto de los medios necesarios para llevar a cabo un fin determinado de un proceso que amerita organización anticipada.

**NACIONAL:** Pertenciente o relativo a una nación o que es natural de una nación.

**ORGANIZACIÓN:** Es consecuencia o resultado del proceso de planificación por medio del cual a partir de unos objetivos que se proponen se identifican las funciones, actividades y trabajos a desarrollar.

**PARTICIPANTE:** Que participa en un suceso, en un acto o actividad.

**PLANTEAMIENTOS:** Enfocar la solución de un problema, lléguese o no a obtenerla.

**PROMOCIÓN:** Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

**PROPÓSITO:** Es el objetivo que se pretende alcanzar en alguna actividad o acción.

**REGIONAL:** Que pertenece o se relaciona a una región.

**RUEDA DE NEGOCIOS:** Se puede definir como una herramienta de acción directa y simple, donde se llevan a cabo reuniones empresariales, institucionales y organizacionales, de uno o más países, que promueve los contactos entre los participantes que desean entrevistarse para realizar negocios, desarrollar relaciones asociativas o alianzas estratégicas.

**SEGUIMIENTO:** Observación minuciosa de la evolución y desarrollo de un proceso.

**STAND:** Instalación dentro de un mercado o feria, para la exposición o venta de productos.

## RESUMEN

TÍTULO: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO DE CARÁCTER INTERNACIONAL REALIZADAS POR INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS PÚBLICAS DE LOS PAÍSES DE CHILE, ESPAÑA Y COLOMBIA.\*

AUTORES: ELIZABETH ÁLVAREZ SANTOS  
MAYERLI CONSTANZA GIL TAMAYO  
MARIBEL PINEDA LEÓN  
DEICY JOHANNA VARGAS MÉNDEZ\*\*

PALABRAS CLAVE: Ferias, emprendimiento, universidades, públicas, planteamientos.

### DESCRIPCIÓN:

En el presente estudio se analizan algunas ferias de emprendimiento realizadas por instituciones universitarias públicas de países como Chile, España y Colombia con el propósito de identificar las estrategias implementadas en ellas como referentes para futuros eventos universitarios que contribuyan a impulsar las ideas de negocio de los estudiantes y brindar experiencias favorables de mercadeo e innovación a expositores y visitantes, siendo esta una oportunidad para que sus proyectos de negocios sean considerados por empresarios reconocidos y de alguna manera se logre posicionar en el mercado objetivo de su negocio.

Como metodología se utilizó el seminario de investigación comprendida en tres fases: planeación, ejecución e informe final de resultados. Durante estas etapas, los participantes, a partir de fuentes secundarias abordaron de manera activa temas como definición de ferias y el emprendimiento así como su relación en la formación de los estudiantes y la manera en que esta influye para aumentar la capacidad de emprendimiento, desarrollo personal y profesional.

Así mismo se acudió a las fuentes primarias para obtener información directa de universidades públicas en los países de Chile, España y Colombia que cumplieran con los requisitos necesarios para ser objeto de estudio en el desarrollo de este proyecto de grado. Además, se logró adquirir conocimiento y destreza con el fin de generar ideas para implementarlas en la organización de futuros eventos de

emprendimiento y la posibilidad darles un enfoque de talla nacional e internacional.

La ejecución de esta investigación arrojó planteamientos muy significativos para el fortalecimiento de los futuros eventos académicos y científicos de emprendimiento realizados por la Universidad Industrial de Santander, dentro de las estrategias establecidas por otras universidades se encontró que se realizaban actividades pre-evento y post- evento, es por esto que se plantearon estrategias pre-evento, durante el evento y post- evento en área tales como: administrativa, pedagógica, organizativa, social y técnica.

## ABSTRACT

TITLE: RESEARCH SEMINAR FOR THE ANALYSIS OF INTERNATIONAL ENTERPRISING FAIRS ORGANISED BY PUBLIC UNIVERSITIES FROM CHILE, SPAIN AND COLOMBIA.\*

AUTHORS: ELIZABETH ÁLVAREZ SANTOS  
MAYERLI CONSTANZA GIL TAMAYO  
MARIBEL PINEDA LEÓN  
DEICY JOHANNA VARGAS MÉNDEZ\*\*

KEY WORDS: Fairs, entrepreneurship, public, universities, approaches.

### DESCRIPTION:

This study analyzes some venture fairs undertaken by public colleges in countries like Chile, Spain and Colombia in order to identify the strategies implemented in them as reference for future university events to help drive the student's business ideas and provide favorable experiences of marketing and innovation for exhibitors and visitors, this being an opportunity for their business projects are considered by renowned entrepreneurs and somehow be achieved position in the target market of your business.

The methodology used was the research's seminar comprised in three phases: planning, execution and results final report. During these stages, participants from secondary sources addressed actively topics such as definition of fairs and entrepreneurship and their relationship in the training of students and how this influence to increase the capacity of entrepreneurship, personal development and professional.

Likewise, the primary sources were used to get information directly from public universities in the countries of Chile, Spain and Colombia who met the requirements needed to be studied in the development of this grade project. In addition, it was possible to acquire knowledge and skills in order to generate ideas to implement in the organization of future events of entrepreneurship and give them a possibility approach national and international status.

The execution of this research yielded very significant proposals for strengthening future academic and scientific entrepreneurship events conducted by the Industrial University of Santander within the strategies established by other universities, like pre-event activities were carried out and post event, which is why pre-event strategies were raised during the event and post event area such as: administrative, educational, organizational, social and technical.

## INTRODUCCIÓN

Las ferias son eventos de impulso para la economía, ya sea que se desarrollen de manera regional, nacional o internacional, logrando generar un impacto económico y cultural en el lugar donde se realiza.

Además, son eventos donde los expositores y visitantes se ven altamente favorecidos, considerando que para los visitantes es una manera de captar información acerca de las novedades que presenta determinado sector de interés para estos. Por otro lado, permite un contacto directo con las demostraciones y presentaciones de nuevos productos y/o servicios, lo que permite comprobar las ventajas y desventajas de estos y comparar precios e innovación de aquellos que ya se encuentran en el mercado.

Durante los últimos años las universidades han acogido las ferias como un recurso para generar emprendimiento en los estudiantes, logrando tener una experiencia con la actualidad comercial y llevar a la práctica de alguna manera los conocimientos e ideas de negocio obtenidos a lo largo de sus carreras.

Por tal motivo se realizó el análisis de ferias de emprendimiento organizadas por instituciones universitarias públicas de los países de Chile, España y Colombia, por medio de un Seminario de Investigación, lo que permite identificar las estrategias efectuadas por otras universidades públicas.

Se presenta un documento donde se muestra la información recolectada por medio de la metodología planteada, teniendo en cuenta la selección de las universidades que se caracterizan por ser públicas y que desarrollan ferias de emprendimiento. Además, se encontrara la información requerida realizada a cada universidad organizadora de la ferias, dando respuesta a los interrogantes dispuestos en la encuesta abierta. Esto se desarrolló con el fin de identificar aquellos posibles planteamientos que serán de utilidad en el desarrollo de futuros eventos de emprendimiento.

De igual manera el presente trabajo se compone de los siguientes capítulos. Se inicia con una exposición de lo que es el seminario investigativo y la metodología para su desarrollo. Posteriormente se presenta el problema de investigación que dio origen al presente estudio así como los objetivos y la justificación que orientan esta actividad. Siguiendo las etapas del seminario en los capítulos 3, 4 y 5 se

describen la planificación, la ejecución y los documentos que contienen los resultados del estudio.

El capítulo 6 denominado seminario de investigación sobre ferias universitarias públicas en Chile, España y Colombia recoge las diferentes temáticas analizadas como las ferias y sus generalidades, el emprendimiento y las normas que lo impulsan en los 3 países de interés, la caracterización de los eventos de emprendimiento realizados por instituciones de educación superior en cada uno de los países de interés para culminar con una serie de planteamientos que contribuyan al impulso del emprendimiento universitario.

## 1. GENERALIDADES DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 ¿QUÉ ES EL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN?

El Seminario de Investigación es una actividad académica, originada a finales del siglo XVIII en la Universidad de GOTTINGEN de Alemania, con el fin de transformar las habilidades de estudio y preparación de los investigadores, y mostrar que la educación y la investigación pueden trabajar de la mano complementándose para obtener mejores resultados.

Se fundamenta en estudiar, discutir e intercambiar experiencias de un tema específico, se realiza en grupo y sus participantes se intercomunican exponiendo el tema seleccionado, complementándolo y evaluándolo, participando entre todos, aportando conclusiones y nuevos interrogantes permitiendo que todo ello quede en la memoria escrita.

El Seminario de Investigación se lleva a cabo por medio de sesiones donde se tienen en cuenta los temas a tratar para dar solución a los interrogantes de la investigación, los cuales son seleccionados con la orientación del director del seminario quien, con su experiencia y conocimiento del tema elegido, conduce las sesiones con la debida pertinencia, actualidad y ubicación en el contexto. Los temas son desarrollados y planificados, en los cuales, los integrantes del grupo asumen diferentes roles<sup>1</sup>.

### 1.2 OBJETIVO DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo principal es instruir a quienes participan de el para la investigación científica, desarrollando habilidades específicas y asumir los diferentes roles dentro del seminario. Estas habilidades orientan el desarrollo de la capacidad de lector crítico de resultados de investigación en cualquiera de las áreas del conocimiento, la destreza de observar e identificar los problemas presentes en los tópicos bajo análisis, la búsqueda de respuestas a preguntas claves y sustentarlas teórica y metodológicamente en forma verbal y por escrito, y la identificación de las relaciones del problema objeto de estudio con el contexto económico, político o social, a fin de enriquecer con una mirada de integralidad, el conocimiento para el grupo de estudiantes. Para ello se programan y llevan a cabo prácticas ordenadas que dan como resultado a los estudiantes el desarrollo de competencias primarias de investigación, avanzar en el conocimiento y aportar buenas revisiones y análisis sobre tópicos que pueden facilitar el desarrollo de la investigación.

Para alcanzar los objetivos es preciso que se realice una formación desde el trabajo personal hacia el trabajo en equipo; para ello, cada integrante debe tener

---

<sup>1</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Lineamientos para el seminario de Investigación como modalidad para el desarrollo del trabajo de grado. Vicerrectoría académica. 2007.

claros sus intereses, métodos de adquirir conocimiento y la capacidad de interactuar con su equipo de trabajo; debe apropiarse de la metodología e instrumentos con los cuales trabajará, con el fin de lograr, al interactuar con los demás miembros del grupo en las sesiones del seminario, compartir, criticar y corregir las ideas que surjan de él, en un ambiente de la colaboración mutua<sup>2</sup>.

### 1.3 VENTAJAS DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

El seminario de investigación, como herramienta para el desarrollo integral, presenta las siguientes ventajas:

- Los participantes cuentan con un director (profesor) durante el seminario, quien les guía hacia la obtención de los propósitos establecidos, resuelve las dudas e inquietudes, orienta sobre las fuentes de consulta y ayuda a los miembros del grupo en la búsqueda para suplir las necesidades de información.
- Fortalece la práctica de documentarse acerca del tema a investigar. Para esto los participantes recurren a fuentes de referencias, libros oportunos en la investigación, bases de datos entre otros; este ejercicio fortalece el desarrollo de las capacidades de interpretación, razonamiento y estar un paso delante de lo que se espera; les permite apropiarse y aprender de los métodos que emplearon los autores de los artículos y textos, así como también, reconocer su valor y aporte a la investigación.
- Permite desempeñar diferentes roles dentro del grupo, desarrollando habilidades comunicativas y de relaciones interpersonales, complementarias para la formación tanto personal como profesional a cada uno de los participantes.
- Impulsa el aprendizaje como una experiencia grupal, y así experimentar la eficiencia del trabajo en equipo que puede estar conformado con estudiantes de distintas áreas del conocimiento.
- Permite el uso de distintas herramientas didácticas de apoyo al desarrollo de las sesiones, así como un control sobre la planificación establecida de éstas<sup>3</sup>.

### 1.4 CARACTERÍSTICAS

El seminario de investigación posee las siguientes características:

---

<sup>2</sup> Jaques Delors et al. La Educación Encierra un Tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI. Paris, 1996.

<sup>3</sup> VÉLEZ S., Carlos M., Resumen El Seminario Investigativo, basado en el Simposio permanente sobre la Universidad 1990-1992 ASCUN.

- Participación activa de todos los miembros del seminario, interviene todos los integrantes del grupo, el director (profesor), los integrantes del grupo realizan su aporte desde el rol que estén desempeñando.
- El seminario de investigación está constituido por un grupo reducido, de aprendizaje activo y cooperativo, inducido a investigar, reflexionar, descubrir y concluir.
- Se realiza un dialogo permanente para compartir los conocimientos investigados y adquiridos.
- Ambiente amable y cooperativo fomentando la mayor participación de los integrantes del grupo.
- Sesiones desarrolladas empleando medios didácticos de apoyo al aprendizaje.
- La estructura del seminario y todas las actividades y parámetros para desarrollarlas, son planificados en la primera sesión.
- El seminario de investigación exige a los participantes una alta responsabilidad para lograr la preparación adecuada, que les permita tener bases para ejecutar lo planteado<sup>4</sup>.

### 1.5 ORGANIZACIÓN DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

El Seminario de Investigación se compone de las siguientes actividades: la Relatoría, la Correlatoría, la Discusión y el Protocolo, las cuales deben girar en torno a un tema, del que se desprenden los subtemas a tratar durante las sesiones.

Dichas actividades son responsabilidad de los integrantes del grupo, por lo cual a cada uno de ellos es asignado un rol, de carácter rotativo; es así como una persona que en una sesión asume el rol de correlator, en la siguiente puede ser el protocolante, es decir, el responsable del protocolo. La organización del seminario también implica establecer el lugar del seminario, el número de sesiones y las fechas para realizarlas, así como la duración de cada una de las actividades (Relatoría, Correlatoría, Discusión y Protocolo).

En la investigación de este trabajo de grado, las sesiones se llevaron a cabo en las instalaciones del Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED), en un aula que brinda las condiciones para la realización de las sesiones de seminario. El número de sesiones que se abordaron, los temas y subtemas

---

<sup>4</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Vicerrectoría académica. Lineamientos para el seminario de investigación como modalidad para el desarrollo del trabajo de grado. Septiembre 2007.

relacionados se mencionan más adelante. Las sesiones se programaron para una duración de 2 horas. A continuación, se especifican los participantes que desarrollaron la investigación y así mismo la directora del seminario.

DIRECTORA: Ana Carmenza Buitrago Sanabria  
PARTICIPANTES: Elizabeth Álvarez Santos  
Mayerli Constanza Gil Tamayo  
Maribel Pineda León  
Deicy Johanna Vargas Méndez

1.5.1 Tema del seminario de investigación. El seminario de investigación trata el tema de ferias o eventos de emprendimiento, que se llevan a cabo en universidades públicas de los países de Chile, España y Colombia. Se hace la selección de estos países para tener una referencia inicial de culturas emprendedoras; además, en estos países la mayoría de las ferias tienen un impacto nacional e internacional, ya que desarrollan actividades que incitan a la participación en estos eventos.

El informe “The Global Entrepreneurial Report” de Oracle Capital Group muestra cuáles son los países más emprendedores de la actualidad. Son 33 los países analizados por su emprendimiento. Se miden diferentes temáticas que van sumando puntos hasta crear un ranking principal que muestran cuales serían los países más emprendedores del mundo. En este ranking España ocupa el puesto 24 a nivel mundial<sup>5</sup>.

Según los resultados del reporte 2015 del Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (ICSEd), Chile ocupa el primer lugar de emprendimiento en Latinoamérica<sup>6</sup>, mientras que Colombia ocupa el séptimo puesto en este mismo reporte y es el punto de referencia en esta investigación.

Otro aspecto que se tuvo en cuenta para la selección de los países es el manejo del idioma Español con el propósito de facilitar la investigación en cada universidad teniendo como objetivo la identificación de las posibles estrategias que logran hacer de estos eventos de tipo nacional o internacional.

Los eventos o ferias de emprendimiento son espacios que permiten mostrar los conocimientos y habilidades adquiridos por los expositores, dando oportunidades que son de gran importancia para su emprendimiento y desarrollo personal.

---

<sup>5</sup> MARTÍN, Raquel., Los países más emprendedores del mundo. [En línea]. En:Revista Forbes. Sept. 24 – 2014.

<sup>6</sup> FEDERICO, Juan., IBARRA, Sabrina., KANTIS, Hugo., Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: una herramienta para la acción en América Latina.1a ed. - Rafaela: Asociación Civil Red Pymes Mercosur, 2014.

1.5.2 Dirección del seminario de investigación. La dirección del seminario para el análisis de ferias de emprendimiento de carácter internacional realizadas por instituciones universitarias públicas de los países de Chile, España y Colombia estuvo a cargo de la Profesora Ana Carmenza Buitrago Sanabria, Ingeniera Industrial, con Especialización en Docencia Universitaria y en Entornos virtuales de aprendizaje. Cuenta con una amplia experiencia en docencia universitaria, ya que se ha desempeñado como docente, por más de 20 años, en el Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia de la UIS y en la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales, donde ha orientado el desarrollo de trabajos de grado y asignaturas del área de operaciones, métodos y tiempos, costos, administración, formulación y evaluación de proyectos de inversión, entre otras.

Tiene como función principal orientar y liderar la investigación ofreciendo la asesoría necesaria con el fin de encaminar los avances hacia el cumplimiento de lo pactado. De igual manera brinda un adecuado ambiente de trabajo e interviene en las sesiones haciendo las correcciones pertinentes y la complementación de estas de ser necesario y propiciando el debate para aumentar la capacidad de expresión oral, la argumentación y la participación crítica necesaria en los seminarios.

1.5.3 Desempeño de los roles. Para el desarrollo del seminario de investigación se presentan en cada sesión los siguientes roles:

- Director

Es el encargado de dirigir la sesión del seminario, iniciando con la presentación del tema y los participantes, coordina la intervención de los roles (relator, correlator y protocolante) en los tiempos establecidos para cada uno. Adicional, debe mantener un clima de trabajo en grupo y de responsabilidad permitiendo que los participantes sean conscientes de las decisiones que se tomen teniendo en cuenta las opiniones de todos los integrantes.

- Relator

La relatoría es el proceso a través del cual el relator presenta el tema correspondiente a la sesión del seminario. La misión del relator es enriquecer por medio de su investigación y estudio el saber de los participantes a través de la argumentación, aportando algo nuevo que permita crecer en el conocimiento sobre el tema investigado.

- Correlator

Es la complementación de la información suministrada por el relator en la sesión, esta complementación se da gracias a que el documento del relator es enviado con anticipación a los participantes, para su respectivo estudio y análisis con el fin de poder evaluar el contenido, la claridad y manejo del tema, de tal manera que

pueda plantear su punto de vista destacando los aportes más relevantes de la relatoría, motivando a los participantes a la discusión.

- Protocolante

Es el encargado de realizar la evidencia escrita de cada sesión, en la cual debe asumir una posición crítica de toda la información presentada, este documento debe ser leído y analizado antes de iniciar una sesión nueva con el propósito de que las sugerencias y cambios propuestos queden plasmados en el acta.

## 1.6 METODOLOGÍA

Para el progreso del seminario de investigación propuesto, con el fin de garantizar la claridad en las sesiones y así mismo cumplir con los objetivos propuestos, se escogió desarrollar una metodología comprendida en tres fases: planeación, ejecución e informe final de resultados como se observa en la figura 1; las cuales están relacionadas entre sí dependiendo cada una de su previa fase. Las fases se explicarán en los siguientes capítulos.

Figura 1. Metodología del seminario de investigación.



Fuente: Universidad Industrial de Santander. Lineamientos para el seminario de Investigación como modalidad para el desarrollo del trabajo de grado. Vicerrectoría académica. 2007. P 9.

La investigación es un método de aprendizaje muy importante y si se desarrolla de manera responsable y siguiendo un objetivo sensato, puede llegar a ser de mucha ayuda para aquellos campos que busquen beneficiarse con dicha información.

Adicionalmente para cumplir con uno de los aspectos del trabajo de grado fue necesario desarrollar un proceso investigativo como se describe a continuación:

Tipo de investigación. En el presente documento se tuvieron en cuenta los siguientes tipos de investigación, siguiendo la necesidad del tema de estudio<sup>7</sup>.

**1) Investigación exploratoria:** Cuando no existen investigaciones previas sobre el objeto de estudio que, en este caso, son las ferias de emprendimiento realizadas por instituciones educativas públicas de los países de Chile, España y Colombia y su correspondiente análisis y puesto que el conocimiento del tema es vago, impreciso e impide sacar conclusiones sobre cuáles aspectos son relevantes y cuáles no, se requiere en primer término explorar e indagar, y es aquí donde se usó la investigación exploratoria.

**2) Investigación descriptiva:** En el estudio se buscaron las propiedades más importantes de cada una de las ferias en estudio, empezando por la selección de las universidades de cada país que aplicaban directamente en las especificaciones y así poder centrar la investigación.

Al hacer énfasis en el estudio independiente de cada característica, existe la posibilidad de que se integren de alguna manera las mediciones de dos o más características encontradas con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiestan las estrategias encontradas. Su propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación.

Método de investigación. En la investigación se pueden evidenciar dos métodos de investigación que se relacionan entre sí, y de esta manera permiten tener un resultado a todo el proceso entregando así el resultado esperado y requerido. Los métodos son:

**1) Método deductivo:** Al hacer la respectiva utilización del método deductivo y tomando como premisas las ferias de emprendimiento desarrolladas por universidades públicas de los países de Chile, España y Colombia se llegó a inferir en los posibles planteamientos que puedan ser de utilidad en la organización de futuros eventos de emprendimiento.

**2) Método inductivo:** En investigación realizada a las diferentes universidades públicas de los países investigados, se hizo la respectiva observación de las acciones y todo aquello que conlleva el desarrollo de una feria, con el fin de realizar su clasificación y así proceder a realizar el estudio pertinente de los hechos y hacer la verificación de estos entregando los resultados para los planteamientos.

Fuente de información. Las fuentes de información utilizadas en la investigación fueron:

---

<sup>7</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA. Técnicas de Investigación. [En línea].

**1) Primarias:** Al tener acceso a la información por parte de las personas presentes en cada universidad, líderes que promueven la organización de eventos o ferias de emprendimiento. Entregaron la información requerida de manera oportuna y precisa, haciendo que la investigación siguiera con su proceso y logrando así obtener los conocimientos de primera mano.

**2) Técnica:** Para obtener la información específicamente de quienes lideran el desarrollo de ferias universitarias de países como, Chile, España y Colombia; se hizo necesaria la elaboración de una encuesta, que contempla aquellos interrogantes de importancia para la recolección de la información. Diseño de un instrumento el cual consta de 17 preguntas abiertas. Ver anexo A.

## 2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el libro de Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición de Rafael Muñiz se da la definición de feria como: *“Un evento comercial, generalmente anual, en el que durante unos cuantos días oferta y demanda concurren en un mismo lugar y tiempo y además, los participantes (expositores y visitantes), pueden intercambiar opiniones, informarse y negociar”*.

Con base en las anterior definición se puede decir que una Feria es un evento comercial, que se realiza de forma periódica, que cuenta con unos participantes que son expositores y visitantes; así mismo se puede mencionar que las ferias pueden clasificarse en:

- 1- Ferias generales (internacionales o nacionales, todo público).
- 2- Ferias especializadas (agrupadas por sectores, bienes o servicios).
- 3- Ferias virtuales.

Las ferias permiten intercambiar opiniones; información de interés acerca de productos, mercados, competencias entre otros; descubrir las capacidades de los expositores de las ferias y las posibles oportunidades que se tiene con el producto los servicio que se está mostrando en ellas. Además permite acercamientos con posibles futuros proveedores y clientes, de igual manera es una oportunidad de diseñar estrategias que pueden estar haciendo falta para despegar con la propuesta de negocio o fortalecer las que ya estén en marcha.

Cabe mencionar que las ferias han acompañado al ser humano desde tiempos remotos y, especialmente, en la Edad Media, las ferias eran el único medio de venta y adquisición de productos de diferentes lugares del mundo. Debido a las grandes distancias y a los escasos medios de transporte en ese tiempo que limitaban el comercio, las ferias solventaban los problemas de distribución de la época.

La primera gran feria de carácter internacional se celebró en la edad contemporánea y fue la Gran Exposición de Londres de 1851, con una exposición por 5 meses, fue visitada por más de seis millones de personas en todo el mundo, su éxito generó la creación de otras ferias internacionales en Paris, Filadelfia, San Francisco y Chicago<sup>8</sup>.

Dentro de las Ferias más importantes en el mundo están:

- La Feria Internacional de Leipzig, Alemania.
- La Feria de las Industrias Suizas.

---

<sup>8</sup> NAVARRO G., Fernando., Estrategias de Marketing Ferial. Esic Editorial, 2000. p.23.

- La Feria Internacional de Pakistán.
- La Feria de Milán, Italia.
- La Feria Internacional de Tesalónica, Grecia.
- La Feria de Zagreb, Croacia.
- La Feria de París, Francia.

Actualmente en una gran mayoría de países latinoamericanos las ferias son usadas como herramientas para promover propuestas innovadoras y de igual manera son una forma de impulsar el desarrollo económico de las regiones, brindando un espacio para presentar sus ideas de negocio y adquirir contactos útiles para su crecimiento; sirviendo a su vez para impulsar otros sectores como la hotelería, el turismo, y el transporte, construyendo para este fin inmensas edificaciones con las más modernas especificaciones, lo que demuestra cómo las ferias para muchos países han sido un apoyo para su crecimiento y desarrollo.

La globalización es la base fundamental del movimiento de los mercados mundiales donde los países compiten por ser los mejores. Desde los países más pequeños hasta los más grandes buscan innovar en el mercado y desarrollar ventajas competitivas para sobresalir y ser más competitivos. Los mercados y las tendencias actuales de globalización, la apertura económica, la eliminación de los costos de aranceles entre países, los tratados de libre comercio, los acuerdos bilaterales, la tecnología y por supuesto una mejora en la oferta de transporte y distribución han impulsado el aumento de las ferias internacionales, siendo así que en Estados Unidos se llevan a cabo alrededor de 4.500 ferias personalizadas anualmente, de sectores tan variados como los cosméticos hasta el área de telecomunicaciones. Estas atraen hasta 120 millones de visitantes y es importante notar que esos números –el de ferias y asistentes– siguen creciendo anualmente. De acuerdo a Marc Goldberg, quien es el fundador de una empresa americana dedicada explícitamente a la consultoría de ferias de negocios, según él el exponer es una parte integral del marketing de las empresas<sup>9</sup>.

Un país que está a la vanguardia en este tema es Chile, por medio de su institución ProChile<sup>10</sup>, la cual es encargada de promover las exportaciones de productos y servicios del país, además de contribuir a la difusión de la inversión extranjera y al fomento del turismo. Tiene a su disposición una red de más de 50 Oficinas Comerciales en el mundo y 15 Oficinas Regionales a lo largo del país, con el conocimiento e información que se necesita para poder potenciar el sector exportador nacional. Apoyando la internacionalización de los productos y servicios a través de una amplia gama de herramientas entre las que destacan sistemas de información de alta calidad, participación en las ferias internacionales más

---

<sup>9</sup> A1EMPRESARIAL, Portal de marketing publicidad y negocios [En línea] <http://a1empresarial.com/?p=41>

<sup>10</sup> MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE CHILE. ¿Qué es ProChile? [En línea].

importantes del mundo y programas diseñados para desarrollar al máximo las capacidades exportadoras de los comerciantes.

Así, ProChile se presenta como un socio estratégico que aporta su experiencia en gestión y promoción de negocios internacionales a cada etapa de los procesos de exportadores donde pone al alcance cerca de 30 importantes ferias internacionales alrededor del mundo que son representativas de una gran diversidad de industrias de productos y servicios. Actualmente las universidades públicas de Chile promueven la innovación demostrando ser una de las mejores herramientas para conseguir mejor productividad y competitividad, basándose en ferias de emprendimiento e innovación como un eje central.

La Universidad de Tarapacá<sup>11</sup> en Chile a través de los años ha venido desarrollando la Feria de Emprendimiento Universitario en la cual participan estudiantes de los cursos de emprendimiento mostrando sus iniciativas en los ámbitos de innovación tecnológica, proyectos educativos, sociales y culturales y comercialización de productos y/o servicios.

Otro país que ha fortalecido la economía nacional a través de las ferias es España, en donde en el 2015 se ha previsto realizar cerca de 92 ferias internacionales. Adicionalmente realiza el Congreso Internacional de la AFE (Asociación de ferias de España)<sup>12</sup>, un foro en el que participan expertos de diferentes ámbitos vinculados a la Industria Ferial, con la realización de este congreso quieren lograr formación, nuevos empleos, destinos para el turismo de congresos, aportación al PIB nacional y análisis del mercado chino. España cuenta con Uniempren<sup>13</sup> que es una plataforma desarrollada con la financiación del Ministerio de Educación, en el marco del Programa de Atención Integral y Empleabilidad de los estudiantes universitarios, cuya finalidad es facilitar la viabilidad de proyectos a través de la micro-financiación y la creación de sinergias entre emprendedores.

Las universidades de España también han estado a la vanguardia en lo que tiene que ver con ferias, entre las cuales se destacan la Universidad de Jaén la cual realiza la Feria anual de emprendimiento de la UJA, que ha sido una oportunidad ideal para establecer relaciones institucionales con otras universidades en temas de interés particular en la búsqueda del desarrollo académico y humano, fortaleciendo vínculos con universidades de su misma naturaleza tanto de orden nacional como internacional. Esta Feria es el espacio ideal para plantear convenios de intercambio académico tales como realización de proyectos de investigación conjuntos, organización de eventos internacionales, intercambio de

---

<sup>11</sup> UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ. Exitosa feria de Emprendimiento Universitario. [En línea].

<sup>12</sup> La mayoría de ferias en España son anuales y monográficas. Asociación de ferias Españolas. [En línea].

<sup>13</sup> UNIVERSIDAD DE VALENCIA. Ayudamos a nuevos emprendedores universitarios. [En línea]. En: Uniempren. Disponible en: <http://www.uniempren.es/>.

estudiantes, docentes e investigadores, establecimiento de redes entre líneas y grupos de investigación cuyos temas sean convergentes, apoyos a las maestrías, apoyo para la realización de publicaciones conjuntas y aquellas actividades de fortalecimiento que puedan concretarse en el proceso de interacción<sup>14</sup>.

Otra universidad que está impulsando el emprendimiento es la Universidad de Almería, la cual realiza la Feria de las Ideas que es una de las iniciativas más importantes de las que se celebran en Andalucía para fomentar el espíritu empresarial e innovador, como muestran las cifras de participación de emprendedores, que aumentan año tras año<sup>15</sup>.

Por otro lado, Colombia es un país muy participativo en cuanto a participación en ferias se refiere. Cuenta aproximadamente con 24 ferias representativas empresariales y tradicionales; adicionalmente, las universidades están abriendo otro nicho de ferias: las ferias de innovación y emprendimiento. Las universidades con su potencial de conocimiento emprenden acciones para incrementarlo y actualizarlo, así como para transferirlo para que sea motor de innovación y desarrollo de los procesos empresariales, y contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

En Colombia las universidades que tienen programas afines al de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander, con el objetivo de internacionalizar sus programas académicos, realizan actividades como ferias o eventos mediante los cuales cuentan con la asistencia de empresarios, grupos estatales de investigación, delegados de diferentes universidades con las que tienen convenios nacionales e internacionales y así darle reconocimiento a la institución.

En este sentido, los programas de Tecnología Empresarial y de Gestión Empresarial de la UIS forman profesionales con capacidad para la creación o el fortalecimiento empresarial contando en su plan de estudios con actividades académicas que motivan la interacción del estudiante con su entorno empresarial. Una de las actividades es el Evento académico y científico Emprendedores, evento con el cual, el programa de Tecnología Empresarial de la Universidad Industrial de Santander promueve en sus estudiantes el desarrollo de habilidades empresariales y el compartir con la comunidad sus emprendimientos, materializados en un importante número de iniciativas empresariales.

El Evento Emprendedores se ha constituido en símbolo del programa, al permitir que se hagan tangibles los resultados del proceso de formación que adelantan sus estudiantes.

---

<sup>14</sup> Universidad Católica de Pereira en feria universitaria de España. Centro virtual de Noticias de la educación. [En línea].

<sup>15</sup> UNIVERSIDAD DE ALMERÍA. Más de 200 emprendedores participan en la octava feria de las Ideas. [En línea].

Teniendo en cuenta que las ferias son fuentes de información y que permiten crear valor a sus participantes y asistentes se propone analizar las estrategias que han implementado las ferias internacionales de emprendimiento realizadas por instituciones de educación superior pública, para establecer los planteamientos que permitan emprender acciones para dar al evento académico y científico Emprendedores, una nueva dimensión. Al asumir el anterior reto, se espera dar respuesta a los siguientes interrogantes:

¿Cuáles ferias de emprendimiento de talla nacional y/o internacional existen en Colombia, Chile y España, realizadas por instituciones universitarias públicas como referente para futuros desarrollos de eventos de emprendimiento en los programas de Tecnología Empresarial y de Gestión Empresarial?

¿Cuáles son las estrategias que utilizan las universidades públicas de Colombia, Chile y España que logran que sus ferias de emprendimiento sean de carácter nacional y/o internacional?

¿Con qué propósito se desarrollan las ferias de emprendimiento en Colombia, Chile y España realizadas por instituciones universitarias públicas?

¿Cómo se financian y se promocionan las ferias de emprendimiento en Colombia, Chile y España realizadas por instituciones universitarias públicas?

¿Qué planteamientos se pueden identificar para impulsar el Evento Académico y científico Emprendedores de la Universidad Industrial de Santander?

## 2.2 OBJETIVOS

2.2.1 Objetivo General. Desarrollar el Seminario de investigación para el análisis de ferias de emprendimiento realizadas por instituciones universitarias públicas de los países de Colombia, Chile y España con el propósito de identificar las estrategias que las posicionan logrando planteamientos que contribuyan a impulsar el Evento académico y Científico Emprendedores.

2.2.2Objetivos Específicos. Dentro de los objetivos específicos se presentan:

1- Analizar los fundamentos teóricos que dan origen a las ferias de emprendimiento de tipo internacional en Colombia, Chile y España realizadas por instituciones universitarias públicas buscando su proyección futurista e innovación de cada una de sus iniciativas.

2- Identificar las estrategias planteadas para la realización de las ferias de emprendimiento en Colombia, Chile y España realizados por instituciones universitarias públicas.

3- Identificar la estructura logística en la realización de una feria de emprendimiento en Colombia, Chile y España realizadas por instituciones universitarias públicas.

4- Presentar planteamientos que contribuyan a impulsar el Evento Académico y Científico Emprendedores.

### 2.3 JUSTIFICACIÓN

Al hablar de eventos de emprendimiento se hace referencia a todos aquellos que se presentan o permiten exhibir diferentes tipos de productos o servicios de manera que fomenten de alguna forma el desarrollo económico, independientemente del sector productivo al que pertenece lo que se muestra en estos eventos, en los que se unen los objetivos de los productores y comerciantes participantes, de realizar ventas e incrementar el número de sus clientes, con los de los responsables y promotores de desarrollar los sectores productivos de la comunidad, distrito, provincia o región<sup>16</sup>.

Entre los eventos que tienen mayor acogida se encuentran las ferias, muestras, concursos, foros y conferencias, entre otros, pero es necesario tener en cuenta que estas actividades atraen a los visitantes y expositores, y al hacerles agradable su visita se fortalece el evento que se desarrolla; en este caso está enfocado hacia el emprendimiento y una ejecución adecuada del evento permite un crecimiento o iniciación en el ámbito comercial y económico.

Ahora, para centrar el tema y tomar un solo concepto, la investigación se centrará solo en el tema de las ferias de índole emprendedor por ser el evento del que más se dispone información y por definirse como un suceso que permite la promoción comercial de productos y servicios.

A nivel mundial las ferias son instrumentos utilizados para el comercio internacional, además de que constituyen un marco insustituible para el establecimiento de contactos, el lanzamiento de proyectos, la difusión de información etc. Son muchas las ventajas que se tienen con el desarrollo de ferias de emprendimiento y por consiguiente que pueden ser usadas adecuadamente dependiendo de la forma en que se lleven a cabo<sup>17</sup>, es ahí donde las estrategias que se usen para la ejecución entran a jugar un papel importante.

Actualmente en las universidades públicas de Chile, España y Colombia se vienen desarrollando ciertos eventos entre los que se encuentran las ferias, teniendo cada uno diferentes objetivos y formas de realizarse, pero finalmente todas

---

<sup>16</sup> VELÁSQUEZ, Sigifredo. Manual para la organización de ferias de productos locales. [En línea]. OIT, 1e, 2006, 79 páginas.

<sup>17</sup> MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA. Ferias Internacionales. [En línea].

entregan buenos resultados y por ello se siguen desarrollando. Es por esto que al hacer un análisis de las ferias o eventos que se llevan a cabo en las universidades públicas de estos países, será posible identificar las estrategias planteadas y la estructura logística que conlleva el desarrollo de las ferias, lo que al final aportará unos planteamientos que servirán para impulsar el Evento Académico y Científico Emprendedores que se viene realizando en la Universidad Industrial de Santander. Esto permitirá que el evento tome un perfil más internacional, y con ello los estudiantes puedan tener más posibilidades de crecimiento y un punto de referencia para poder llevar a cabo ideas innovadoras, teniendo en cuenta que estas estrategias están enfocadas a tener un lineamiento internacional, además de la posible fomentación del emprendimiento en la región y el país.

### 3. PLANIFICACIÓN

En esta etapa se establecen los lineamientos bajo los cuales se desarrollará el seminario, se definen los alcances y resultados que se esperan obtener. El alcance del seminario dependerá del grado de profundidad que se dé en la investigación, la formación del estudio, la formación de los participantes, y la orientación y perfil del director.

Los alcances y objetivos del seminario son:

1- Desarrollar un seminario de investigación para el análisis de ferias de emprendimiento de carácter internacional realizadas por instituciones universitarias públicas de los países de Chile, España y Colombia por medio de una discusión crítica, propositiva y argumentativa de acuerdo a los lineamientos establecidos por la vicerrectoría académica en el acuerdo 004 de 2007 artículo 4 para los seminarios de investigación.

2- Elaborar un documento de síntesis original, donde se recopile el contenido total del seminario de investigación de acuerdo con los temas y subtemas especificados en la Tabla 1.

3- Recopilar e identificar las estrategias que se hallen en la investigación; con el fin de entregar unos planteamientos a la organización de futuras muestras del evento académico y científico emprendedores organizado por el IPRED.

#### 3.1 ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO

Antes de iniciar el seminario se definió la bibliografía, la cual está comprendida en la búsqueda necesaria de material como: libros, páginas web, revistas, artículos, memorias, monografías, entre otros, con el fin de obtener la máxima información posible. En caso de que la información aquí plasmada no sea suficiente, el estudiante puede recurrir a otras fuentes de información y ampliar la investigación sobre el tema, siempre que este aporte algo nuevo a la investigación acerca del tema.

A continuación, se relaciona el estudio bibliográfico que soporta el desarrollo de los temas y subtemas del seminario investigativo, para analizar los fundamentos teóricos que dan origen a las ferias de emprendimiento de tipo internacional en Colombia, Chile y España, se tiene las siguientes fuentes:

**1) García, Daniel.** Mejores Prácticas de emprendimiento innovador en España. Colección EOI, 2009.

Este libro muestra un estudio realizado por la EOI (Escuela de Organización Industrial), donde se establece el alcance que tiene la innovación, siendo la innovación un elemento que se debe organizar y gestionar de manera ordenada y

precisa en las organizaciones, teniendo en cuenta las herramientas que ayuden al impulso de la innovación, donde se encuentran los eventos de emprendimiento y entre estos la ferias de emprendimiento como herramientas muy útiles para esta labor.

**2) Juan F; Melia, Julia E; Villalonga, Inmaculada.** El emprendimiento en el sistema universitario. Editorial Universidad Cantabria, 2015.

El libro comprende una caracterización del emprendimiento juvenil en el sistema universitario de la ciudad de Valencia, comparado con el nivel del estado español. Se destaca la importancia de la innovación y el emprendimiento en el crecimiento económico de las sociedades y la importancia de construir ambientes y espacios en las universidades para el desarrollo de esas capacidades en los jóvenes.

**3) Emprendimiento e innovación universitaria en Colombia.**

<http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

Acercamiento a la realidad de Emprendimiento e Innovación en Colombia que hace la Universidad de los Andes. Muestra un marco conceptual donde se visualiza la forma en que interactúan aquellas variables que determinan la innovación, todo esto plasmado en la situación de Colombia con el emprendimiento y la innovación en las Universidades.

**4) Ferias de Emprendimiento en Latinoamérica. Sercotec.** En línea <http://www.sercotec.cl/Home.aspx>

Corporación que se dedica al fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas en Chile, con la organización de distintos eventos para el fortalecimiento y reconocimiento de estas empresas. Trabaja con fondos públicos para brindar fortalecimiento a la innovación y emprendimiento en Chile por medio de ferias de emprendimiento, entre otros eventos.

**5) Emprendimiento en Chile. Asech.** En línea. <http://www.asech.cl/>

Página de la asociación más grande emprendedores en Chile, muestra los logros en cuanto a emprendimiento se refiere en Chile y es la encargada de organizar y apoyar una buena cantidad de eventos de emprendimiento en Chile.

**6) Ferias de emprendimiento en Chile.** Universidad de Chile en línea. <http://www.uchile.cl/agenda/111190/feria-de-emprendedores-sustentables>

Feria de emprendimiento realizada en la Universidad de Chile, denominada El Mercadito, organizada por la facultad de Economía y Negocios de la Universidad.

Para Identificar tanto las estrategias planteadas como la estructura logística en la realización de las ferias de emprendimiento en Colombia, Chile y España realizadas por instituciones universitarias públicas se dispone de las siguientes fuentes:

**1) Estrategias de marketing:** Navarro, Fernando g. Estrategias de Marketing Ferial. Esic Editorial, 2000. p.23

Es un libro donde se encuentra infinidad de claves, técnicas, consejos e ideas que resultarán de gran utilidad no solamente a todos aquellos que tengan la responsabilidad de planificar u organizar una feria, sino también a cualquiera que tenga interés por un área tan importante del marketing como la tratada en este libro.

**2) Ferias de emprendimiento en España:** Universidad de Almería (en línea). <http://www.ual.es/>

En esta página se encuentra la información oficial de la Universidad de Almería, donde se halla la misión, la visión y demás información de importancia para el proyecto de grado. Así mismo en un canal para encontrar información sobre la feria de emprendimiento que realiza esta universidad.

**3) Ferias de emprendimiento en Chile:** Universidad de Tarapacá. (en línea). <http://www.uta.cl/>

Link con información relevante para el trabajo de grado. Donde se muestra la información oportuna sobre la Universidad de Tarapacá y la feria de emprendimiento que esta realiza.

**4) Evento Académico y Científico Emprendedores:** Universidad Industrial de Santander (en línea). <http://www.uis.edu.co/> <http://ead.uis.edu.co/emprendedores/>  
Página oficial de la UIS y del Evento Académico y Científico emprendedores, donde se halla en gran parte la información sobre el evento realizado por esta universidad, además de la información de la UIS como tal.

**5) Ferias internacionales de emprendimiento más relevantes en el mundo:** The global association of the exhibition industry. En línea. <http://www.ufi.org/>; y Euroshop. En Línea. <http://www.euroshop-tradefair.com/>  
Links donde se pueden encontrar las ferias de emprendimiento más relevantes en el mundo, teniendo en cuenta que quienes las organizan llevan mucho tiempo en esta labor y su impacto es de gran trascendencia en el mundo.

**6) Financiación y promoción de las ferias:** Ferias, en línea. <http://www.nferias.com/colombia/>

Página donde se encuentra el calendario con las feria que se llevarán a cabo en el país a los largo del año, con la información acerca de países participantes, sectores, expositores, recintos y proveedores, además de la forma de financiación y promoción de muchas de estas.

**7) Acciones durante las ferias:** Legiscomex en línea <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/A/acciones-durante-ferias-internacionales-3-parte-nicola-minervini-actualizacion/acciones-durante-ferias-internacionales-3-parte-nicola-minervini-actualizacion.asp>

Es un portal especializado en soluciones para el comercio internacional, en este sitio se integran de manera precisa la información y herramientas fundamentales en los procesos de exportación e importación. De igual manera presentan de manera amplia la forma de prepararse para la participación en ferias internacionales con éxito, mostrando los aspectos más relevantes para dicha participación.

**1) Ferias Educativas:** EduExpo en línea.  
<http://www.hotcourseslatinoamerica.com/study-abroad-info/before-you-leave/en-2016-visita-estas-ferias-estudiantiles/>

En esta página se encuentra la información acerca de las ferias estudiantiles que se han realizado o se realizarán en diferentes países de Latinoamérica y la influencia de estas ferias en la vida profesional y personal de quienes participan, un espacio importante para conectar a estudiantes con Universidades alrededor del mundo.

**2) Ferias Universitarias crean escenarios para la generación de empleo y emprendimiento:** en línea.  
[http://www.guiaacademica.com/educacion/personas/cms/colombia/pregrados/2010/ARTICULO-WEB-EEE\\_PAG-7756528.aspx](http://www.guiaacademica.com/educacion/personas/cms/colombia/pregrados/2010/ARTICULO-WEB-EEE_PAG-7756528.aspx)

Es una página que brinda información sobre las diferentes carreras en universidades del país además de presentar artículos de importancia como el que muestra que las ferias universitarias son fuente de generación de empleo y emprendimiento. De igual manera presenta las ferias más relevantes del país que se realizan en universidades y la importancia de estas en el desarrollo académico y profesional de los estudiantes.

**3) Proceso y requisitos para participar en una feria internacional:** Universidad de Oriente, en línea <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/mecome/8.pdf>  
En este PDF se muestran algunos requisitos que se deberían tener en cuenta para participar en una feria de carácter internacional.

**4) Ferias Internacionales:** Expodatabase, en línea [www.expodatabase.com/](http://www.expodatabase.com/)  
Página que sirve de búsqueda para hallar aquellas ferias internacionales dependiente el sector y país donde se quiera hacer parte de estas. La búsqueda de la feria se puede llevar a cabo desde la posición de expositor, organizador, visitante y/o proveedor de servicio.

Ya propuesto el estudio bibliográfico se observa que existen subtemas que se relacionan entre sí y profundizan en aspectos relevantes para el trabajo de grado, dándole así un enfoque más preciso a la indagación que se quiere hacer.

Basados en el análisis anterior de la bibliografía se programan los temas y subtemas del seminario de investigación. Estos se muestran a continuación.

Tabla 1. Temas y subtemas de investigación.

TEMA	SUBTEMA
1. MARCO TEÓRICO	<p>1.1 Definición de evento.</p> <p>1.2 ¿Qué es una feria?            1.2.1 Objetivos de las ferias.            1.2.2 Características de las ferias.            1.2.3 Oportunidades.</p> <p>1.3 Propósito de las ferias.            1.3.1 Ferias Universitarias.            1.3.2 Ferias comerciales.</p> <p>1.4 Tipos de ferias.            1.4.1 Dependiendo del tipo de producto/servicio que presentan.            1.4.2 Dependiendo del público que asiste a la feria.</p> <p>1.5 Acciones antes, durante y después de la feria.</p> <p>1.6 Emprendimiento.            1.6.1 Definición de emprendimiento.            1.6.2 Eventos de emprendimiento en el ámbito Universitario.            1.6.2.1 Muestras de emprendimiento.            1.6.2.2 Concursos de emprendimiento.            1.6.2.3 Foros de emprendimiento.            1.6.2.4 Conferencias de emprendimiento.</p>
2. NORMATIVIDAD	<p>2.1 Normatividad que impulsa los eventos de emprendimiento.            2.1.1 Emprendimiento Universitario en Chile.            2.1.2 Emprendimiento Universitario en España.            2.1.3 Emprendimiento Universitario en Colombia.</p>
3. FERIAS DE EMPRENDIMIENTO DE PAÍSES COMO CHILE, ESPAÑA Y COLOMBIA	<p>3.1 Ferias en Chile.            3.1.1 Ferias de emprendimiento comercial.            3.1.2 Ferias de emprendimiento en instituciones públicas de educación</p>

	<p>superior en Chile.</p> <p>3.2 Ferias en España.</p> <p>3.2.1 Ferias de emprendimiento comercial.</p> <p>3.2.2 Ferias de emprendimiento en instituciones públicas de educación superior en España.</p> <p>3.3 Ferias en Colombia.</p> <p>3.3.1 Ferias de emprendimiento comercial.</p> <p>3.3.2 Ferias de emprendimiento en instituciones públicas de educación superior en Colombia.</p>
--	---

### 3.2 PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES

Las sesiones llevadas a cabo en el seminario de investigación se determinaron teniendo en cuenta el número de subtemas, que surgieron en la preparación previa del tema de investigación. De igual manera a cada participante se le fue asignado un respectivo rol teniendo en cuenta que todos tuviesen en su momento la responsabilidad de uno de estos (Director, Relator, Correlator y Protocolante). Una vez definidos subtemas, los roles y cantidad de sesiones, se establecieron las fechas prudentes y en ese lapso de tiempo poder preparar los temas propuestos y con ello iniciar el avance del seminario de investigación, teniendo en cuenta también la disponibilidad de los participantes, del director y de las herramientas necesarias para el desarrollo de cada una de las sesiones con el fin de que la investigación se desarrollase en el mejor término.

Tabla 2. Asignación de roles en la investigación.

TEMA	SUBTEMAS	DIRECTOR	RELATOR	CORRELATOR	PROTOCOLANTE	PARTICIPANTE	TIEMPO
MARCO TEÓRICO Y ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE COLOMBIA	Concepto de Feria.	Deicy Johana Vargas Méndez	Mayerli Gil Tamayo	Maribel Pineda León	Elizabeth Álvarez Santos	Director de grupo e invitados	Tutoría 5 (2 horas)
	Emprendimiento Universitario en Colombia.						
	Ferias Universitarias de emprendimiento.						
	Acciones antes, durante y después de la feria de emprendimiento.						
	Patrocinio y financiamiento de las ferias de emprendimiento en Colombia.						
Estrategias implementadas en las ferias de emprendimiento en Colombia.							

ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE CHILE	Emprendimiento Universitario en Chile.	Mayerli Gil Tamayo	Maribel Pineda León	Elizabeth Álvarez Santos	Deicy Johana Vargas Méndez	Director de grupo e invitados	Tutoría 6 (2 horas)
	Ferias Universitarias de emprendimiento.						
	Acciones antes, durante y después de la feria de emprendimiento.						
	Patrocinio y financiamiento de las ferias de emprendimiento en Chile.						
	Estrategias implementadas en las ferias de emprendimiento en Chile.						
ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE ESPAÑA	Emprendimiento universitario en España.	Elizabeth Alvares Santos	Deicy Johana Vargas Méndez	Mayerli Gil Tamayo	Maribel Pineda León	Director de grupo e invitados	Tutoría 7 (2 horas)
	Ferias Universitarias de emprendimiento.						
	Acciones antes, durante y después de las ferias de emprendimiento.						
	Patrocinio y financiamiento de las ferias de emprendimiento en España.						
	Estrategias implementadas en las ferias de emprendimiento en España.						
PLANTEAMIENTOS QUE CONTRIBUYAN A IMPULSAR EL EVENTO ACADÉMICO Y CIENTÍFICO EMPRENDEDORES	Concepto de Planteamiento.	Maribel Pineda León	Elizabeth Álvarez Santos	Deicy Johana Vargas Méndez	Mayerli Gil Tamayo	Director de grupo e invitados	Tutoría 8 (2 horas)
	Estructura del Planteamiento.						
	Planteamientos que contribuyan a impulsar el Evento Académico y Científico Emprendedores.						

## 4. EJECUCIÓN

Esta etapa tuvo como objeto ejecutar lo establecido al momento de hacer la planeación de los seminarios; el relator hizo la preparación de su respectivo documento, teniendo en cuenta sus temas de investigación y con esto se llevó a cabo el desarrollo de cada sesión.

### 4.1 DOCUMENTACIÓN PARA LOS SUBTEMAS

Con el fin de lograr exponer los temas de investigación, el relator de cada sesión programada tuvo la responsabilidad de elaborar el respectivo documento y diseñar unas diapositivas teniendo en cuenta las normas prescritas y necesarias, logrando con ello la exposición de los temas. Antes de cada sesión este documento se sometió a una exhaustiva revisión por parte del director del seminario para su respectiva aprobación.

Antes del desarrollo de cada sesión, cada uno de los miembros del grupo, independientemente del rol que desempeñara, tuvo acceso al documento y a la respectiva bibliografía con el fin de estar preparado y hacer el respectivo aporte beneficioso para la investigación.

### 4.2 DESARROLLO DE UNA SESIÓN

En cada una de las sesiones del seminario a excepción de la primera, que no contaba con una sesión anterior a esta, se dio continuidad al desarrollo de las siguientes sesiones de acuerdo al orden presente en la Tabla 3. En la primera sesión se asignaron roles al azar y de ahí en adelante se rotaron teniendo en cuenta que cada integrante del grupo tuviera a su cargo la responsabilidad de los diferentes roles de manera ordenada y siguiendo una secuencia.

Tabla 3. Desarrollo de una sesión.

Actividad	Descripción	Responsable	Duración (Min)
1 Inicio de la sesión	* Lectura del plan de trabajo. * Confirmación de roles. * Toma de asistencia.	Director	5
2 Lectura del protocolo anterior	* Lectura del protocolo. * Se inicia un espacio para	Protocolante	15

	realizar comentarios aclaratorios del protocolo. Los ajustes se socializarán en el siguiente protocolo.		
3 Relatoría	* Exposición del tema. * Entrega del trabajo desarrollado.	Relator	25
4 Correlatoría	* Espacio para la complementación y evaluación de la relatoría. * Presenta argumentos que invitan a la discusión del tema.	Correlator	10
5 Discusión	* Se realizan preguntas, comentarios, nuevos enfoques para la investigación y aclaraciones sobre el tema. * Se corrobora el conocimiento demostrado por el relator.	Todos los participantes	45
6 Finalización	* Evaluación de la sesión. * Conclusiones que surgen de la sesión. * Expectativas de la próxima sesión.	Todos los participantes	15

4.2.1 Documentos que intervienen en cada sesión. Para el desarrollo de una sesión del seminario de investigación se requiere la elaboración de tres documentos (Los formatos se muestran en los Anexos B, C y D).

Documento de la Relatoría: Es el documento realizado por el relator en el cual se establecen los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo de la sesión, las fuentes de información, las preguntas que motivan a la investigación, el desarrollo del tema, conclusiones e inquietudes de la sesión.

Documento de la Correloría: Es el documento realizado por el correlator de la sesión, complementando la información suministrada en el documento del relator realizando una reflexión crítica de los aspectos más relevantes del tema, acuerdos y desacuerdos, además de la claridad de la exposición del relator y su capacidad de comunicación y liderazgo de la sesión.

Documento del protocolo: En el este documento se establecen los asistentes y sus funciones, los comentarios del protocolo anterior, se realiza la evaluación de la relatoría y correloría de la sesión, se presenta el desarrollo de la discusión, las anotaciones y preguntas de los participantes, las reglas metodológicas utilizadas y las respectivas conclusiones de la sesión. Adicionalmente informa el tema de la siguiente sesión y quedan contemplados los anexos de la relatoría y correloría.

## 5. DOCUMENTOS FINALES

El informe final del trabajo de grado se elaboró con todas las normas y técnicas establecidas. Para la elaboración del todo el documento se tuvo en cuenta los protocolos desarrollados de todo el estudio, permitiendo así entregar el documento final que se presenta.

### 5.1 INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN

Un documento que describe qué es lo que se entrega como producto del seminario, es una compilación con un orden lógico, organizado según los propósitos de la investigación y que señala el valor agregado que tiene y para quien sirve. El documento se define como “SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO DE CARÁCTER INTERNACIONAL REALIZADAS POR INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS PÚBLICAS DE LOS PAÍSES DE CHILE, ESPAÑA Y COLOMBIA”. Este documento corresponde al contenido del capítulo 6, 7 y 8.

El documento consta de la síntesis de la investigación y el respectivo análisis llevado a cabo por parte de los participantes del seminario de investigación durante las sesiones en las que cada uno ejercía su respectivo rol, rotado ordenadamente en cada sesión. El documento se rige y tiene en cuenta en todo momento las normas técnicas colombianas ICONTEC.

El procesador de texto utilizado para la elaboración del documento fue Microsoft Office Professional Plus 2010, procesador que permitió la elaboración del documento de manera fluida y práctica.

### 5.2 INFORMACIÓN RECOPIADA

La información se recopiló a través de una metodología que permitió el desarrollo de la investigación de manera profunda y veraz, dando como resultado una investigación seria y útil para quienes va dirigida, teniendo respeto por las ideas y las opiniones de los demás.

Se tuvo en cuenta las etapas que se contemplan en un seminario de investigación; planificación, ejecución y finalización. Etapas debidamente llevadas a cabo y justificadas en la investigación que se presenta.

Para la recolección de la información se utilizó la revisión documental y una indagación por medio de fuentes primarias utilizando como técnica de investigación la encuesta y como instrumento un cuestionario de preguntas abiertas. La encuesta fue diseñada específicamente para obtener la información adecuada y pertinente en la investigación; el cuestionario se hizo llegar a los

interesados y, quienes enviaron la información requerida. El formato de la encuesta se presenta en el Anexo A.

### 5.3 PRESENTACIONES

En cada sesión, el relator y el correlator tuvieron la responsabilidad de presentar su investigación realizada de manera que los participantes de la sesión pudieran entender y participar de la investigación, es así como cada uno diseñó y elaboró sus respectivas ayudas para la presentación de las sesiones.

Estas ayudas correspondieron efectivamente por medio de diapositivas presentadas en Power Point las cuales permitieron una relación interactiva y dinámica, logrando así centrar la atención de los participantes. Estas diapositivas contaron con los siguientes aspectos fundamentales para las presentaciones:

1. Captar la atención de los participantes.
2. Ser guías para el expositor del tema.
3. Permitir que la presentación siguiera un orden lógico.
4. Ser de interés a los participantes.
5. Facilitar la exposición de los temas a presentar.
6. Presentar las ideas de manera lógica.

### 5.4 ANEXO DOCUMENTOS DE PRESENTACIONES

Con el fin de presentar las evidencias de toda la investigación se incorporan los debidos anexos de cada uno de los documentos producto de toda la indagación, mostrando así el proceso de la investigación y de qué manera se llevó a cabo, dando como resultado lo planeado desde un principio.

Los documentos anexados corresponden a los protocolos fruto de cada sesión donde se muestran las memorias producidas durante cada una de las sesiones y por ende durante toda la investigación. De igual manera se anexan las relatorías llevadas a cabo, presentando la investigación hecha por quien cumplía su rol en ese momento. Asimismo, se presentan los anexos de las correlatorías fruto de la investigación desarrollada por el correlator de cada sesión que se dio a la tarea de hacer una exposición reflexiva e investigativa de cada tema en cada sesión dando así un paso más en el proceso de la investigación en el seminario para el análisis de ferias de emprendimiento de carácter internacional realizadas por instituciones universitarias públicas de los países de Chile, España y Colombia.

Estos documentos se pueden consultar en los Anexos E – P.

## 6. SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN SOBRE FERIAS UNIVERSITARIAS PÚBLICAS EN CHILE, ESPAÑA Y COLOMBIA

### 6.1 GENERALIDADES SOBRE FERIAS

6.1.1 Definición de evento. Para llegar a responder esta pregunta es necesario precisar lo que es un evento. Según concepto de la Universidad Cristiana de Panamá “Es la reunión de dos o más personas, donde mediante una correcta planificación, logramos comunicar lo que nuestro cliente/visitante requiere. Es decir, la finalidad de un evento es lograr comunicar exitosamente algo.<sup>18</sup>” La realización de estos actos comunicativos puede ser formal o informal y debe planearse con anticipación y un manejo protocolario dependiendo el tipo de evento, que puede contener diferentes actividades como ferias, foros, concurso, conferencias, muestras, etc.<sup>19</sup>

6.1.2 ¿Qué es una feria? El concepto de feria tiene su origen en la Edad Media, cuando los comerciantes se reunían dos o más personas en un lugar para vender sus productos. Esta práctica ha ido evolucionando con el paso del tiempo y en la actualidad está generalizada en todo el planeta<sup>20</sup>.

Desde el punto de vista etimológico, la palabra feria procede del latín feria, feriae (aunque se utilizaba principalmente en plural: feriae, feriarum). Los romanos la utilizaban para designar los “días festivos” o “días de vacaciones” refiriéndose al cese en esos días de toda actividad civil para dedicarla al culto religioso y a los festejos que lo acompañaban<sup>21</sup>.

Desde las civilizaciones pasadas se han tenido las ferias como un eje importante para el intercambio de bienes entre cada una de ellas. Tanto así que las civilizaciones egipcia, romana y griega se encargaron de introducir sistemas económicos y estos, a su vez, fueron evolucionando conforme a las necesidades de cada época, tornándose cambiantes al pasar de los tiempos.

Con respecto a este aspecto es necesario concretar como tal un concepto que defina la feria. Esta se define como un espacio donde se encuentran la oferta

---

<sup>18</sup> UNIVERSIDAD CRISTIANA DE PANAMÁ. Manual de procedimientos antes, durante y después de la planificación, organización y ejecución de los congresos, eventos y ferias en la Universidad Cristiana de Panamá. [En línea].

<sup>19</sup> SAGASTUME, Magdala. Manual para organizadores de ferias. [En línea]. En:Serviprensa. Disponible en: <http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf>

<sup>20</sup> Definición de feria. [En línea]. Disponible en: <http://definicion.mx/feria/>.

<sup>21</sup> RODRÍGUEZ, Ainhoa., MUÑOZ. Azahara., GONZÁLEZ. Demetrio., Historia, definición y legislación de las ferias comerciales. En: Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XLVI (2013) 449-466. [En línea].

(prestadores de servicios y productos) y la demanda, lo que permite iniciar un intercambio económico. Las ferias universitarias promueven el espíritu emprendedor, la innovación logrando que el estudiante en su participación desarrolle habilidades comerciales, interpersonales y creativas, en muchos casos dando como origen nueva constitución de una empresa, estos eventos hacen posible fomentar el emprendimiento en los estudiantes se puede denominar como “ferias de emprendimiento” en donde se pueda hallar no solo aquellos productos y servicios que ya están en el mercado si no muchos otros que se inicien en este espacio.<sup>22</sup>

6.1.2.1 Objetivos de las ferias. Los objetivos de las ferias de emprendimiento son.<sup>23</sup>

a. Ofrecer un servicio completo y de calidad para lograr que la feria tenga un nivel de aceptación y reconocimiento.

b. Conseguir la compra y/o venta de lo expuesto en las ferias, para poder iniciar de alguna manera efectiva un intercambio económico.

c. Conocer las características de las empresas competidoras, estándares de calidad y evaluar la posición de los asistentes ante la oferta.

d. Investigar el potencial de mercado.

e. Obtener un gran número de contactos y, asimismo, poder realizar negocios de mercado.

f. Crear alianzas estratégicas.

6.1.2.2 Características de las ferias. Es una actividad empresarial que permite la promoción comercial y la exposición de productos y servicios en un stand.

Se logra establecer alianzas empresariales de compra de productos y prestadores de servicios para ampliar su mercado.

La feria forma parte de la estrategia de mercadeo que busca desarrollar el mercado en un área productiva. Los productores participantes logran realizar ventas e incrementar el número de clientes.

---

<sup>22</sup> VELÁSQUEZ, Sigifredo.Op. Cit. p

<sup>23</sup> VELÁSQUEZ, Sigifredo.Op. Cit. p

6.1.2.3 Oportunidades. La realización de estas ferias presenta oportunidades tanto para la región como para el empresario, a continuación, se identifican las oportunidades:

- Región

Figura 2. Oportunidades que ofrece una feria en nuestra región.



Fuente: Manual de organizadores de feria PROMOCAP<sup>24</sup>

- Empresarios

Figura 3. Oportunidades que ofrece una feria a los empresarios.



Fuente: Manual de organizadores de feria - PROMOCAP<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Disponible en: <http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf> - Imagen tomada <http://es.123rf.com/>

<sup>25</sup> *Ibíd.*, p.

6.1.3 Tipos de ferias. Se especifica la descripción de los diferentes tipos de feria y así mismo el propósito que cumple su realización en cada una de ellas.

6.1.3.1 Según el propósito de las ferias. Ferias Universitarias. Ferias de emprendimiento universitario en general tiene como propósito inculcar y fomentar en los estudiantes el espíritu emprendedor y así mismo aportar al desarrollo del país con sus iniciativas innovadoras, también proporciona a los asistentes la oportunidad de conocer la oferta y las mejores herramientas para tomar decisiones y aprender sobre cualquier tema que les sirva para su desarrollo, tanto personal como laboral y enfocarlos a seguir fortaleciendo sus futuras iniciativas.

Ferias Comerciales.<sup>26</sup> Ferias comerciales tiene como propósito presentar el producto tangible o intangible y comunicar su argumento de ventas, y a su vez conocer la opinión de los potenciales clientes y contactar a posibles distribuidores o agentes interesados en la distribución del mismo. Aunque también es cierto que el producto queda sometido al análisis de la competencia.<sup>27</sup>

6.1.3.2 Dependiendo del tipo de producto/servicio que presentan. Ferias Sectoriales. Están enfocadas a sectores y/o subsectores determinados, ejemplo: agrícola, comercio, servicios, industria, etc. Los cuales en el momento de su exposición presentan diferentes grados de especialización.

Ferias Multisectoriales. Se exhiben una amplia exposición de productos y/o servicios sin importar el sector económico estas ferias son muy llamativas por su variedad de exposición.

6.1.3.3 Dependiendo del público que asiste a la feria. Ferias Generales. Su particularidad es reunir un número de visitantes completamente heterogéneo, pueden encontrarse desde empresarios(as) hasta consumidores finales. Proviene del ámbito internacional, nacional y regional.

Ferias Especializadas. En estas ferias participan exclusivamente hombres y mujeres, pertenecientes al ámbito nacional e internacional de un sector, sub sector o tema específico.

6.1.3.4 Según su alcance y cobertura. Ferias Regionales. En esta feria sus participantes son originarios de una misma región.

---

<sup>26</sup> SAGASTUME, Magdala. Op. Cit. p.

<sup>27</sup> URDANIZ, F. Guía para la participación en ferias internacionales. Fundación Promendoza. [En línea].

Ferias Nacionales. En esta feria sus participantes son procedentes de todas las regiones del país.

Ferias Internacionales. Son eventos de grandes exposiciones donde se traspasan las fronteras y se facilitan encuentros de negocios con participantes de diferentes países.

6.1.4 Acciones antes, durante y después de la feria. A continuación se presentan las acciones más significativas, teniendo en cuenta que la preparación de las ferias es fundamental para su éxito y que las acciones durante todo el proceso influyen decisivamente en las herramientas estratégicas de marketing<sup>28</sup>.

6.1.4.1 Acciones pre-feria. Aquellas que se dan antes de llevar a cabo la feria, tales como:

- a. Asignar un coordinador de feria.
- b. Plantear los objetivos.
- c. Identificar el público objetivo.
- d. Definir el lugar donde se va a llevar a cabo el evento.
- e. Concretar el material que se va a exponer en el stand.
- f. Asignar el presupuesto del evento.
- g. Diseñar la publicidad para la captación de visitantes.
- h. Diseñar y encargar los artículos promocionales para la feria.
- i. Contratación de Logística del evento.
- j. Iniciar la campaña de captación de los visitantes.

6.1.4.2 Acciones durante la feria. Acciones realizadas durante el desarrollo de la feria.

- a. Diligenciar las fichas de contacto de los visitantes.
- b. Distribución de material de publicidad.
- c. Entregar obsequios o artículos de promoción a los visitantes.
- d. Verificar que las actividades de logística sean ejecutadas acorde a lo establecido.

6.1.4.3 Acciones post-feria. Acciones que tienen lugar después de llevada a cabo la feria.

- a. Reunión con los expositores para hacer una primera evaluación de la feria y analizar el contenido de las fichas-contacto recogidas.

---

<sup>28</sup> MUÑOZ, Rafael. La feria como herramienta estratégica de marketing. En: Marketing XXI. 5ª Edición. [En línea].

- b. Seguimiento oportuno a los visitantes a través de correo electrónico o llamada telefónica.
- c. Realización del informe final de la participación, tanto de visitantes como expositores donde se evalúen los resultados obtenidos comparándolos con los objetivos que se habían previsto.
- d. Envío de notas de prensa a los medios de comunicación y social con los resultados obtenidos en la feria.

## 6.2 GENERALIDADES DE EMPRENDIMIENTO

La palabra emprendimiento proviene de francés entrepreneur (pionero) y hace referencia a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional con el fin de alcanzar una meta u objetivo.<sup>29</sup>

El emprendimiento es “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad”.<sup>30</sup>

6.2.1 Tipos de emprendimiento. Se definen los tipos de emprendedores y la descripción de estos.

Tabla 4. Tipos de emprendedores, según su etapa de su emprendimiento.<sup>31</sup>

TIPOS DE EMPRENDEDOR	DESCRIPCIÓN
INICIATIVA	Son personas que al tomar la decisión de empezar la actividad emprendedora han analizado en algún grado de detalle las diversas opciones que poseen, han definido la existencia de una oportunidad emprendedora y han seleccionado esa actividad emprendedora frente a otras alternativas.
OBLIGACIÓN	Aquellas personas que al tomar la decisión de empezar la actividad emprendedora, no disponían de otras alternativas de generar ingresos.
POTENCIAL	Son personas con capacidad de conocimientos

<sup>29</sup> UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID. Emprendimiento Universitario. [En línea].

<sup>30</sup> MÉNDEZ, Rafael. Emprendimiento e innovación. En: La Nación. Huila, Domingo, 19 de Septiembre de 2010. [En línea].

<sup>31</sup> QUIROGA M., Raúl F., BARRERA, María M., *et al.* Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá. IMPACT-A, Corporación Ventures. Bogotá. 2014. [En línea]

	y habilidades emprendedoras, con opción de desarrollar y conceptualizar una futura actividad emprendedora, la cual realmente no se ha iniciado todavía.
NACIENTE	Al iniciar su actividad emprendedora, componen de manera novedosa los recursos que consigue, pagando a su vez salarios a sus empleados o a él mismo por un periodo no mayor a tres meses.
NUEVO EMPRESARIO	Las personas que han puesto en marcha su iniciativa empresarial y se encuentran pagando salarios durante un lapso de tiempo que comprende los 3 a 42 meses.
ESTABLECIDO	Aquellas personas que han estado al frente de la operación de su empresa pagando salarios durante más de 42 meses.
INTRAEMPREENDEDOR	Es el empleado actual de una organización que inicia una nueva actividad empresarial dentro de la organización.
EN SERIE	Emprendedor que refleja alta persistencia en su trayectoria empresarial. Frecuentemente son expertos en el sector en el que inician sus proyectos y tienen un claro conocimiento de los clientes y el mercado en ese sector.
SOCIAL	Son agentes de cambio con soluciones innovadoras a los problemas sociales más apremiantes de una sociedad. Son ambiciosos y persistentes, y ofrecen nuevas ideas que ayudan al cambio a gran escala.
ECOEMPREENDEDOR	Emprendedor experto en temas ambientales y sociales; alinea su proyecto a la normatividad vigente y utiliza la tecnología disponible para buscar la eficiencia ecológica de su nueva empresa.

Tabla 5. Tipos de emprendimiento según las características del proyecto o empresa.<sup>32</sup>

TIPOS DE EMPRENDIMIENTO	DESCRIPCIÓN
NECESIDAD	Emprendimientos con bajos niveles de ingreso. Emprendimientos que generan ingresos rentables diarios para vivir, sin una planificación ni visión de crecimiento futura.
OPORTUNIDAD	Es crear nuevas empresas con reconocimientos de nuevas oportunidades en el mercado actual.
TRADICIONAL	Concepto para referirse a iniciativas empresariales que se caracterizan por tener un

<sup>32</sup> Ibid., p.

	potencial realizable de crecimiento gracias a la estructuración competitiva, donde sus niveles de acumulación corresponden a los de la media del respectivo sector.
ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO	Emprendimientos con capacidad de llegar a convertirse en una mediana empresa en poco tiempo, donde el conocimiento, el talento humano y la gestión tecnológica, acceso a recursos de financiación/inversión, gobierno corporativo son fundamentales para crecer por encima del promedio.
DINÁMICO	Es un emprendimiento que crece de manera rentable, rápida y sostenida, capaz de reinvertir y lograr un nivel de ventas significativo en una década.
ALTO IMPACTO	Empresas con capacidad para transformar y dinamizar las economías a través de la innovación y el empleo de calidad. Es un emprendimiento que crece rápida y sostenidamente, capaz de reinvertir y de lograr un nivel de ventas bastante significativo en una década.

6.2.2 Eventos de emprendimiento en el ámbito universitario. En los eventos de emprendimiento efectuados por las universidades, se llevan a cabo diferentes actividades que promueven el desarrollo de la creatividad e innovación y la cultura de emprendimiento, por tanto se ejecutan las siguientes actividades.<sup>33</sup>

Muestras de emprendimiento: Espacio académico-pedagógico que fomenta entre emprendedores el desarrollo de su creatividad, ingenio e interés empresarial y su compromiso social a través de la presentación de ideas de emprendimiento, de preferencia interdisciplinarios, que evidencien el proceso de creación de empresas y/o innovación social.

Concursos de emprendimiento: Los concursos de emprendimiento se determinan como una reunión planificada y organizada que busca captar, canalizar, estructurar y desarrollar proyectos con propuestas innovadoras para convertirlas en proyectos exitosos y sostenibles, estos certámenes son sometidos a una selección específica que suele realizar un jurado escogiendo el que posee méritos y capacidades, las personas participantes pueden obtener menciones honoríficas, puestos meritorios, premios en especie o en valor.

---

<sup>33</sup> DÍAZ, S. Manual de orientación para la formación del emprendimiento, O'Higgins: Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins, 2013. p.8.

Foros de emprendimiento: Son espacios de motivación y generación de cultura del emprendimiento y la innovación que permitan movilizar jóvenes, emprendedores y empresarios a través de experiencias de emprendedores exitosos, talleres lúdicos y experienciales para identificar oportunidades en el Departamento. Se caracterizan por ser espacios abiertos, estimulantes, interesantes y dinámicos, que generan en los asistentes atención, motivación que impulse a la acción, es decir, que incentiven a los participantes a iniciar o seguir adelante con sus iniciativas productivas o empresariales, con la generación de nuevos negocios o aceleración de las empresas ya creadas.

Conferencias de emprendimiento: Exposición oral impartida por especialistas en temas relacionados con el emprendimiento. Las conferencias regularmente están incluidas en el marco de eventos de emprendimiento, como congresos, encuentros y seminarios.

Seminarios de emprendimiento: Evento que puede durar de medio día a varios días, en que se invitan a distintos expositores, ojalá con experiencias variadas en torno al emprendimiento, para que cuenten su experiencia a un público variado. Los seminarios pueden incluir talleres y conferencias en torno a temáticas relacionadas con el emprendimiento.

### 6.3 NORMATIVIDAD QUE IMPULSA LOS EVENTOS DE EMPRENDIMIENTO

Se presenta la normatividad que apoya el emprendimiento en cada uno de los países donde se llevo a cabo la investigación.

6.3.1 Emprendimiento universitario en Colombia. Se realizó una investigación de la constitución Colombiana sobre las leyes que apoyan el emprendimiento en las universidades.

Ley de fomento a la cultura emprendedora (ley 1014 del 2006).<sup>34</sup> También conocida como Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes, desde preescolar hasta la universidad, y hacer de ellas personas capacitadas para innovar y generar bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales. Esta ley se rige por varios principios de formación integral del ser humano: fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional.

Artículo 12. Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento. Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

---

<sup>34</sup> Ley 1.014 de 2006. [En línea]. Disponible en:  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html).

- 1) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos;
- 2) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia;
- 3) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo;
- 4) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad.

Artículo 13. Fomento a la Cultura de Emprendimiento: Enseñanza obligatoria. En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatoria:

- 1) Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.
- 2) Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresa.
- 3) Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados "Cátedra Empresarial" que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica (primaria y secundaria) y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresa con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.
- 4) Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macro ruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento.

La ley 1014 de 2006, también establece cinco objetivos estratégicos que deben ser aplicados por las universidades, a saber:

Emprendimientos en el marco de la formalidad: Busca que las nuevas empresas nazcan como empresas formales y que las empresas informales pasen a ser formales.

Diversidad y efectividad de alternativas de financiamiento e inversión: Busca explorar e implementar nuevos servicios y metodologías para el financiamiento de la actividad emprendedora, a través de acuerdos con las entidades financieras para que el plan de negocios de los emprendedores sirva de garantía para que les otorguen el préstamo. Especial énfasis se da a la promoción de la inversión privada directa en nuevas empresas y en proyectos empresariales.

Articulación institucional: Promueve la confirmación de la Red Nacional de Emprendimiento y de las Redes Regionales de Emprendimiento, como

mecanismos donde diversas instituciones concierten planes de trabajo y programas a favor del emprendimiento. Además, propiciarán la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones con el fin de desarrollar proyectos productivos.

Fortalecimiento de los servicios no financieros para el emprendimiento: Busca fortalecer e innovar el portafolio de servicios de apoyo al emprendimiento, proveer acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha, como asesoría, formación, asistencia técnica, acompañamiento, promoción de negocios.

Promoción de emprendimientos que apliquen ciencia, tecnología e innovación: Busca incentivar la innovación como elemento fundamental para que se desarrollen iniciativas empresariales sostenibles. Gracias a estos esfuerzos de política gubernamental y a la gestión de diversas instituciones privadas y públicas, se viene consolidando en el país una estructura de programas, planes y servicios orientados a consolidar la cultura emprendedora y la actividad empresarial, como ejes del desarrollo regional y nacional.

6.3.2 Emprendimiento universitario en Chile. Para el gobierno chileno es de gran importancia dar facilidades a los estudiantes y ciudadanos en general que se interesen en la creación de empresas por ello dan facilidades y estímulos que favorecen estas iniciativas. Estos beneficios se reflejan en dos estrategias legales del gobierno:

Ley general de Educación.<sup>35</sup> La Ley 20370 de Chile.

Artículo 30.- La educación tendrá como objetivos generales, sin que esto implique que cada objetivo sea necesariamente una asignatura, que los educandos desarrollen los conocimientos, habilidades y actitudes que les permitan:

1. En el ámbito personal y social. Desarrollar capacidades de emprendimiento y hábitos, competencias y cualidades que les permitan aportar con su trabajo, iniciativa y creatividad al desarrollo de la sociedad.

6.3.3 Emprendimiento universitario en España. En España se viene realizando un arduo trabajo para lograr un crecimiento constante del emprendimiento en el país y lo primordial es que la innovación juegue un papel importante en el mismo, por

---

<sup>35</sup> Ley 20370. [En línea]. Disponible en:

[http://portales.mineduc.cl/usuarios/convivencia\\_escolar/doc/201103050142570.Ley\\_N\\_20370\\_Ley\\_Genera\\_l\\_de\\_Educacion.pdf](http://portales.mineduc.cl/usuarios/convivencia_escolar/doc/201103050142570.Ley_N_20370_Ley_Genera_l_de_Educacion.pdf)

esto se viene trabajando desde las universidades el concepto de innovación, para que se desarrolle como factor fundamental de los estudiantes.

Por lo anterior el 28 de julio de 2013 entró en vigor la Ley 11/2013<sup>36</sup>, de medidas de apoyo al emprendedor y del estímulo del crecimiento y de la creación de empleo tras haber sido publicada en el BOE (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado) el sábado 27 de julio.

La Ley tiene como objetivo reforzar las reformas estructurales que se están aplicando a España desde el año 2012 y en el ámbito laboral, busca “conseguir un alto grado de flexibilidad que permita ajustar los precios y salarios relativos, de forma que consiga aumentar la competitividad de nuestra economía”. Las reformas están enfocadas a las Pymes y autónomos debido a que “se ha demostrado que este tipo de empresas constituyen uno de los principales motores para dinamizar la economía española, dada su capacidad de generar empleo y su potencial de creación de valor.... siendo necesario establecer un entorno que promueva la cultura emprendedora”.

La Ley se divide en 42 artículos (5 títulos) completándose con 9 Disposiciones Adicionales, 6 Transitorias, 1 Derogatoria y 15 Finales.

Los 5 títulos son los siguientes:

I. Medidas de desarrollo de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven

II. Medidas de fomento de la financiación empresarial.

III. Medidas de financiación para el pago los proveedores de las entidades locales y comunidades autónomas, y de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

IV. Medidas en el sector ferroviario.

V. Medidas en el ámbito del sector de hidrocarburos.

Fomentar el espíritu emprendedor desde la escuela o animar a los universitarios a estudiar un grado sobre Emprendimiento parece estar de moda en un momento en el que tener nuevas ideas de negocio se presenta como la oportunidad para que los estudiantes, futuros trabajadores, eviten las colas del paro.

Esta pionera titulación universitaria oficial en emprendimiento ofrece a los jóvenes la oportunidad de formarse en modernos espacios ("impacthub") de aprendizaje continuo en Madrid y Barcelona, acudir a algunas clases en la Universidad de Mondragón (Guipúzcoa) y viajar a Finlandia, San Francisco, China, India o Brasil.

---

<sup>36</sup> Publicada la Ley 11/2013, de medidas de apoyo al emprendedor y del estímulo del crecimiento y de la creación de empleo. [En línea]. Disponible en: <http://www.laboral-social.com/publicada-Ley-11-2013-medidas-apoyo-emprendedor-estimulo-crecimiento-creacion-empleo.html>.

La Ley 14/2013<sup>37</sup>, de apoyo a emprendedores y su internacionalización, tratará de estimular el espíritu emprendedor desde la educación primaria y quiere convertir la universidad en un vivero de proyectos empresariales. Los principales objetivos de esta Ley son incentivar la cultura emprendedora y facilitar el inicio de actividades. Asimismo, crear una empresa será más fácil, rápido y barato, su desarrollo tendrá menos cargas burocráticas y fiscales, y fracasar en el intento no pasará una factura tan costosa. Igualmente, se busca facilitar la entrada en España de extranjeros de fuera de la UE que deseen realizar actividades de formación e investigación, tanto en el ámbito público como en el privado.

Además la ley, tiene en cuenta los siguientes aspectos:

1. Impulso al proyecto emprendedor.
2. Mejora del entorno normativo.
3. Incentivos fiscales.
4. Apoyo a la expansión de los proyectos.
5. Ayuda a la internacionalización.

---

<sup>37</sup> Nueva Ley de Emprendedores: 15 cambios legales que es imprescindible conocer. [En línea]. Disponible en: [http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/politica-economica/nueva-ley-de-emprendedores-15-cambios-legales-que-es-imprescindible-conocer\\_ZcLpy8CISFLYTNYPKVIw25/](http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/politica-economica/nueva-ley-de-emprendedores-15-cambios-legales-que-es-imprescindible-conocer_ZcLpy8CISFLYTNYPKVIw25/).

## 7. INVESTIGACIÓN EVENTOS DE EMPRENDIMIENTO

Es una relación de eventos que llevan a cabo algunas instituciones de educación superior pública en Chile, España y Colombia, mediante una revisión documental en sitios web donde se identificaron los eventos que se relacionan en la Tabla 6 en los tres países de interés. Esta información se suministra por medio de una ficha técnica en la cual comprende la siguiente información: Nombre de la institución, Nombre del evento, Propósito de la feria, Frecuencia de realización, Expositores, Visitantes, Actividades que se realizan en el evento, Equipo organizador de la Feria, Financiación del evento, Medios de divulgación, Reconocimiento o premio a los expositores, Actividades post-ferias, Alianzas, Estrategias implementadas, Ideas de emprendimientos exitosas.

### 7.1 FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS

Los criterios considerados para tener en cuenta en la selección de estas ferias fueron:

- 1) Eventos relacionados con emprendimiento realizados por universidades públicas de los países de Chile, España y Colombia.
- 2) Periodicidad del evento de por lo menos una vez al año.
- 3) Exhibición de las ideas de emprendimiento por parte de los expositores.

Tabla 6. Eventos que llevan a cabo algunas instituciones de educación superior pública en Chile, España y Colombia.

PAÍS	CHILE	ESPAÑA	COLOMBIA
<b>FERIAS REALIZADAS</b>	Feria de Emprendedores Sustentables (Universidad de Chile)	Feria Anual de Emprendimiento de la UJA (Universidad de Jaén)	Feria de emprendimiento (Universidad Nacional de Colombia)
	Feria de Innovación y Emprendimiento (Universidad Arturo Prat)	Feria de las Ideas (Universidad de Almería)	Feria de Emprendimiento (Universidad Nacional abierta y a Distancia)
	Feria de Emprendimiento (Universidad de Talca)	Feria de Emprendimiento Pablo Olavide	Feria de Emprendimiento (Universidad de Atlántico)
	Feria de Proyectos de Emprendimiento Estudiantil Universitario (Universidad de Tarapacá)	Feria de emprendimiento (Universidad de Sevilla)	Evento Académico y científico Emprendedores (Universidad Industrial de Santander)
		Feria de la Ciencia (Universidad de Cantabria)	Feria Empresarial (Universidad de Pamplona)

7.1.1 Eventos de emprendimiento representativos en los países investigados. Se evidencia a continuación los eventos de emprendimiento más representativos de talla nacional e internacional de cada país.

Los criterios que se consideraron para la selección de estos eventos fueron:

- 1) Evento de emprendimiento de talla nacional o internacional más representativo de cada país.
- 2) Presentación de las ideas de emprendimiento por parte de los participantes
- 3) Generar un impacto significativo en la comunidad puesto que agrupan gran cantidad de actividades.
- 4) Aglomeran una cantidad de visitantes importante con respecto a los demás.

Tabla 7. Eventos de emprendimiento representativos en los países investigados.

<b>CHILE</b>	<b>ESPAÑA</b>	<b>COLOMBIA</b>
Evento Nacional de Emprendimiento EXPO FOSIS	Evento Nacional de Emprendimiento 4FYN	Evento Colombia <i>Start up</i> Emprendimiento

## 7.2 FERIAS DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE ESPAÑA

A continuación se detalla la investigación realizada en las universidades públicas de España anteriormente mencionadas, mostrando las ferias de emprendimiento realizadas por cada una de ellas.

7.2.1 Universidad de Jaén. “La Universidad de Jaén (UJA o UJAEN) es una universidad pública con sede en Jaén, Andalucía (España). Los orígenes de la Universidad de Jaén se remontan a la creación de la Universidad de Baeza en la Edad Moderna, con un amplio recorrido hasta llegar a 1993 en que inicia su andadura como institución autónoma. Desde entonces, la Universidad de Jaén ha sabido dar respuesta a las demandas de la comunidad académica, y de toda la sociedad en general”.

“La institución viene realizando una apuesta decidida por la innovación y la calidad, tanto en la impartición de sus titulaciones, como en el avance de sus infraestructuras que se traduce en el aumento de la actividad docente e investigadora”.

“La oferta académica de la Universidad de Jaén, diseñada de acuerdo con las necesidades laborales y profesionales de la sociedad, consta de más de 50

titulaciones de grado, primer y segundo ciclo y 22 másteres, algunos de ellos impartidos on-line. En los campus de Jaén y Linares se fomenta el estudio, el diálogo y la convivencia, por lo que los estudiantes de la UJA viven intensamente la etapa universitaria, al desarrollar su actividad diaria en un entorno ideal para las relaciones y el contacto interdisciplinar con otros alumnos y profesores”.

“Las clases, de un alto contenido práctico, están formadas por grupos reducidos, siguiendo las directrices del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Los laboratorios de investigación están dotados con el material más moderno para que los estudiantes puedan desarrollar sus actividades prácticas con la tecnología más avanzada”.

“Ante las exigencias del EEES, la Universidad de Jaén ha incorporado nuevas medidas en el seno del Plan de Innovación Docente y Formación del Profesorado, tales como el fomento del multilingüismo, la creación de materiales docentes empleando las TIC, un plan de formación de formadores, acciones divulgativas dirigidas a orientadores y profesionales de Bachillerato y la convocatoria de movilidad en innovación docente, entre otros”.

“El capital humano de la UJA es uno de los pilares más sólidos de la institución. Más de 1.000 profesionales forman parte del personal docente e investigador (PDI) y más de 400 se dedican a la administración y servicios, configurando un equipo unido que da cobertura a las necesidades de los 16.000 alumnos matriculados en los distintos cursos de grado y postgrado que se imparten en la Universidad de Jaén”.<sup>38</sup>

A continuación en la siguiente ficha técnica se describe la feria de emprendimiento realizada por la universidad:

Tabla 8. Ficha técnica de la Feria Anual de Emprendimiento de la UJA.

Nombre de la Institución	Universidad de Jaén
Nombre evento	Feria anual de emprendimiento de la UJA <sup>39</sup>

<sup>38</sup> UNIVERSIDAD DE JAÉN. Historia. [En línea]. Disponible en: <http://www10.ujaen.es/conocenos/universidaddejaen>.

<sup>39</sup> UNIVERSIDAD DE JAÉN. VIII Feria del Emprendimiento. [En línea]. Disponible en: [http://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/uempleo/apoyo\\_emprendedores/PROGRAMA%20VIII%20FERIA%20DE%20EMPREDIMIENTO.pdf](http://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/uempleo/apoyo_emprendedores/PROGRAMA%20VIII%20FERIA%20DE%20EMPREDIMIENTO.pdf)

Propósito de la feria	El propósito de la universidad es acercar a los estudiantes a la experiencia emprendedora real, que logren transmitir el conocimiento empresarial con el que cuentan de manera directa y exclusiva, desde diferentes ámbitos de la actividad empresarial. La misión de la Universidad es inculcar el emprendimiento en los jóvenes para que creen empresas sostenibles y logren dependencia económica, aspectos esenciales en la generación de empleo.
Frecuencia de realización	Anual
Expositores	En especial va dirigido a alumnos de todas las titulaciones y ciclos, a todos/as los/as titulados/as de la Universidad de Jaén. La inscripción se realiza vía página web y sin costo.
Visitantes	Es un programa abierto a cualquier persona que desee asistir.
Actividades que se realizan en el evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferencia emprendimiento: el arte de hacer que las cosas pasen.</li> <li>• Panel de experiencias emprendedoras.</li> <li>• Charla: ¿qué es el movimiento asociativo internacional junior empresa?</li> <li>• Experiencia emprendedora del instituto ideas - Universidad politécnica de valencia.</li> <li>• Experiencia emprendedora: radikal dreamers.</li> <li>• Conferencia: el ingrediente mágico del emprendimiento.</li> <li>• Conferencia: software del sol, 24 claves de un éxito.</li> <li>• Ceremonia de entrega de premios al emprendimiento.</li> </ul>
Equipo organizador de la feria	<p>Vicerrectorado de Estudiantes e Inserción Laboral. Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación. Centro de Estudios de Postgrado. Consejo Social. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Facultad de Ciencias Experimentales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación Facultad de Trabajo Social. Escuela Politécnica Superior de Jaén.</p>

		Escuela Politécnica Superior de Linares Facultad de Ciencias de la Salud. Centro de Profesorado “Sagrada Familia” (SAFA)- ÚBEDA.
Financiación del Evento		Las siguientes organizaciones públicas que financian el emprendimiento: AJE Jóvenes emprendedores. SECOT Voluntario Sénior de Asesoramiento Empresarial. ANDALUCÍA EMPRENDE Fundación Publica Andaluz. FEANSAL Sociedad de Labores de Andalucía. CÁMARA JAÉN. CEJ Confederación de Empresarios de JAÉN. FAECTA Cooperativas.
Medios de divulgación		En el evento se realiza la publicidad por medio de la UniRadio, pagina web del evento, Facebook.
Reconocimiento o premio a los expositores		Se premian 3 modalidades <sup>40</sup> : Modalidad I, 'Banco de ideas (FACSOC-EMPRENDE) PRIMER PREMIO: Trofeo, 1.500 euros en metálico, un ordenador portátil. SEGUNDO PREMIO: Trofeo, un ordenador portátil y servicios del Centro de Empresas Virtual durante 1 año. TERCER PREMIO: Trofeo y servicios del Centro de Empresas Virtual durante 1 año.  Modalidad II, 'Realidad empresarial' PRIMER PREMIO: Trofeo, 3.000 euros en una cuenta bancaria a nombre de los ganadores correspondientes, fotocopidora con fax, escáner e impresora y alojamiento gratuito por 1 año. SEGUNDO PREMIO: Trofeo, un ordenador portátil y puesto de COWORKING durante 1 año. TERCER PREMIO: Trofeo y servicios del Centro de Empresas Virtual durante 1 año.  Modalidad III, 'Ideas de negocio basadas en el

<sup>40</sup> UNIVERSIDAD DE JAÉN. Convocatoria del V premio al Emprendimiento. [En línea]. Disponible en: [http://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/uempleo/apoyo\\_emprendedores/PROGRAMA%20VIII%20FERIA%20DE%20EMPREDIMIENTO.pdf](http://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/uempleo/apoyo_emprendedores/PROGRAMA%20VIII%20FERIA%20DE%20EMPREDIMIENTO.pdf).

	<p>conocimiento</p> <p>Primer premio: Trofeo, 3.000 euros, alojamiento gratuito por 1 año y asesoramiento en el proceso de constitución de la empresa y en materia de imagen y comunicación.</p> <p>Segundo premio: Trofeo, equipo portátil Apple, puesto de <i>coworking</i> durante 1 año y asesoramiento en el proceso de constitución de la empresa y en materia de imagen y comunicación.</p> <p>Tercer premio: Trofeo, puesto de <i>coworking</i> durante 1 año y asesoramiento en el proceso de constitución de la empresa y en materia de imagen y comunicación.</p> <p>Premio culnaturis: Trofeo, 3.000 euros, alojamiento gratuito por 1 año y asesoramiento en el proceso de constitución de la empresa y en materia de imagen y comunicación.</p>
Actividades post-ferias	Capacitación y asesoría a los ganadores en cada una de las modalidades.
Alianzas	<p>La Universidad cuenta con las siguientes convenios que promueven las ferias de emprendimiento:</p> <p>AJE Jóvenes emprendedores.</p> <p>SECOT Voluntario Sénior de Asesoramiento Empresarial.</p> <p>ANDALUCÍA EMPRENDE Fundación Pública Andaluz.</p> <p>FEANSAL Sociedad de Labores de Andalucía.</p> <p>CÁMARA JAÉN.</p> <p>CEJ Confederación de Empresarios de JAÉN.</p> <p>FAECTA Cooperativas.</p>
Estrategias Implementadas	<p>➤ Asesoramiento a emprendedores y empresarios<sup>41</sup>.</p> <p>En la universidad de Jaén desde el área de Empresas y Cultura Emprendedora se está haciendo un importante esfuerzo para apoyar a los emprendedores de las iniciativas que acuden al servicio de asesoramiento empresarial. El servicio de asesoramiento empresarial trabaja en el asesoramiento puntual o integral sobre diversas materias del ámbito empresarial, en unos casos, para la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales y, en otros casos, a empresas ya</p>

<sup>41</sup> El Ayuntamiento resalta el apoyo que recibe el tejido empresarial a través de los servicios municipales. Jaén: Portal Web Municipal. [En línea].

constituidas. La información facilitada y las actuaciones de asesoramiento empresarial se realizan a demanda y según necesidad durante todo el semestre académico con el propósito de facilitar su participación en la feria; atendiendo siempre al estado de maduración en el que se encuentra el proyecto empresarial asesorado. Aquí se presta un servicio personalizado, por lo que en ocasiones tiene lugar sesiones individuales y en otras ocasiones se prestan asesoramientos grupales, acudiendo al servicio varios promotores con una única iniciativa de negocio. Esta iniciativa hace que en la realización de la feria los empresarios puedan participar en la exposición de sus productos con un stand o aporten recursos monetarios para el evento.

- Acciones de promoción y difusión de la cultura emprendedora y motivación al autoempleo.

La universidad de Jaén realiza un conjunto de actividades formativas y de promoción, así como la difusión de la cultura emprendedora en las que interviene personal del área de empresas del Instituto Municipal de Empleo y Formación Empresarial (IMEFE). Programación que tiene como finalidad participar en la organización y/o desarrollo de eventos relacionados con la promoción de la cultura emprendedora, motivación al autoempleo y que comprenden:

- Charlas puntuales y talleres de promoción de la cultura emprendedora en cursos y jornadas.
- Módulos de autoempleo en cursos de formación, tanto organizados por el IMEFE como por otros organismos e instituciones.

- Gestión de espacios de cesión en precario a emprendedores y empresarios

La universidad de Jaén coloca a disposición para emprendedores y empresas que participan en la feria de emprendimiento diversos espacios de cesión gratuita en precario. La cesión es de un año prorrogable por otro año más, previa solicitud de los cesionarios y siempre que la

	<p>ampliación de la cesión se entienda necesaria para la consolidación de la iniciativa empresarial beneficiaria. Los adjudicatarios de los espacios reciben asesoramiento técnico en distintos ámbitos de gestión empresarial durante el tiempo de permanencia en los espacios cedidos.</p>
<p>Ideas de emprendimiento exitosas</p>	<p>Las siguientes son algunas ideas que han sido exitosas según encuesta realizada a la universidad.</p> <p><u>Oil brik:</u> Jaén es el mayor productor de aceite de oliva de España y, sin embargo, tiene un gran problema a la hora de la comercialización del aceite. Por eso surgió la idea de un nuevo formato más alegre, divertido y novedoso, para intentar paliar este gran problema que se tiene en la provincia desde siempre. La empresa OIL-BRIK pretende crear un formato diferente y novedoso para la comercialización del aceite de oliva, simulando el formato en el que se presentan productos como la miel o el <u>Ketchup:</u> Este formato es ideal para conservar las propiedades del aceite, es fácil de manipular y evita de esta manera goteos y derrames innecesarios. Se pueden crear diferentes modelos en función de las necesidades del consumidor. La misión es conseguir la introducción satisfactoria del producto en nuevos mercados, es decir: internacionalizar el aceite de oliva más aún en un formato diferente.</p> <p><u>Energanic s.l.:</u> La idea del proyecto ENERGANIC SL consiste en la implantación de una planta de valorización energética de residuos orgánicos, con el fin de aprovechar la energía procedente de los desechos orgánicos. El producto que se desarrolla en la empresa ENERGANIC S.L. estaría hecho a base de basura orgánica. Estos residuos orgánicos se dejan secar durante un periodo de tiempo para después compactarlos creando una especie de “barritas” con un tamaño de 15 cm de largo por 5 cm de ancho. En este formato se comercializan a otras empresas las cuales gracias a su combustión obtienen energía. Este material recibe el nombre de pellet orgánico. Las calderas necesarias para llevar a cabo la combustión serían las mismas calderas</p>

	<p>utilizadas para la biomasa con unas ligeras variaciones, cuyo coste de adaptación correría a cargo de la empresa. Además, las calderas de gasoil también pueden ser adaptadas para la combustión de este material.</p> <p><u>TECNORED:</u> Este proyecto describe la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de Televisión, Telefonía e Internet, todo ello integrado dentro de un único equipo, diseñado y pensado fundamentalmente para personas con movilidad reducida y orientado principalmente al sector hospitalario. Dada su facilidad y sencillez, este servicio está también pensado para que las personas mayores puedan hacer uso de él.</p> <p>Sistema en la habitación: Cada paciente dispondrá de un equipo propio instalado sobre su cama, de manera que pueda ser utilizado individualmente y cuando el paciente así lo desee. El producto consiste en una pantalla LCD táctil con un auricular telefónico integrado en uno de sus laterales. La instalación del equipo consistirá en un sistema fijado en la pared y móvil hasta el extremo de la pantalla, con el objetivo de que el usuario pueda adaptar dicha pantalla a sus propias necesidades. El sistema está compuesto por un módulo lector de tarjetas chip que controla el funcionamiento de la televisión, el teléfono y la unidad de acceso a Internet.</p> <p>Sistema en cajero: El sistema está compuesto por uno o varios cajeros expendedores de tarjetas chip de muy fácil uso por parte del usuario y distribuidos por diversas zonas del centro hospitalario.</p> <p>Sistema de gestión: Todos los módulos de las habitaciones y de los cajeros automáticos están conectados a un ordenador que recoge y gestiona los datos que le envían, para procesarlos e informar al administrador del sistema.</p>
--	---

7.2.2 Universidad de Almería – UAL. “La Universidad de Almería es una institución pública de enseñanza superior creada y diseñada para ejercer con eficacia y eficiencia una función docente e investigadora de calidad que contribuya al desarrollo económico y social de su entorno a través de la transferencia de conocimiento.”

“La UAL pretende ser una universidad caracterizada por un gobierno transparente y participativo, centrado en la satisfacción integral del estudiante y la captación de talento, a través de la excelencia en la calidad docente, la transferencia de conocimiento a la sociedad y un mayor grado de reconocimiento internacional, especialmente en el ámbito agroalimentario y medioambiental.”<sup>42</sup>

Tabla 9. Ficha técnica de la Feria de las Ideas de la UAL.

Nombre de la institución	Universidad de Almería
Nombre evento	Feria de las ideas <sup>4344</sup>
Propósito de la feria	Este evento busca personas con espíritu emprendedor y con ideas innovadoras que con sus iniciativas impulsen el desarrollo económico y proporcionen una ventaja competitiva a nuestra provincia.
Frecuencia de realización	Anual.
Expositores	La participación en la Feria está abierta a empresas con ideas, proyectos, que acrediten innovación y cuyos empresarios-emprendedores pertenezcan a la comunidad universitaria. También estudiantes emprendedores que quieran participar como expositores de una idea/proyecto/empresa nueva/innovadora (no importa el grado de maduración) y acceder a encuentros privados con posibles inversores. Las inscripciones tanto para empresas como para emprendedores son gratuitas y se realizan por página web: <a href="http://bit.ly/1Sm7EgJ">http://bit.ly/1Sm7EgJ</a> . Se debe ingresar la información del participante como expositor y el paso a seguir es esperar la confirmación.
Visitantes	Esta feria no tiene ningún tipo de limitación, pueden participar personas ligadas, o no, al ambiente universitario y con diferentes niveles de formación y edad. La asistencia a las actividades y al recinto es gratuita, no es necesario invitación.

<sup>42</sup> UNIVERSIDAD DE ALMERÍA. Misión y Visión Estratégica. [En línea]. Disponible en: <http://cms.ual.es/UAL/planestrategico/mision/index.htm>.

<sup>43</sup> Feria de las Ideas de la Universidad de Almería. [En línea]. [Disponible en: <http://feriadelasideas.es/>].

<sup>44</sup> UNIVERSIDAD DE ALMERÍA. La Feria de las Ideas de la UAL vuelve esta edición como escaparate para cientos de emprendedores. [En línea].

<p>Actividades que se realizan en el evento</p>	<p>Para la feria del 2016 se realizaron las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Taller Gymkana sobre Valores y Habilidades Emprendedoras.</li> <li>•Taller emprende tu Viaje hacia el Emprendimiento.</li> <li>•Breakfast Dating (speednetworking).</li> <li>•Asesoramiento Express sobre instrumentos públicos de apoyo a los emprendedores.</li> <li>•Espacio Redes, un stand en el que se harán entrevistas en directo a emprendedores y empresarios.</li> <li>•Espacio Conversa, un aula habilitada para mantener conversaciones con mayor grado de confidencialidad entre emprendedores y potenciales inversores.</li> <li>•Espacio Solidario donde se recogerán alimentos y textil que se cederán a ONG.</li> <li>•The Solutions Walls, un espacio en el que cualquier persona podrá aportar soluciones a las cuestiones que se plantean en walls-paneles.</li> <li>•Concurso Elevator Pitch.</li> </ul>
<p>Equipo organizador de la feria</p>	<p>La Feria de las Ideas está organizada por la Universidad de Almería, la Delegación del Gobierno de la Junta de Andalucía, el Parque Científico-Tecnológico de Almería (PITA) y la Escuela de Organización Industrial del Ministerio de Industria, Energía y Turismo</p>
<p>Financiación del evento</p>	<p>La feria es patrocinada por Cajamar (entidad financiera resultante de la fusión de cajas rurales de Andalucía (Almería y Málaga en 2000).</p>
<p>Medios de divulgación</p>	<p>La universidad realiza la promoción de su evento por medios de comunicación, emisoras, periódico local y universitario, radio, página web, pero las más asertivas son Facebook y twitter.</p>
<p>Reconocimiento o premio a los expositores</p>	<p>Se han entregado premios valor superior a 12.000 euros. Unos en metálico y otros en especie (espacios gratuitos en viveros de empresa, asesoramiento empresarial gratuito, trámites de constitución gratuitos, etc.), además menciones y diplomas.</p>
<p>Actividades post-ferias</p>	<p>La Universidad cuenta con técnicos del programa de Autoempleo y Creación de empresas que ayudan al emprendedor a utilizar todas las fuentes disponibles para encontrar una idea adecuada a su formación y experiencia. Después de la constitución de la empresa comienza la fase inicial de funcionamiento durante la cual le surgen</p>

	múltiples dudas y consultas al nuevo empresario. El acompañamiento es un servicio que ofrece un apoyo continuo al emprendedor/a hasta lograr la consolidación de la empresa.
Alianzas	Cajamar.
Estrategias implementadas	<p>Iniciativa fundamental para impulsar el emprendimiento entre los universitarios es facilitar el contacto con empresarios y otros agentes de apoyo al tejido empresarial y social, el desarrollo de la capacitación para el emprendimiento, apoyo a la creación de empresas, la investigación sobre nuevas metodologías de emprendimiento, y la intensificación de colaboraciones con otras entidades y empresas en este ámbito.</p> <p>Se cree que con estas estrategias se ha despertado en la gente las ganas de participar en el evento.</p>
Ideas de emprendimiento exitosas	<p>AGATA VERDE: El objetivo principal de Ágata Verde es Proporcionar a la población herramientas para el aprendizaje del cuidado y el respeto hacia el medio ambiente. Este objetivo nace de la necesidad de solventar los problemas ambientales existentes en los entornos naturales. Nuestras líneas de trabajo se centran en tres sectores de la población: escolares, universidades y grupos de investigación y grupos de amigos y familiares a fines a las actividades de ecoturismo o turismo de naturaleza. Actualmente, tenemos en marcha los proyectos educativos: - Ecoactividades para escolares. - Huerta escuela en el Cabo. - Ecoescuela de Vela. - Ecoturismo en el Cabo: la vida en los cortijos ayer y hoy.</p> <p>LAS FINANZAS DE TU PESO: EQUILIBRIUM: El peso de las personas al igual que la economía varía constantemente, además de ser un problema de salud mundial dado el alto índice de personas con sobrepeso y obesidad.</p> <p>Se está desarrollando una ecuación matemática (ya testeado) y por otro lado estoy creando una APP que funcione como un analista-coach que se encargará de recoger, analizar, informar y determinar cómo será el futuro del peso del usuario en una fecha determinada y le dará las indicaciones para que pueda controlarlo sin tener que hacer ninguna dieta.</p> <p>COHNQUER: Es una marca que nace con la idea de</p>

	<p>recuperar el vínculo del ser humano con la naturaleza a través de relojes de pulsera de madera hechos a mano, promoviendo y difundiendo una filosofía de vida basada en el pensamiento positivo y luchas por los sueños.</p> <p>JAPAES: Busca fomentar el intercambio cultural entre España y Japón, entre muchos otros.</p>
--	---

7.2.3 Universidad Pablo de Olavide-UPO. “La Universidad Pablo de Olavide está concebida en un modelo de Campus Único, que pretende lograr la mejor integración interdisciplinaria posible, potenciando la ubicación de sus funciones sociales, docentes, de investigación, residenciales y deportivas en un mismo espacio geográfico”.

“Este espacio ocupa un total de 126 hectáreas a la altura del kilómetro 1 de la carretera de Sevilla a Utrera (A-376), entre los términos municipales de Sevilla, Dos Hermanas y Alcalá de Guadaíra. Esta ubicación periurbana permite que la vida universitaria se desarrolle lo suficientemente alejada del inevitable ajetreo de la vida de una gran ciudad, sin dejar de tener muy próximas los indudables beneficios culturales, de esparcimiento, etc. que la cercanía de una metrópolis como Sevilla nos aporta”.

“En paralelo a las ventajas que suponen un campus único y su ubicación, el Campus de la Universidad Pablo de Olavide, tiene muchos factores que, en su conjunto, lo hacen muy singular y atractivo. Un entorno dominado por una Torre y por un conjunto de edificaciones reconocidas como Bien de Interés Cultural y que constituían la antigua Universidad Laboral de Sevilla”.<sup>45</sup>

Tabla 10. Ficha técnica de la Feria 360° de empleo y emprendimiento de la universidad Pablo de Olavide.

Nombre de la institución	Universidad Pablo de Olavide “UPO”.
Nombre evento	Feria 360° de empleo y emprendimiento de la universidad Pablo de Olavide.
Propósito de la feria	Facilitar el acercamiento de las empresas y entidades del entorno a la Comunidad Universitaria, para favorecer la inserción laboral de nuestros estudiantes. La feria tiene formato “360°” lo que significa que se realizan simultáneamente feria presencial (días 1 y 2 de Marzo de 2016) y Feria Virtual (del 1 al

<sup>45</sup> UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE. Historia. [En línea]. Disponible en: <https://www.upo.es/portal/impe/web/contenido/f4bdd4a1-e461-11e5-b321-3fe5a96f4a88?channel=a3645af1-2f47-11de-b088-3fe5a96f4a88>.

	6 de marzo de 2016) en una plataforma digital <i>ad hoc</i> .
Frecuencia de realización	Una vez al año, generalmente entre los meses de Febrero-Abril.
Expositores	Pueden participar empresas y entidades públicas o privadas del entorno, que tengan interés en colaborar con la UPO. La inscripción, tanto de empresas/entidades, como de personas asistentes a las ponencias se realiza a través del Área de Empleabilidad y Emprendimiento de la Fundación Universidad Pablo de Olavide, bajo las directrices del Delegado del Rector en materia de Estrategia, Prospectiva y Emprendimiento y del Vicerrector de Postgrado, Formación Permanente y Empleo. Participan empresas multinacionales y se presentan programas de empleo o emprendimiento de ámbito internacional.
Visitantes	Preferentemente integrantes de la comunidad universitaria UPO (estudiantes, docentes, investigadores, personal de administración y servicios) y si hay plazas disponibles, cualquier persona interesada sea o no de la UPO.
Actividades que se realizan en el evento	Conferencias de talla internacional. Batallas Elevator pitch. Concurso de Video currículums. Feria virtual donde pueden ver ofertas de prácticas, ofertas de trabajo, entrega de CV, videos corporativos, etc.
Equipo organizador de la feria	El Delegado del Rector marca la directriz en materia de Estrategia, Prospectiva y Emprendimiento y el Vicerrector de Postgrado, Formación Permanente y Empleo. Bajo sus órdenes el Área de Empleabilidad y Emprendimiento de la Fundación de la Universidad Pablo de Olavide, contacta con las empresas. Además, la empresa Multivent/Imaste colabora en la logística presencial (montaje de stands) y virtual (plataforma digital).
Financiación del evento	Cuota de participación de las empresas y entidades participantes. Hay patrocinadores como: Asociación de Jóvenes Empresarios de Sevilla, Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Confederación de Empresarios de Sevilla.
Medios de divulgación	Se hace mediante redes sociales de la UPO y de su fundación, medios de comunicación y prensa locales (radio y periódicos en papel), carteles en la ciudad y en el campus UPO. Las más efectivas son las redes sociales (Twitter, Facebook de UPO y Fundación y prensa local).
Reconocimiento o premio a los expositores	El concurso de Elevator Pitch, consiste en presentar un video de corta duración (aproximadamente 2 minutos) en el que se dé a conocer la idea de negocio. Al final, un jurado entrega el Diploma de "Primer premio" al video que mejor haya expresado la idea de negocio. Además se organizan ponencias y mesas

	redondas donde participan responsables de empresas y administraciones públicas y se les entrega acreditación de asistencia.
Actividades post-ferias	Se realiza un informe Post-Feria “Virtual o Presencial” documentación que contiene: datos generales, asistencia institucional al acto inaugural, promoción de la feria, material promocional, repercusión mediática, entidades participantes, imágenes y se realiza la evaluación como fue la aceptación del evento. Este es el enlace del informe del evento de 2016: <a href="http://www.feriaempleoyemprendimientoupo.com/img/PostEvento-2016.pdf">http://www.feriaempleoyemprendimientoupo.com/img/PostEvento-2016.pdf</a>
Alianzas	Actualmente la universidad tiene alianzas, significativas para impulsar el emprendimiento en sus estudiantes y así mismo facilitar que lleven a cabo su idea, entre las alianzas están: Empresarial de Andalucía Emprende (CADE), Fundación Pública Andaluza; del programa de mentorización profesional gratuito y acceso a rondas de financiación que ofrece Sevilla Capital Inteligente (SCI); además de apadrinamiento empresarial por la Federación de Industriales y Comerciantes de Alcalá (FICA) y la incorporación al ‘cluster’ de Economía Digital Eticom, de manera gratuita durante un año.
Estrategias Implementadas	Invitar empresas y entidades con programas activos de fomento del empleo o del emprendimiento. Invitar a empresas que ya colaboraban con la UPO en la recepción de estudiantes en prácticas. Presentar la Feria de Empleo y Emprendimiento ante los medios de comunicación, en acto solemne en la “Casa de la Provincia” de Sevilla (18/Febrero 2016), lo que atrajo a más empresas a participar. Escoger las mejores ideas de emprendimiento y apoyarlas para que compitan a nivel andaluz en la segunda edición de los Premios de Emprendimiento ‘Ilumina tus ideas’, organizado por la Asociación de Universidades Públicas Andaluzas (AUPA), en colaboración con la Fundación Universitaria para el Desarrollo de la Provincia de Córdoba (Fundecor)
Ideas de emprendimiento o exitosas	ELEGANS PRODUCTION: Consiste en la producción de materia grasa para biodiesel a partir de fangos procedentes de las estaciones depuradoras de aguas residuales  I+D RUNNING: El profesor Pablo Floría ha puesto en marcha esta empresa que ofrece un servicio de análisis biomecánico de la carrera en 3D para todo tipo de corredores donde mejora el rendimiento de los corredores y previene lesiones.

7.2.4 Universidad de Sevilla. “La Universidad de Sevilla es una institución que presta un servicio público de educación superior mediante el estudio, la docencia y la investigación, así como la generación, desarrollo y difusión del conocimiento al servicio de la Sociedad y de la Ciudadanía”.

“Es la Universidad pública principal de Andalucía, con el mayor número de estudiantes. Un gran equipo de más 70.000 miembros, comprometidos con la Calidad y la Excelencia. Con certificación de calidad Europea al modelo EFQM de Excelencia y calificada como Campus de Excelencia Internacional”.

“Más de 500 años de experiencia en la Gestión del Conocimiento, con estudios adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior EEES”.<sup>46</sup>

“Es la segunda universidad española en número de estudiantes y la primera de Andalucía. Más de ochenta mil personas integran la comunidad universitaria entre alumnos, profesores y profesionales de administración y servicios. Cuentan con un riquísimo patrimonio histórico artístico en el que destacan siete edificios declarados Bien de Interés Cultural y miles de obras de arte”.<sup>47</sup>

Tabla 11. Ficha técnica de la Feria de Emprendimiento de la Universidad de Sevilla.

Nombre de la institución	Universidad de Sevilla
Nombre evento	Feria de Emprendimiento
Propósito de la feria	Dar a conocer los recursos, que instituciones y entidades tienen para ayudar a la creación de empresas, se destaca la importancia de apostar por la creación de empresas para el futuro e inculcarle a los jóvenes estudiantes y fomentando el espíritu emprendedor en los egresados.
Frecuencia de realización	Anual, específicamente en el mes de mayo.
Expositores	Participan los emprendedores surgidos de la Universidad de Sevilla contando sus experiencias personales en la creación de empresas. Igualmente las empresas y organismos participantes en este encuentro son Universidad de Sevilla, Fundación Cajazol, Andalucía Emprende (Junta de Andalucía), Andalucía Open Future, Asociación de

<sup>46</sup> UNIVERSIDAD DE SEVILLA. Historia. [En línea]. Disponible en: <http://www.us.es/acerca/index.html>.

<sup>47</sup> UNIVERSIDAD DE SEVILLA. Bienvenida. [En línea]. Disponible en: <http://www.us.es/acerca/bienvenida/index.html>.

	Jóvenes Empresarios, Ayesa, Ayuntamiento de Sevilla – Sevilla Emprendedora, Banco Sabadell, Banco Santander, CaixaBank, Cámara de Comercio de Sevilla, CEA, CES, Cepes Andalucía, Fundación Cobres Las Cruces, Fundación Cruzcampo, Fundación Persán y Red BAIA.
Visitantes	El acceso a la feria es libre para todos.
Actividades que se realizan en el evento	Para la feria del 2016 se realizaron las siguientes actividades: -Talleres de creatividad. -Presentación de recursos de apoyo al emprendimiento en los diversos stands. -Mentores y emprendedores unidos para fortalecer el negocio. -Mesa redonda: financiación para emprendedores -Experiencias emprendedoras.
Equipo organizador de la feria	La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales es la organizadora del evento.
Financiación del evento	Esta feria es patrocinada por Cajasol.
Medios de divulgación	Facebook, páginas web, prensa local.
Reconocimiento o premio a los expositores	N/A
Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	Se tiene una alianza con Cajasol, quien es el patrocinador de la feria.
Estrategias implementadas	Se ha solicitado el reconocimiento de 0,5 créditos ECTS por la participación en el Acto Inaugural, en las sesiones paralelas y en los stands. Para fomentar la participación de los estudiantes se ha creado un carnet que se sella en todos los stands y una vez completo pueden participar en el proceso de selección para realizar una práctica en el programa Tutela (que busca poner en contacto a los alumnos con mayor potencial con el mundo laboral), convocado por el Consejo Social de la Universidad de Sevilla y que se considera de vital importancia apoyar la constitución de nuevas empresas, proporcionando información y asistencia técnica a los emprendedores/as, y apoyar la consolidación y el crecimiento de las empresas, poniendo a su disposición instrumentos y recursos para la profesionalización de su gestión, la inversión en desarrollo tecnológico, la responsabilidad social para

	<p>con los socios, su entorno y el medio ambiente, la formación continua de los trabajadores y trabajadoras y la rentabilidad y productividad de la empresa.</p> <p>Otra de las iniciativas organizadas en el marco de la Feria es el Foro Universidad y Empresa, que tiene como objetivo mejorar la colaboración y estrechar lazos con las empresas que han participado en la Feria y reconocerles el esfuerzo realizado en la misma. En este encuentro se les informa de las distintas opciones de colaboración que pueden desarrollar con la Universidad en transferencia, investigación y empleo y prácticas, entre otros aspectos.</p>
<p>Ideas de emprendimiento Exitosas</p>	<p>XTRAICE: Venta y alquiler de pistas de hielo sintéticas, creadores y únicos fabricantes del mundo de hielo ecológico.</p> <p>APODEMIA: Marca de joyas únicas y exclusivas gracias a una patente de oro blindado. Tanto comprar joyas en la tienda como comprar joyas online se permite escoger la pieza que más se adapte a la personalidad del comprador.</p>

7.2.5 Universidad de Cantabria – UC. “La Universidad de Cantabria (UC) es una institución pública, joven y moderna, cuyo principal objetivo es contribuir al progreso social a través de su compromiso con la excelencia docente y científica. Para la consecución de sus fines, procura una mejora constante de la calidad de su trabajo, que se traduce en la aplicación de un proceso de revisión y mejora de toda su actividad docente, investigadora y administrativa. Esta exigencia constante le permite ser uno de los nueve Campus de Excelencia Internacional de España y estar considerada como una de las diez mejores universidades del país por su calidad y productividad científica”.

“Los alumnos de la Universidad de Cantabria encuentran en ella un amplio abanico de titulaciones, que desde su creación, en 1972, ha permitido formar a cerca de 36.000 universitarios. El compromiso con la excelencia académica constituye una de las principales características de una oferta docente avalada por el prestigio científico de sus profesores y revisada por los controles de calidad establecidos por la propia institución”.

“La Universidad de Cantabria pone a disposición de sus estudiantes toda una serie de recursos que les permitan adquirir una formación integral. Sus planes de estudios buscan en este contexto un adecuado equilibrio entre práctica y teoría, que el alumno puede enriquecer con diversos servicios complementarios: programas de prácticas en empresas, cursos de idiomas, puntos de acceso a las

nuevas tecnologías, programas de intercambio con universidades europeas y americanas, actividades de orientación y tutoría, etc.”.

“El paso por el campus de la Universidad de Cantabria constituye, al mismo tiempo, una oportunidad irrepetible para disfrutar de una extensa oferta de actividades culturales y deportivas, desarrollar proyectos a través de las asociaciones estudiantiles o participar en la definición y gobierno de la institución a través de los órganos de representación.”<sup>48</sup>

Tabla 12. Ficha técnica de la Feria de la Ciencia de la UC.

Nombre de la institución	Universidad de Cantabria
Nombre evento	Feria de la Ciencia <sup>49</sup>
Propósito de la feria	Pretende promover la cultura científica en la sociedad y, especialmente, entre los escolares, de Primaria y Secundaria, tratando de impulsar la vocación por la ciencia en ellos. Los proyectos deberán seguir el método científico y abordarán cuestiones de interés para el público general, incluyéndose en algunas de estas tres categorías: Ciencias de la Naturaleza (Biología, Geología, Física y Química); Humanidades y Ciencias Sociales (Historia, Arqueología, Patrimonio y Economía) y Tecnología (Informática, Matemáticas, Ingeniería y Tecnología).
Frecuencia de realización	Anual.
Expositores	En la Feria de la Ciencia podrá participar todo el alumnado de Cantabria de las edades mencionadas anteriormente que esté matriculado.
Visitantes	Se trata de un acto abierto al público en general, al cual están invitados todos los interesados.
Actividades que se realizan en el evento	Destacan entre las numerosas exposiciones, jornadas y ciclos divulgativos reforzados gracias a la colaboración con CCI y Campus Cultural.
Equipo organizador de la feria	La Feria, organizada por la Unidad de Cultura Científica y de la Innovación de la UC (UCC+i).
Financiación del evento	La realización de la feria es financiada por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECyT).
Medios de divulgación	El evento se divulga por medio de la página web de la universidad, carteles ubicados en sitios estratégicos y

<sup>48</sup> UNIVERSIDAD DE CANTABRIA. Historia. [En línea]. Disponible en: <http://web.unican.es/Conoce-la-uc>.

<sup>49</sup> *Ibíd.*, p.

	redes sociales (Facebook).
Reconocimiento o premio a los expositores	<p>Los proyectos también se evalúan en función de la edad de los participantes, diferenciando entre tres modalidades:</p> <p>Primaria (6-12 años).  ESO (12-16 años).  Bachillerato (16-18 años).</p> <p>Finalmente, un jurado experto seleccionará entre las propuestas presentadas aquellas que formarán parte de las premiadas. Se otorga un premio por categoría y por modalidad valorado en 200 euros.</p>
Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	La Universidad de Cantabria ha suscrito un convenio de colaboración con Bancaja para la creación de una Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores.
Estrategias implementadas	<p>La Universidad de Cantabria ha suscrito un convenio de colaboración con Bancaja para la creación de una Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores donde pretenden impulsar el desarrollo del emprendedor y la creación de empresas desde las propias universidades. También ofrecen formación y fomentan la investigación de temas relacionados con el estudio del emprendedor. La Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria tiene como finalidad esencial desarrollar actividades de investigación y formación sobre micro, pequeña y mediana empresa. Esta tarea la realiza en coordinación con otras universidades españolas y extranjeras. La Comunicación Institucional de CCI sigue siendo una herramienta estratégica para la interacción campus con el entorno. Así, en este periodo se han puesto en marcha nuevos canales de comunicación online como la nueva web de la UC. La OTRI es la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de la Universidad de Cantabria. Se trata de una unidad encargada de promover y gestionar las relaciones entre la Universidad y el entorno empresarial, en el área de la investigación y la innovación tecnológica.</p>
Ideas de emprendimiento Exitosas	<p>En el área de la tecnología / Bachillerato se destaca "Ultrasonic DJ" del IES valetin Turienzo.</p> <p>De Humanidades y Ciencias Sociales / Bachillerato se destaca "Sorando" del Colegio san José.</p>

	En Ciencias de la naturaleza / bachillerato se encuentra el proyecto “Almidón de los alimentos” del Colegio Sagrada familia.
--	--

7.2.6 Evento nacional de emprendimiento en España. 4 YearsFromNow (4YFN)<sup>50</sup> es el encuentro internacional de emprendimiento e innovación digital organizado por Mobile World Capital Barcelona y GSMA Mobile World Congress. 4YFN se fortalece como plataforma de negocio y networking para startups, inversores y empresas multinacionales donde descubren nuevas iniciativas emprendedoras en el sector mobile. Además, pone en contacto startups con potenciales inversores y ofrece a compañías consolidadas la posibilidad de identificar oportunidades y convivir, durante cuatro días, en un entorno de absoluta innovación.

Tabla 13. Ficha técnica del evento de emprendimiento 4 YearsFromNow.

Nombre de los organizadores	Mobile World Capital Barcelona y GSMA Mobile World Congress.
Nombre evento	4 Years From Now (4YFN).
Propósito de la feria	Es el encuentro internacional de emprendimiento e innovación digital realizado en Barcelona, hogar de la creciente comunidad mundial de arranque tecnología. Como plataforma de negocios, 4YFN crea conexiones duraderas entre <i>startups</i> , inversores y corporaciones bajo la creencia de que la cultura de inicio es el motor de cambio en la economía y el tejido empresarial.
Frecuencia de realización	El evento se realiza 1 vez al año. Aunque para el 2016 tienen programado realizar el evento en Shanghái para el mes de junio y para el mes de noviembre realizar el World Congress en Barcelona.
Expositores	Los expositores son aquellos proyectos empresariales que desean ganar visibilidad, conectarse a los fondos y las empresas y reforzar sus capacidades de red contando con la presencia de 500 nuevas empresas, 500 inversores y casi 300 medios de comunicación.
Visitantes	Se trata de un acto abierto al público en general, al cual están invitados todos los interesados, aproximadamente cuenta Con más de 12.500 visitantes de 128 países. El coste del evento se sitúa entre los 199 y los 499€. El último día dicha entrada permite el acceso al Mobile World Congress
Actividades que se	El evento se divide en cuatro grandes áreas:

<sup>50</sup> 4YFN. [En línea]. Disponible en: <https://4yfn.com/>

realizan en el evento	<p><u>inspiración</u> de la mano de conferenciantes de primer nivel provenientes de grandes empresas o <i>startups</i> de éxito; <u>networking</u>, gracias a sus áreas para este propósito y a su ambiente informal e íntimo que permiten el contacto directo entre pequeños emprendedores, grandes CEOs o inversores globales; <u>financiación</u>, gracias a que se ponen en contacto firmas de inversión, aceleradoras o directores de innovación ávidos de nuevos proyectos con <i>startups</i> punteras, y <u>visibilidad</u> en los 4YFN Awards y las herramientas de <i>networking</i> a disposición de los asistentes a través de las cuales pueden darse a conocer.</p> <p>Zona de exposición. Escenario para 180 personas donde ofrecen charlas sobre el campo de la iniciativa empresarial. Talleres especializados del área empresarial.</p>
Equipo organizador de la feria	Mobile World Capital Barcelona y GSMA Mobile World Congress.
Financiación del evento	Financiado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, Fira de Barcelona y GSMA, la Fundación Mobile World Capital también tiene recibe el apoyo de Telefónica, Orange, Vodafone y Damm.
Medios de divulgación	El evento se divulga por medio de la página web, carteles ubicados en sitios estratégicos y redes sociales.
Reconocimiento o premio a los expositores	<p>Los Premios 4YFN son el mayor concurso de inicio del mundo en tecnologías móviles y modelos de negocios que beneficiarán a la vida de los empresarios digitales y pondrá de relieve los proyectos más prometedores.<sup>51</sup></p> <p>Los medios internacionales, los inversores globales, directores de innovación y potenciales clientes estarán presentes en los Premios 4YFN en busca de los mejores arranques MUNDO.</p> <p>Los elegidos 24 finalistas viajarán a Barcelona para lanzar a los inversores, medios de comunicación, clientes potenciales y el mejor jurado de expertos cualificados, pero sólo 3 serán los mejores 4YFN nuevas empresas móviles del año.</p>

<sup>51</sup> mHealth seminar, Changing Education Together and Mobile Learning Awards [Enlínea]. Disponible en: <http://mobileworldcapital.com/mwcmwc16-day-4-mhealth-mschools-cet-and-mla/>.

Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	Alianzas con Telefónica, Orange, Vodafone y Damm
Estrategias Implementadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Innovación de los productos propuestos.</li> <li>-Participación de conferencistas de talla internacional.</li> <li>-Participación de empresas de talla mundial como expositores y visitantes.</li> <li>-Atractivo de la premiación para los expositores.</li> </ul>
Ideas de emprendimiento exitosas	<p>COSA COSA O THINGTHING<sup>52</sup>: Enfocado en el "diseño centrado en el usuario", cuenta con una interfaz de aspecto limpio y un flujo de trabajo intuitivo. Se pueden adjuntar documentos, fotos, calendarios y más disponibilidades durante el chat y correo electrónico. Todo lo que hay dentro de un teclado.</p> <p>SLOCK. IT<sup>53</sup>: Permite alquilar, vender o compartir cualquier cosa sin intermediarios. El Ethereum es una plataforma que hace que sea posible alquilar de forma segura el acceso a cualquier espacio u objeto inteligente compatible, sin intermediarios. En cualquier lugar donde no están infrutilizadas activos tales como apartamentos vacantes temporalmente, hay una oportunidad de obtener un beneficio mediante el ordenador Ethereum. El Ethereum ordenador permite a los consumidores y empresas a convertir sus activos en renta.</p> <p>PIXONEYE:<sup>54</sup> Aprovecha todo el potencial de interpretación de imágenes en dispositivos móviles para ofrecer una forma de captar las necesidades de los consumidores. La tecnología analiza la galería de fotos personales de los consumidores en sus dispositivos de forma anónima, sin volver a ver o mover las fotos y crea perfiles digitales llenas de datos inteligentes que ayudan a entender la historia personal de la audiencia con una precisión sin precedentes. La técnica ha sido emparejada junto con los patrones de compromiso para crear predicciones futuras sobre compromisos de consumo dentro de aplicaciones y formar recomendaciones muy personalizadas y atendidas.</p>

<sup>52</sup> Escribir mejor, Compartir más rápido. [En línea]. Disponible en: <http://www.thingthing.co/>.

<sup>53</sup> The Ethereum Computer. [En línea]. Disponible en: [https://slock.it/ethereum\\_computer.html](https://slock.it/ethereum_computer.html).

<sup>54</sup> Marketing Personalizado redefinido por la exactitud de predicción. [En línea]. Disponible en: [https://slock.it/ethereum\\_computer.html](https://slock.it/ethereum_computer.html).

## 7.3 FERIAS DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE CHILE

7.3.1 Universidad de Chile. La Universidad de Chile es una institución de educación superior de carácter nacional y pública, que asume con compromiso y vocación de excelencia la formación de personas y la contribución al desarrollo espiritual y material de la Nación, construyendo liderazgo en el desarrollo innovador de las ciencias y las tecnologías, las humanidades y las artes, a través de sus funciones de docencia, creación y extensión, con especial énfasis en la investigación y el postgrado. En el ejercicio de dichas funciones promueve el ejercicio de una ciudadanía preparada, crítica, con conciencia social y responsabilidad ética, de acuerdo a los valores de tolerancia, pluralismo y equidad, independencia intelectual y libertad de pensamiento, así como también del respeto, promoción y preservación de la diversidad en todos los ámbitos de su quehacer.

Es la institución de educación superior más antigua del país y una de las de mayor prestigio y tradición de América Latina, como lo prueban diferentes reconocimientos nacionales e internacionales. En el plano nacional, la Universidad de Chile recibe en términos relativos el mayor número de estudiantes con los mejores puntajes de ingreso, cuenta con un cuerpo académico de excelencia, con una alta productividad en el campo científico y en la creación artística y cultural, y está permanentemente vinculada a la reflexión y acción respecto de los problemas nacionales.

Los orígenes de la Universidad de Chile se encuentran en las primeras universidades conventuales que se fundan en el país durante el siglo XVII, en el período colonial. Más tarde, en 1738, se crea una universidad real, docente y de claustro, a la que se llama de San Felipe, en honor del rey Felipe V, con facultades de leyes, teología, medicina y matemáticas. Con motivo de la independencia del imperio español, esta institución se adapta progresivamente a las nuevas circunstancias de la vida republicana y pasa a llamarse Universidad del Estado de Chile, luego de la República de Chile, y finalmente, Universidad de Chile.<sup>55</sup>

Tabla 14. Ficha técnica de la Feria de Emprendedores Sustentables.

Nombre de la institución:	Universidad de Chile.
Nombre evento	Feria de Emprendedores Sustentables.
Propósito de la feria	- Promover el ambiente formativo en la Facultad de Economía y Negocios una educación cívica y profesional para un desarrollo sustentable.

<sup>55</sup> UNIVERSIDAD DE CHILE. Presentación. [En línea]. Disponible en: <http://www.uchile.cl/portal/presentacion/institucionalidad/72838/presentacion>.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultura de emprendimiento a través de la experiencia.</li> <li>- Vinculación de los estudiantes, docentes y funcionarios con el medio.</li> <li>- Experiencias que ayudan a identificar negocios que generan un equilibrio entre sus impacto económicos, sociales y medio ambientales.</li> </ul>
Frecuencia de realización	El primer jueves de cada mes.
Expositores	Instituciones gubernamentales, empresas, organizaciones ciudadanas y universitarias que presentarán stands donde exhibirán su trabajo en la búsqueda de soluciones o alternativas a las problemáticas medioambientales. Emprendedores provenientes de diferentes rubros y ámbitos.
Visitantes	La facultad de Economía, estudiantes, docentes y otras visitas.
Actividades que se realizan en el evento	Talleres de huertos urbanos a cargo de Huerto Urbano Talca, en el que participarán escolares de las escuelas San Miguel y Carlos Salinas de Talca. Otra de las actividades que destacan en la primera versión de la feria UTalca Sustentable es el taller de reparación de bicicletas a cargo de la agrupación ciudadana “Talca Pedalea”, actividades deportivas al aire libre como eco-pilates y <i>slackline</i> . También en la jornada se realizan conversatorios con expositores destacados en innovación social y sustentabilidad.
Equipo organizador de la feria	Equipo organizador está conformado por: *Camila Miño: Coordinadora de Aprendizaje y Servicio. *Margareth Cleveland: Coordinadora de Prácticas Sociales. *Camila Fara: Sub-directora de Proyectos de Responsabilidad Social y Sustentabilidad. *Francisco García: Director de Nexo Responsabilidad Social Universitaria. *Carla Soza: Coordinadora de Comunicaciones. *Camila González: Asistente Administrativa Contable. *Bárbara Ramírez: Practicante Comunicaciones. *Francisca Sandoval: Coordinadora EcoFEN, por un Campus Sustentable
Financiación del evento	N/A
Medios de divulgación	Se realiza por página web de la Universidad, Facebook, afiches.
Reconocimiento o	N/A

premio a los expositores	
Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	N/A
Estrategias implementadas	N/A
Ideas de emprendimiento exitosas	N/A

7.3.2 Universidad Arturo Prat. “La Universidad Arturo Prat, creada en 1967, es continuadora del Instituto Profesional de Iquique (fundado en 1981), derivado a la vez de una sede más pequeña y joven de la Universidad de Chile. Cuenta, por tanto, con una historia institucional de más de cuarenta años, orientando su quehacer a la formación de profesionales, posgraduados y técnicos, como también a la investigación y extensión”.

“La Universidad, miembro del Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas Tradicionales, está constituida por su Casa Central ubicada en Iquique, además de los Centros Docentes y de Vinculación de Arica, Calama, Antofagasta y Santiago, junto con la Sede Victoria”.

“En síntesis, la Universidad Arturo Prat es una institución con tradición y presencia a lo largo del país, con una importante trayectoria, seriedad y solvencia en el quehacer académico, manteniendo múltiples y variadas relaciones con el sector público y privado”.<sup>56</sup>

Tabla 15. Ficha técnica de la Feria de Innovación y Emprendimiento.

Nombre de la institución:	Universidad Arturo Prat.
Nombre evento	Feria de Innovación y Emprendimiento.
Propósito de la feria	Mostrar a la comunidad la preocupación de los estudiantes de la Ingeniería de UNAP en presentar soluciones con innovación tecnológica y sensibilidad social. La propuesta de los estudiantes es que a través de una actividad de esparcimiento, la comunidad comparta sus proyectos que serán mostrados en el evento.
Frecuencia de	N/A

<sup>56</sup> UNIVERSIDAD ARTURO PRAT. Quiénes Somos. [En línea]. Disponible en: [http://www.unap.cl/prontus\\_unap/site/edic/base/port/universidad.html](http://www.unap.cl/prontus_unap/site/edic/base/port/universidad.html).

realización	
Expositores	La facultad de Ingeniería civil, industrial, de minas, metalúrgica, electrónica, ambiental, computación e informática y arquitectura.
Visitantes	Autoridades de la región, estudiantes de ingeniería de la UNAP, estudiantes de tercero, y cuarto medio de la región y público en general. Además ha contado con la presencia de distintos organismos públicos, entre los que destacan CORFO, FOSIS, SERNAM, SERCOTEC, SENADIS, INDAP, CONAF, INIA, SERNATUR, SEREMI Agricultura, SEREMI Medio Ambiente, el Banco Estado Microempresas, en conjunto con empresas y organismos privados. Universidades y Centros de Investigación, Universidad Austral, Universidad de Los Lagos, Universidad Arturo Prat, Universidad Santo Tomás, Fundación Chile y Fundación Chiquihue.
Actividades que se realizan en el evento	Este evento contempla una serie de actividades dinámicas, tales como talleres prácticos, charlas motivacionales de emprendimientos e innovación, gastronomía, música en vivo, actividades culturales, concursos, premios, charlas motivacionales y experiencia de emprendimientos exitoso.
Equipo organizador de la feria	N/A
Financiación del evento	N/A
Medios de divulgación	Una de las maneras es por medio de la revista "Piensa en acción" y la página web.
Reconocimiento o premio a los expositores	N/A
Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	CORFO, FOSIS, SERNAM, SERCOTEC, SENADIS, INDAP, CONAF, INIA, SERNATUR, SEREMI Agricultura, SEREMI Medio Ambiente.
Estrategias implementadas	N/A
Ideas de emprendimiento exitosas	N/A

7.3.3 Universidad de Talca. “La Universidad de Talca es una de las 25 instituciones de educación superior que integran el Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas (CRUCH). Fundada en 1981, tras la fusión de las antiguas sedes de la Universidad de Chile y la Universidad Técnica del Estado (UTE), se ha transformado progresivamente en uno de los principales referentes nacionales de la educación superior pública y sin fines de lucro, siendo calificada por recientes ranking y mediciones como la mejor universidad estatal de regiones”.

“Su Casa Central está ubicada en la ciudad de Talca, capital de la Región del Maule. Hoy cuenta con cinco campus emplazados en las ciudades de Talca, Curicó, Santa Cruz (Colchagua), Santiago y Linares, el cual comenzó sus actividades académicas en marzo de 2014”.

“En sus sedes se forman alrededor de diez mil estudiantes de pregrado en las áreas de las ciencias, las artes, las letras y la innovación tecnológica y mil ciento sesenta alumnos de postgrado y especialidades, llegando aproximadamente a diez mil trescientos estudiantes en total”.

“El proceso de admisión 2014 incluyó 28 carreras conducentes a título profesional y ocho a Técnico Superior. En el ámbito del postgrado se ofrecieron 18 programas de magíster, cuatro especialidades odontológicas y cinco doctorados”.<sup>57</sup>

Tabla 16. Ficha técnica de la Feria de Emprendimiento Carnaval Creativo.

Nombre de la institución	Universidad de Talca.
Nombre evento	Feria de Emprendimiento Carnaval Creativo.
Propósito de la feria	Generar una cultura de innovación y emprendimiento con el propósito de motivar a jóvenes estudiantes a que se atrevan a implementar sus ideas.
Frecuencia de realización	Anual.
Expositores	Los estudiantes que tengan un proyecto que mostrar a la comunidad universitaria. Además, estudiantes que ya tienen algún emprendimiento para que cuenten sus experiencias buenas y malas a sus compañeros.
Visitantes	Emprendedores que tengan proyectos basados en ciencia y tecnología.
Actividades que se realizan en el evento	El evento se llama Carnaval Creativo y la idea es que también sea un espacio lúdico y de diversión. Por tanto hay grupos circenses y un grupo musical que cierra la actividad.

<sup>57</sup> UNIVERSIDAD DE TALCA. Historia de Utalca. [En línea]. Disponible en: [http://www.unap.cl/prontus\\_unap/site/edic/base/port/universidad.html](http://www.unap.cl/prontus_unap/site/edic/base/port/universidad.html).

Equipo organizador de la feria	La unidad de Emprendimiento que depende de la Vicerrectoría de Innovación y Transferencia Tecnológica.
Financiación del evento	Es financiado por el Ministerio de Educación de Chile.
Medios de divulgación	Por los canales de comunicación que cuenta la universidad, medios digitales y medios tradicionales (Flyer, palomas, gigantografía, afiches).
Reconocimiento o premio a los expositores	Emprendedores con proyectos basados en ciencia y tecnología con un reconocimiento sencillo por la participación, por lo general un objeto con la imagen corporativa de la universidad y el evento.
Actividades post-ferias	Se realiza un apoyo a los emprendimientos y un seguimiento, la finalidad conseguir financiamiento para que siga implementándose, mejorando y que se pueda consolidar el proyecto.
Alianzas	Este evento se ha desarrollado durante 3 años y muestra la importancia de generar una red de alianzas con universidades extranjeras para desarrollar la feria en distintos lugares de Latinoamérica ya que genera en los estudiantes un valor agregado, gracias a que se encuentran con jóvenes con similares intenciones con quienes pueden interactuar y nacer nuevos proyectos o mejorarlos. Además estar en otro país siempre genera motivación a las personas. Aunque para el 2016 se han firmado convenios de colaboración con entidades como <i>coworking</i> e incubadoras para potenciar la actividad. Banco Santander apoya con algunos premios para los ganadores.
Estrategias implementadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiación directa por el ministerio de Educación de Chile.</li> <li>- Convenios, difusión y promoción de la actividad con la finalidad de esta.</li> <li>- Se realiza una evaluación en cuanto a los participantes, entidades relacionadas, proyectos con potencial de emprendimiento y evaluación de redes sociales la cual da como resultado estrategias para implementar en futuras ferias.</li> </ul>
Ideas de emprendimiento exitosas	N/A

7.3.4 Universidad de Tarapacá. “Mediante Decreto con Fuerza de Ley N 150 del 11 de diciembre de 1981 del Ministerio de Educación Pública, se crea la Universidad de Tarapacá, fusionando el Instituto Profesional de Arica con la sede Arica de la Universidad del Norte”.

“Para los académicos y funcionarios de la Universidad del Norte, la noticia sobre Arica causó sorpresa, si bien el hecho había tenido un largo proceso de incubación. Fue inesperado que saliera a la luz pública cuando las conversaciones con la Iglesia no llegaban a término y sin que la rectoría de la universidad hubiera tenido injerencia en la decisión. Tuvo una larga incubación, pues desde los años 60 la sede Arica había estado aspirando a ser independiente de Antofagasta, pues existían tensiones entre los dos centros universitarios. No obstante lo anterior, la iglesia en ningún momento renunció a sus derechos sobre la sede, que consideró siempre inseparable del Alma Mater, incluso en la distribución de los aportes estatales”.<sup>58</sup>

Tabla 17. Ficha técnica de la Feria de Proyectos de Emprendimiento Estudiantil Universitario.

Nombre de la institución:	Universidad de Tarapacá.
Nombre evento	Feria de Proyectos de Emprendimiento Estudiantil Universitario. <sup>59</sup>
Propósito de la feria	Promover el conocimiento adquirido en los cursos de emprendimiento dictado a los estudiantes.
Frecuencia de realización	Anual.
Expositores	Las carreras participantes de esta actividad fueron Ingeniería en Computación e Informática, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Electrónica, Educación Parvularia y Psicopedagogía, Licenciatura y pedagogía en inglés y Pedagogía en Historia y Geografía.
Visitantes	Esta feria no tiene ningún tipo de limitación, pueden participar personas ligadas, o no, al ambiente universitario y con diferentes niveles de formación y edad. La asistencia a las actividades y al recinto es gratuita, no es necesario invitación.
Actividades que se realizan en el evento	Exposición de las ideas emprendedoras.

<sup>58</sup> UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ. Historia. [En línea]. Disponible en: <http://www.uta.cl/historia/web/2012-07-23/015845.html>.

<sup>59</sup> UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ. Exitosa feria de Emprendimiento Universitario. [En línea]. Disponible en: <http://www.uta.cl/exitosa-feria-de-emprendimiento-universitario/web/2014-07-15/162539.html>.

Equipo organizador de la feria	Organizada por el Departamento de Filosofía y Psicología de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, FACSOJUR.
Financiación del Evento	N/A
Medios de divulgación	Página web universidad, afiches disponibles en diferentes instalaciones y redes sociales.
Reconocimiento o premio a los expositores	N/A
Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	Se tienen alianzas con CORFO, ASECH, Arica Con Todo, American Corner, y de los sectores turístico, educativo, social y cultural, entre otros.
Estrategias implementadas	Invitación a entidades que patrocinan el emprendimiento como es el caso donde varios proyectos recibieron ofertas de financiamiento y fueron directamente invitados a participar en los fondos concursables de CORFO y JUMP Chile, entre otros.
Ideas de emprendimiento exitosas	N/A

7.3.5 Evento nacional de emprendimiento en Chile. EXPO FOSIS. El Fondo de Solidaridad e Inversión Social, FOSIS, es un servicio del Gobierno de Chile, creado el 26 de octubre de 1990. Cuenta con 15 direcciones regionales y 20 oficinas provinciales; y se relaciona con la Presidencia de la República a través del Ministerio de Desarrollo Social.

Su misión es: "Liderar estrategias de superación de la pobreza y vulnerabilidad de personas, familias y comunidades, contribuyendo a disminuir las desigualdades de manera innovadora y participativa" y su visión es la de "Un país sin pobreza, más justo e igualitario".

El FOSIS apoya a las personas en situación de pobreza o vulnerabilidad que buscan mejorar su calidad de vida. Según las necesidades, implementa programas en ejes de acción: expansión de capacidades, bienestar comunitario e inversión para las oportunidades; y en tres ámbitos: emprendimiento, trabajo y habilitación social.

En el ámbito de Emprendimiento, el Fondo de Solidaridad e Inversión Social, FOSIS, apoya para desarrollar un propio negocio. De acuerdo a las necesidades,

acompañan para que poner en marcha la iniciativa. Cuenta con 5 programas de emprendimiento:

- Yo emprendo en comunidad
- Yo emprendo semilla
- Yo emprendo
- Programa de acceso al crédito
- Programa educación financiera.

A través de FOSIS se desarrollan las ferias de emprendimiento más grandes en Chile.

Tabla 18. Ficha técnica de EXPO FOSIS.

Nombre de la institución	El Fondo de Solidaridad e Inversión Social, FOSIS.
Nombre evento	EXPO FOSIS.
Propósito de la feria	Es tratar de cerrar un ciclo que comienza desde la focalización y selección de los beneficiarios a los distintos programas de emprendimiento, por lo general como FOSIS siempre se ha logrado la entrega de los recursos, pero hoy día se está abriendo otro abanico, donde los emprendedores puedan mostrar sus productos y establecer nuevos canales de comercialización, es por ello que se espera seguir generando este tipo de instancias que beneficien a los usuarios, para superar la pobreza y vulnerabilidad en el país. <sup>60</sup>
Frecuencia de realización	Se realizan aproximadamente 15 ferias de emprendimiento al año, una en cada ciudad.
Expositores	Emprendedores y usuarios de los diferentes programas del FOSIS.
Visitantes	Se trata de un acto abierto al público en general, al cual están invitados todos los interesados y personas del gobierno chileno.
Actividades que se realizan en el evento	Se ofrece música, arte, artesanía y mucha cultura en general.
Equipo organizador de la feria	Grupo FOSIS.
Financiación del Evento	Está financiada por el Ministerio de desarrollo social.
Medios de divulgación	Página web del programa FOSIS, carteles y voz a voz.
Reconocimiento o	N/A

<sup>60</sup> Expo FOSIS. [En línea]. [Citado el 20 de abril de 2016]. Disponible en: <http://puertomonntt.blogspot.com.co/2016/02/expo-fosis-ofrece-diversos-productos.html>.

premio a los expositores	
Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	Actualmente tiene alianza con el Servicio de Cooperación Técnica, Sercotec para la región de Atacama.
Estrategias implementadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que los emprendedores interactúen con la comunidad en general de la región por medio de sus muestras.</li> <li>- Apoyo económico a las ideas de emprendimiento para la creación de la empresa.</li> <li>- Capacitaciones gratuitas a los emprendedores basadas en sus planes de negocio.</li> </ul>
Ideas de emprendimiento exitosas	<p>PATRICIA GÓMEZ: Empresaria en el sector de los lácteos, joyería y aceite de oliva<sup>61</sup>.</p> <p>YO EMPRENDO SEMILLA PERSONAS EN SITUACIÓN DE CALLE: Es idea emprendedora donde capacita y apoya económicamente a la gente que se encuentra en situación de calle<sup>62</sup>.</p>

## 7.4 FERIAS UNIVERSITARIAS PÚBLICAS DE COLOMBIA

7.4.1 Universidad Nacional de Colombia. “La Universidad Nacional de Colombia es un ente universitario autónomo vinculado al Ministerio de Educación Nacional, con régimen especial y definida como una Universidad Nacional, Pública y del Estado. Su objetivo es el desarrollo de la educación superior y la investigación, la cual será fomentada por el Estado permitiendo el acceso a ella y desarrollándola a la par de las ciencias y las artes para alcanzar la excelencia.”

“Como Institución Pública se refiere a que tiene un carácter pluralista, pluriclasista y laico. Además, la Universidad no responde a intereses particulares, lo que le permite pensar y proponer soluciones a problemas nacionales por encima de intereses relacionados con una rentabilidad económica y tiene como fines:

- Contribuir a la unidad nacional, en su condición de centro de vida intelectual y cultural abierto a todas las corrientes de pensamiento y a todos los sectores sociales, étnicos, regionales y locales.

<sup>61</sup> Emprendimiento apoyado por FOSIS. [En línea]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=jR8v4evtWoY>.

<sup>62</sup> Proyecto FOSIS 2013. [En línea]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=RVVCPecmqpU>.

- Estudiar y enriquecer el patrimonio cultural, natural y ambiental de la Nación y contribuir a su conservación.
- Asimilar críticamente y crear conocimiento en los campos avanzados de las ciencias, la técnica, la tecnología, el arte y la filosofía.
- Formar profesionales e investigadores sobre una base científica, ética y humanística, dotándolos de una conciencia crítica, de manera que les permita actuar responsablemente frente a los requerimientos y tendencias del mundo contemporáneo y liderar creativamente procesos de cambio.
- Formar ciudadanos libres y promover valores democráticos, de tolerancia y de compromiso con los deberes civiles y los derechos humanos.
- Promover el desarrollo de la comunidad académica nacional y fomentar su articulación internacional.
- Estudiar y analizar los problemas nacionales y proponer, con independencia, formulaciones y soluciones pertinentes.
- Prestar apoyo y asesoría al Estado en los órdenes científico y tecnológico, cultural y artístico, con autonomía académica e investigativa.
- Hacer partícipes de los beneficios de su actividad académica e investigativa a los sectores sociales que conforman la nación colombiana.
- Contribuir mediante la cooperación con otras universidades e instituciones del Estado a la promoción y al fomento del acceso a educación superior de calidad.
- Estimular la integración y la participación de los estudiantes, para el logro de los fines de la educación superior<sup>63</sup>.

Tabla 19. Ficha técnica de la Feria de Emprendimiento de la Universidad Nacional.

Nombre de la institución	Universidad Nacional de Colombia.
Nombre evento	Feria de Emprendimiento <sup>64</sup> .
Propósito de la feria	Convertir la feria en una de las principales formas por medio de las cuales la Unidad de emprendimiento encuentra emprendedores y grandes ideas de negocios, y la meta de su quinta versión es tener 1000 ideas de negocio.
Frecuencia de realización	La feria se realiza 1 vez al año.
Expositores	Toda la comunidad universitaria que tenga una idea de negocio.
Visitantes	Esta feria no tiene ningún tipo de limitación, pueden

<sup>63</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Naturaleza. [En línea]. Disponible en: [http://www.unal.edu.co/contenido/sobre\\_un/sobreun\\_naturaleza.htm](http://www.unal.edu.co/contenido/sobre_un/sobreun_naturaleza.htm).

<sup>64</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. VI Feria de emprendimiento de la UN. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/vi-feria-de-emprendimiento-en-la-un.html>.

	<p>participar personas ligadas, o no, al ambiente universitario y con diferentes niveles de formación y edad.</p> <p>La asistencia a las actividades y al recinto es gratuita, no es necesario invitación</p>
Actividades que se realizan en el evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muestra empresarial.</li> <li>- Concurso de Ideas de negocio.</li> <li>- Muestras de emprendimiento cultural.</li> <li>- Formación en temas de área comercial y mercadeo dictado por empresarios y expertos del campo del emprendimiento.</li> </ul>
Equipo organizador de la feria	Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas, la Dirección de Bienestar Universitario Sede Bogotá y el Consultorio empresarial de la Universidad.
Financiación del evento	Recursos propios de la universidad.
Medios de divulgación	Página web de la universidad, carteles colocados en sitios estratégicos de la universidad, redes sociales.
Reconocimiento o premio a los expositores	<p>En el marco de la feria se realiza el concurso de ideas en el cual se premian las siguientes categorías<sup>65</sup>:</p> <p>Tecnológica: propuestas relacionadas con el desarrollo o mejoramiento de prototipos de productos, servicios y procesos que involucren tecnología.</p> <p>Creativas y culturales: productos o servicios relacionados con la industria cultural, artística, creativa o del entretenimiento.</p> <p>Sociales: ideas que propendan al beneficio de comunidades mediante su involucramiento en algunas de las etapas de la cadena de valor (proveedores, productores, comercializadores o clientes)</p>
Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	Con el programa de Acompañamiento Empresarial UNempresas se fomentan las iniciativas empresariales, creativas e innovadoras que sean creadas por miembros de la comunidad universitaria, estudiantes,

<sup>65</sup> Ibid., p.

	empleados y egresados de la Universidad Nacional de Colombia <sup>66</sup> .
Estrategias implementadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación de conferencistas de otras instituciones universitarias.</li> <li>- Acompañamiento Empresarial de las ideas de negocio.</li> </ul>
Ideas de emprendimiento exitosas <sup>67</sup>	<p>CF CONSTRUFORMA es una empresa creada por dos egresados de la Universidad Nacional de Colombia – Sede Medellín de la Facultad de Minas, que se dedica a procesar y manufacturar tableros de guadua y maderas tradicionales para pisos, zócalos y laminados en general, creando a partir de ellas, formas o gravados en espacios llamativos, innovadores y llenos de belleza que además inspiren ambientes cálidos y agradables.</p> <p>KALENDALE es una empresa que produce y comercializa extracto natural de la flor de caléndula officinalis, y productos cosméticos derivados de este, enriquecido en sus componentes activos, para uso fitoterapéutico y cosmético, utilizados en la preservación de la salud, bienestar y belleza del cliente.</p> <p>MANTÚM es una empresa de Ingeniería especializada en gestión de mantenimiento, que ofrece soluciones integrales orientadas al mejoramiento del desempeño y la confiabilidad de los equipos y procesos industriales. Mántum ofrece en su portafolio, servicios de acompañamiento e implementación de soluciones de software y políticas administrativas, orientadas al mejoramiento de la gestión del mantenimiento de maquinaria industria.</p>

7.4.2 Universidad Nacional Abierta y a Distancia. “La Universidad Nacional Abierta y a Distancia, o también conocida por sus siglas como UNAD es una organización pública del Ministerio de Educación Nacional de Colombia. Su cometido está orientado desde su fundación en el año 1981 en la formación a distancia en programas de ciclos previos de alfabetización, como de primaria o

<sup>66</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Egresados. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: [http://www.unalmed.edu.co/egresados\\_un/acompanamiento\\_empresarial.html](http://www.unalmed.edu.co/egresados_un/acompanamiento_empresarial.html).

<sup>67</sup> *Ibid.*, p.

bachillerato, entre otras también cuenta con técnica, tecnológica, profesional y pos gradual”.

“Está distribuida en todas las regiones del país, empezando por Amazonas, Casanare, Guainía, Guaviare, Meta, Vaupés y Vichada. A continuación en la Zona Caribe tenemos Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Guajira, Magdalena, Sucre y San Andrés y Providencia. La zona centro es una de las que abarca una mayor concentración de universidades, aquí hay diferentes opciones Bogotá y Cundinamarca, Boyacá, Arauca, Norte de Santander, Santander, Cauca, Nariño, Putumayo y por último el Valle del Cauca. Desplazándose a la zona occidente y sur del país y esta Antioquia, Caldas, Chocó, Quindío y Risaralda, esto en la zona occidente de Colombia, ahora por último dirigiéndose a la zona sur de y se encuentra Huila, Caquetá y Tolima”.

“La UNAD se divide en distintas escuelas académicas, estas se agrupan a uno o varios campos de un conocimiento determinado. La Universidad las clasifica de la siguiente manera. Empezando con un primer grupo, la Escuela de Ciencias Administrativas Contables y de Negocios, seguido por la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades, a continuación esta la Escuela de Ciencias Básicas Tecnologías e Ingenierías, otro campo sería la Escuela de Ciencias Agrarias Pecuarias y de Medio Ambiente, también dispone de una Escuela de Ciencias de la Educación y por último la Escuela de Ciencias de la Salud”.<sup>68</sup>

Tabla 20. Ficha técnica de la Feria de Emprendimiento Unadista.

Nombre de la institución	Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
Nombre evento	Feria de Emprendimiento Unadista.
Propósito de la feria	El propósito de la feria es activar los proyectos productivos de empresa y negocios que existan en los estudiantes y egresados de la universidad, con el fin de apoyarlos para que surjan y lograr convenios.
Frecuencia de realización	La feria de emprendimiento se realiza una vez al año, en el segundo semestre del año lectivo.
Expositores	Como expositores pueden participar las personas que tengan empresa o idea de negocio que sean estudiantes, egresados, docentes, toda la comunidad Unadista, empresas del sector y estudiantes del SENA.
Visitantes	Toda la comunidad Unadista, representantes de empresas del sector y estudiantes del SENA.
Actividades que se realizan en el evento	Conferencia de tips para iniciar negocios. Talleres acordes a iniciar empresas.

<sup>68</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA. Historia. [En línea]. Disponible en: <http://universidadescolombia.co/unad>.

	Rifas entre los asistentes. Actividades Culturales. Trueque de productos o servicios.
Equipo organizador de la feria	El grupo organizador es el Bienestar universitario por medio del programa de Emprendimiento solidario.
Financiación del evento	La financiación del evento es autogestionada con entidades públicas que puedan facilitar las instalaciones, stand, sonido etc. En algunas ocasiones hay apoyo por parte del bienestar universitario para refrigerios para los expositores y personal de logística.
Medios de divulgación	La universidad en la zona centro oriente cuenta con 4.660 estudiantes a distancia lo cual facilita que la divulgación de la feria por medio de la página web y en un voz a voz con los estudiantes de distintas regiones.
Reconocimiento o premio a los expositores	Se premian por sectores, algunas empresas del sector colaboran con detalles para los expositores.
Actividades post-ferias	Desde el programa virtual de emprendimiento se realizan capacitaciones y apoyos a los emprendedores. Se realizan estudios de los expositores, visitantes y alianzas.
Alianzas	Convenios con entidades financieras las cuales participan ofreciendo detalles a los estudiantes, convenios interinstitucionales y SENA.
Estrategias implementadas	- Generar la cultura de emprendimiento durante todo el semestre académico con actividades, talleres. - Crear alianzas con instituciones y empresas.
Ideas de emprendimiento exitosas	- Factibilidad para la producción de pijamas en el municipio de Santa María. - Empresa Aldea Artesanal de Arcabuco. - Realidad aumentada y video juegos al servicio de la inclusión social.

7.4.3 Universidad del Atlántico. “La Universidad del Atlántico está localizada en la ciudad de Barranquilla, capital del Departamento del Atlántico. Fue gestada por el filósofo Julio Enrique Blanco, quien en su empeño por la educación pública como requisito de mayoría de edad del pueblo costeño, diseñó y puso en marcha este claustro de educación superior. Un proceso que se inició en 1941 y que se vio definitivamente cristalizado en el año de 1946”.

"Actualmente la Universidad cuenta con alrededor de 16.000 estudiantes. Se ofrecen carreras de pregrado y programas de postgrado, en las tres sedes ubicadas en la ciudad y varios municipios de la región. Como universidad estatal

de reconocida trayectoria ha formado los profesionales de la Región Caribe en los campos de la Educación, del Arte, de las Ciencias Humanas, de las Ciencias Naturales, de la Arquitectura y las Ingenierías”.

“La Universidad otorga la más alta importancia a los estudios de postgrado, los cuales surgieron en la Institución a comienzos de la década de los 90, inicialmente en convenios con la Universidad de Antioquia, Nacional y la Escuela de Administración Pública, dándosele prioridad a la realización de programas de maestría y especialización. Los programas de postgrado tienen como objetivo brindar información en determinadas disciplinas y áreas que propulsen el desarrollo de la región”.<sup>69</sup>

Tabla 21. Ficha técnica de la Feria Institucional de Emprendimiento.

Nombre de la institución	Universidad del Atlántico.
Nombre evento	Feria Institucional de Emprendimiento.
Propósito de la feria	Es incentivar el emprendimiento en los estudiantes a través del conocimiento adquirido en clase, en donde se les asigna un producto y deben agregarle una innovación satisfaciendo necesidades del mercado de la región, y posteriormente presentarlo en el evento. Las temáticas de la feria cambian cada semestre, para el 2016 se está manejando con productos del agroindustria.
Frecuencia de realización	Una feria por semestre lectivo.
Expositores	Entre los expositores de ideas de negocios se hace partícipes a estudiantes de Danza, Nutrición y Dietética, Administración de Empresas, Ingeniería Química, Ingeniería Agroindustrial, Licenciatura en cultura Física, recreación y Deportes.
Visitantes	Se trata de un acto abierto al público en general, al cual están invitados todos los interesados. Se invitan a empresarios de la región y a nivel nacional.
Actividades que se realizan en el evento	- Conferencias de empresarios de nivel nacional con charlas de emprendimiento. - Invitación de personajes del gobierno internacionales (cónsul) para informar sobre los requisitos de exportación de productos y servicios.
Equipo organizador de la feria	Facultad de Ingeniería Industrial.

<sup>69</sup> UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO. Historia. [En línea]. Disponible en: <http://www.uniatlantico.edu.co/uatlantico/info-general/historia>.

Financiación del evento	Recursos propios de la institución.
Medios de divulgación	La divulgación de la feria se realiza por medio de pasacalles, carteleras, voz a voz, pagina web de la institución y redes sociales.
Reconocimiento o premio a los expositores	El premio dado a los expositores es la nota académica.
Actividades post-ferias	Se realiza un análisis del evento respecto a expositores, visitantes y otros.
Alianzas	N/A
Estrategias implementadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivar el emprendimiento en los estudiantes con el propósito de constituir empresa, apoyándolos para la participación de un fondo emprender del SENA.</li> <li>- Implementación de estrategias en diseño de producto, estrategias de producto, precio, promoción, publicidad y estrategia de <i>merchandising</i>, aplicado a un comercial de televisión para el día del evento.</li> <li>- Capacitaciones en simuladores empresariales enfocados a negocios.</li> <li>- Incentivar y apoyar a los estudiantes a participar en los semilleros de investigación a nivel regional y nacional, en donde ha habido ganadores de la universidad.</li> <li>- Invitación de personajes del gobierno internacionales (cónsul) para informar sobre los requisitos de exportación de productos y servicios.</li> </ul>
Ideas de emprendimiento exitosas	<p>APP MÓVILWEB: Es una aplicación que le permitía a los taxistas manejar toda la información a nivel regional sobre hoteles, sitios turísticos, restaurantes, discotecas, sitios de interés turísticos la cual servía de referente a los turistas.</p> <p>MISTERDULCES: Es un distribuidor de alimentos comestibles en la universidad, actualmente cuenta con 5 puntos estratégicos dentro de la misma.</p> <p>SALSA DE AJO DE LA ABUELA<sup>70</sup>: Salsas y aderezos elaborados con ingredientes naturales, sin ningún tipo de conservantes, deliciosas y saludables.</p>

<sup>70</sup> D'la Abuela. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: [https://www.facebook.com/delaabuelamonteria/info/?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/delaabuelamonteria/info/?tab=page_info).

7.4.4 Universidad de Pamplona. La Universidad de Pamplona nació en 1960, como institución privada, bajo el liderazgo del Presbítero José Faría Bermúdez. En 1970 fue convertida en Universidad Pública del orden departamental, mediante el decreto No 0553 del 5 de agosto de 1970 y en 1971 el Ministerio de Educación Nacional la facultó para otorgar títulos profesionales, según Decreto No. 1550 del 13 de agosto.

Durante los años sesenta y setenta, la Universidad creció en la línea de formación de licenciados y licenciadas, en la mayoría de las áreas que debían ser atendidas en el sistema educativo: Matemáticas, Química, Biología, Ciencias Sociales, Pedagogía, Administración Educativa, Idiomas Extranjeros, Español – Literatura y Educación Física.

Hoy, la Universidad ha ampliado significativamente su oferta educativa logrando atender nuevas demandas de formación profesional, generadas en la región o en la misma evolución de la ciencia, el arte, la técnica y las humanidades. Cumple esta tarea desde todos los niveles de la Educación Superior: pregrado, posgrado y educación continuada, y en todas las modalidades educativas: presencial, a distancia y con apoyo virtual; lo cual, le ha permitido proyectarse tanto en su territorio como en varias regiones de Colombia y del Occidente de Venezuela.<sup>71</sup>

Tabla 22. Ficha técnica de la Feria Empresarial de la Unipamplona.

Nombre de la institución:	Universidad de Pamplona.
Nombre evento	Feria Empresarial de la Unipamplona <sup>72</sup> .
Propósito de la feria	El objetivo de la feria de emprendimiento fue promover la creación de empresas y dar a conocer las iniciativas juveniles de carreras afines a la salud, las finanzas, la ingeniería, entre otras. Adicionalmente, también es enseñar que el emprendimiento no es solo crear empresa, existe también emprendimiento social y ambiental.
Frecuencia de realización	Una vez al año.
Expositores	Estudiantes de las 7 facultades de la universidad.
Visitantes	Toda la comunidad universitaria, comunidad en general del sector y participación de reconocidas empresas de la región.

<sup>71</sup> UNIVERSIDAD DE PAMPLONA. Reseña Histórica. [En línea]. Disponible en: [http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home\\_1/recursos/universidad/31032009/resena\\_historica.jsp](http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_1/recursos/universidad/31032009/resena_historica.jsp).

<sup>72</sup> AGUIRRE G., Juan D., Impulsan el emprendimiento y el empleo en Feria Empresarial de la Unipamplona. [En línea]. En: La Opinión. Norte de Santander, Miércoles, 25 Noviembre 2015.

Actividades que se realizan en el evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exposición de las ideas de negocio.</li> <li>- Participación del Sena y Cámara de Comercio de Cúcuta, informando los requisitos para crear empresa en la región.</li> <li>- Presentación de artistas musicales y culturales.</li> </ul>
Equipo organizador de la feria	La feria es organizada por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la universidad <sup>73</sup>
Financiación del evento	Recursos propios de la institución.
Medios de divulgación	La divulgación de la feria se realiza por medio de carteleras, voz a voz, pagina web de la institución y redes sociales.
Reconocimiento o premio a los expositores	Se realiza una premiación a los proyectos mejor consolidados apoyándolos desde la incubadora de empresas, para buscar la financiación de sus planes de negocio <sup>74</sup> .
Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	N/A
Estrategias implementadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reclutar las mejores ideas de negocio para impulsarlas a través del capital semilla que tiene la universidad.</li> <li>- Invitar a empresarios de la región para que puedan apreciar y destacar las ideas de negocios</li> <li>- Contar con la participación de personas del gobierno del área metropolitana de Cúcuta.</li> </ul>
Ideas de emprendimiento exitosas	LIMPIGRAM: Es una empresa que tiene como misión la creación y comercialización de productos de limpieza de excelente calidad y precios bajos teniendo en cuenta las necesidades de ambientes limpios y agradables tanto en hogares como en empresas.

7.4.5 Universidad Industrial de Santander. La Universidad Industrial de Santander es una organización que tiene como propósito la formación de personas de alta calidad ética, política y profesional; la generación y adecuación de conocimientos; la conservación y reinterpretación de la cultura y la participación activa liderando procesos de cambio por el progreso y mejor calidad de vida de la comunidad.

Orientan su misión los principios democráticos, la reflexión crítica, el ejercicio libre de la cátedra, el trabajo interdisciplinario y la relación con el mundo externo.

<sup>73</sup> UNIVERSIDAD DE PAMPLONA. Feria de Emprendimiento en el CREAD de Cúcuta. [En línea].

<sup>74</sup> UNIVERSIDAD DE PAMPLONA. VIII Feria Empresarial. [En línea]. Disponible en:

[http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home\\_168/recursos/general/27042015/noti\\_biblioteca.jsp](http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_168/recursos/general/27042015/noti_biblioteca.jsp).

Sustenta su trabajo en las cualidades humanas de las personas que la integran, en la capacidad laboral de sus empleados, en la excelencia académica de sus profesores y en el compromiso de la comunidad universitaria con los propósitos institucionales y la construcción de una cultura de vida.<sup>75</sup>

Tabla 23. Ficha técnica del Evento académico y científico Emprendedores.

Nombre de la institución	Universidad Industrial de Santander.
Nombre evento	Evento académico y científico Emprendedores.
Propósito de la feria	Es un espacio que permite a toda la comunidad universitaria mostrar a la comunidad cuáles son las realizaciones en el ejercicio del desarrollo de su programa académico, está enfocado a mostrar cómo el programa académico ayuda a que el estudiante desarrolle su perfil emprendedor.
Frecuencia de realización	El evento en la sede de Bucaramanga se realiza semestralmente.
Expositores	Los expositores son todos los estudiantes de la universidad, se invitan egresados, empresarios y comunidad académica en general que tenga una idea de emprendimiento.
Visitantes	Toda la comunidad universitaria y comunidad en general de la región y empresarios.
Actividades que se realizan en el evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exposición de las ideas de negocios.</li> <li>- Talleres de creatividad.</li> <li>- Foros de empresarios.</li> <li>- Actividades que involucran a los visitantes.</li> <li>- Exposición de la granja campesina.</li> </ul>
Equipo organizador de la feria	La organización del evento está centrada en el programa de Gestión Empresarial donde participan 4 profesionales del programa, y el programa de Agroindustrial del IPRED.
Financiación del evento	Recursos propios de la universidad, los empresarios en su participación cancelan un monto de dinero o realizan una contribución de sus productos, de acuerdo a su objetivo en el evento.
Medios de divulgación	Principalmente se utiliza TeleUIS, emisora y medios impresos de la universidad, sitio web de la universidad, ronda de prensa en las emisoras del área metropolitana, por medio de afiches, medios de

<sup>75</sup> UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Misión y Visión. [En línea]. Disponible en: <http://www.uis.edu.co/webUIS/es/acercaUis/principios.html>

	comunicación del área, invitación a los colegios, universidades y, por último, el voz a voz, que se considera el más estratégico.
Reconocimiento o premio a los expositores	Los estudiantes de Gestión Empresarial y agroindustrial tienen un proceso de evaluación a través de los mismos tutores del programa o invitados especiales. En Gestión Empresarial se escogen los 3 mejores proyectos y el programa de Agroindustrial manejan 5 categorías, donde se les da un reconocimiento como los mejores proyectos del evento y se les asigna unos obsequios dados por las empresas participantes. Los egresados en su participación dan una contribución simbólica con el propósito de premiar a los estudiantes expositores.
Actividades post-ferias	Se realiza una encuesta a la comunidad universitaria, evaluando la logística del evento.
Alianzas	No existen alianzas establecidas, pero si se han recibido ayudas de entidades gubernamentales, empresariales y financieras.
Estrategias implementadas	Una de las ventajas es que no existe un evento de las mismas magnitudes en Bucaramanga, y eso ayuda a que la comunidad en general se interese en participar. Mostrar el evento como vitrina regional para presentar soluciones a problemáticas que hay en la región, influyendo de manera positiva. La innovación de los productos especialmente en el programa agroindustrial.
Ideas de emprendimiento exitosas	UNIVERSAL DE NEGOCIOS Y TURISMO C.I. Ltda.: Es una empresa que inició el 15 de Julio de 2005, fue fundada por Yoanny Herrera y Nelly Olarte egresados de Gestión y Tecnología Empresarial de la UIS-INSED. Los principales productos de esta empresa son planes de turismo prepago en las modalidades de Plan Universal, Gold, Platino y Familiar. Son operadores de Turismo Regional, Nacional e Internacional, lo cual incluye servicios de hospedaje, transporte y recorrido por los principales sitios turísticos del destino elegido. Además son el Operador Mayorista del Parque Nacional del Cañón del Chicamocha.  Entre los clientes potenciales se tiene el segmento empresarial, comercial y educativo (colegios), la zona

	hotelera, las asociaciones de pensionados, los grupos de la tercera edad, y los turistas extranjeros. La cobertura de los servicios cubre el área nacional e internacional.
--	---

7.4.6 Evento nacional de emprendimiento en Colombia. Colombia Startup es el punto de encuentro anual en Colombia entre emprendedores, inversionistas, la academia, el sector público y el sector privado. Este evento que es organizado por Colombia Startup Company S.A.S, cuenta con el patrocinio de empresas representativas del país como lo son: Telefónica, Fundación Bolívar Davivienda, Cámara de Comercio de Bogotá, IE Business School, Wayra, SENA y Cointernet.

“La convocatoria de este año contó con la inscripción de más de 360 emprendimientos, y tras una cuidadosa deliberación por parte del comité evaluador, fueron seleccionados los 22 que se presentarán en el evento. Para esta edición se abrió la posibilidad de que startups de todo el mundo y no sólo de Colombia se inscribieran, con la condición de que estén incursionando en el mercado colombiano. Del total de inscritas, el 80% cuenta con presencia únicamente en Colombia y el 20 % restante con presencia en Colombia y otros países. Los mercados mayormente representados fueron los de fintech, e-commerce, e-learning y recursos humanos”.

“El día del encuentro presentarán su pitch ante toda la audiencia, que el año pasado contó con más de 1.400 asistentes, 150 inversionistas y más de 17.000 personas conectadas vía streaming, convirtiéndose en el evento más grande de emprendimiento en el país. Además, podrán entablar reuniones privadas con los inversionistas interesados. De las startups escogidas en ediciones pasadas se han identificado siete empresas que han recibido inversión con un ticket promedio de 270 millones de pesos por startup”.

“Colombia Startup 2015 es la tercera edición de este foro y se llevará a cabo el próximo 18 de septiembre en la Cámara de Comercio de Bogotá, sede Salitre”.

“Además de su comité organizador, cuenta con el apoyo de instituciones y empresas como Wayra, Telefónica, la Cámara de Comercio de Bogotá, la Fundación Bolívar Davivienda, Bavaria y Google, entre otras”.<sup>76</sup>

Tabla 24. Ficha técnica del evento Colombia Startup.

Nombre de la institución organizadora	Colombia Startup Company SAS.
---------------------------------------	-------------------------------

<sup>76</sup> Colombia Startup 2016. [En línea]. Disponible en: <http://www.colombia-startup.com/>

Nombre evento	Colombia Startup <sup>77</sup> .
Propósito de la feria	El propósito es demostrar el alto potencial y la calidad de las <i>startups</i> colombianas y de la región Latinoamérica, al igual que facilitar su desarrollo y proyección internacional.
Frecuencia	Anual.
Expositores	Emprendedores con nuevas ideas de empresas.
Visitantes	Abierto a todo público en especial a inversionistas nacionales e internacionales y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.
Actividades que se realizan en el evento	Durante el evento se realizan talleres, presentación de nuevas empresas y foros. Adicional se brinda la opción de verlo en vivo por medio de <i>streaming</i> .
Equipo Organizador de la feria	Colombia Startup Company SAS.
Financiación del Evento	BBVA, Cámara de Comercio de Bogotá, Fundación Bolívar, Davivienda, Telefónica Movistar, Min Tic, Google, IBM, Wayra Open future, Sena y IE Business School. <sup>78</sup>
Medios de divulgación	Página web del evento, impresos, radio y televisión.
Reconocimiento o premio a los expositores	Apoyo para potencializar el producto presentado. Asistencia a talleres dictados por Google. Capacitación del IE Business School. Ayuda en la generación de nuevos contactos y establecimiento de relaciones con otras <i>startups</i> .
Actividades post-ferias	N/A
Alianzas	BBVA, Cámara de Comercio de Bogotá, Fundación Bolívar, Davivienda, Telefónica Movistar, Min Tic, Google, IBM, Wayra Open future, Sena y IE Business School.
Estrategias implementadas	- Alianzas con entidades representativas nacionales e internacionales - Fortalecimiento del emprendimiento de la región, por lo que no se pide ninguna contraprestación económica a los emprendedores y asistentes del evento.

<sup>77</sup> *Ibíd.*, p.

<sup>78</sup> Colombia Startup & Investor Summit 2016. [En línea]. [Citado el 28 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.innpulsacolombia.com/es/eventos/colombia-startup-investor-summit-2016>.

<p>Ideas de emprendimiento exitosas<sup>79</sup></p>	<p>GRUPO SPIRA: Su propósito es generar estrategias empresariales para incrementar el desempeño en los equipos de trabajo.</p> <p>HUÉSPED CANINO: Ofrece alternativa de posada para mascotas. Biotecnología y Bioingeniería core: crea de productos medicinales y botánicos.</p> <p>DREAMJOBS: Facilita la búsqueda de empleo por ubicación geográfica.</p>
--	---

---

<sup>79</sup> Los 22 innovadores de Colombia Startup 2015. [En línea]. En: El Tiempo. 18 de Agosto del 2015.

## 8. PLANTEAMIENTOS PARA IMPULSAR EVENTOS DE EMPRENDIMIENTO

En este capítulo se presentan los planteamientos como referente para futuros desarrollos de eventos de emprendimiento en los programas de Tecnología Empresarial y de Gestión Empresarial.

### 8.1 DEFINICIÓN DE PLANTEAMIENTO

Según la Real Academia Española, PLANTEAMIENTO es la acción y efecto de plantear. Basado en la tercera definición de plantear se describe: Enfocar la solución de un problema, lléguese o no a obtenerla, y en su cuarta definición: Establecer o poner en ejecución un sistema, una institución, una reforma, etc.<sup>80</sup>

El origen etimológico del término planteamiento surge del latín, ya que es fruto de la suma de dos componentes: “planta”, que puede traducirse como “la parte del pie que es la que se encuentra en permanente contacto con el suelo”, y el sufijo “-miento”, que se emplea para indicar acción y efecto. La acción y efecto de plantearse conoce como planteamiento. El verbo plantear se refiere a proponer, exponer o suscitar un tema, una duda o un problema; poner en ejecución una reforma o un sistema; o enfocar la solución de un problema, aunque no se llegue a obtenerla.

En concreto, se establece que son tres los elementos que existen para poder plantear un problema o solución en cuestión: las preguntas de la propia investigación, los objetivos que se esperan alcanzar y la justificación del estudio en sí.<sup>81</sup>

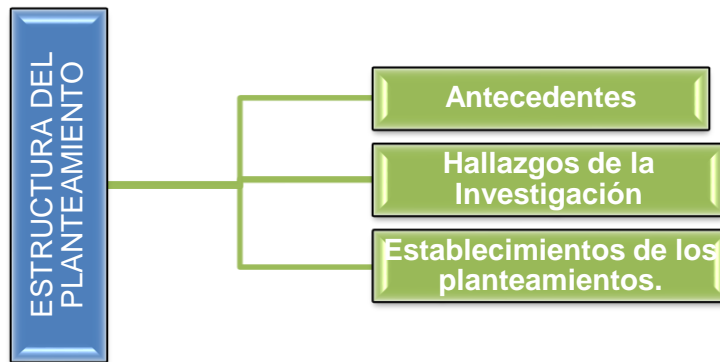
### 8.2 ESTRUCTURA DEL PLANTEAMIENTO

---

<sup>80</sup> Definición de Planteamiento. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://definicion.de/planteamiento/#ixzz49ohtnTxt>.

<sup>81</sup> *Ibíd.*, p.

Figura 4. Estructura del planteamiento.



Fuente: Autoras

8.2.1 Antecedentes. Para formular los planteamientos se debe retomar la problemática que conlleva esta investigación:

Los programas de Tecnología Empresarial y de Gestión Empresarial forman profesionales con capacidad para la creación o el fortalecimiento empresarial contando en su plan de estudios con actividades académicas que motivan la interacción del estudiante con su entorno empresarial. Una de las actividades es el Evento académico y científico Emprendedores, con el cual el programa de Tecnología Empresarial de la Universidad Industrial de Santander promueve en sus estudiantes el desarrollo de habilidades empresariales y el compartir con la comunidad sus emprendimientos, materializados en un importante número de iniciativas empresariales.

Teniendo en cuenta que las ferias son fuentes de información y que permiten crear valor a sus participantes y asistentes, se propone analizar las estrategias que han implementado las ferias internacionales de emprendimiento realizadas por instituciones públicas de educación superior, se formulan planteamientos que permitan emprender acciones para dar al evento académico y científico Emprendedores, una nueva dimensión, ya que es un evento que se desarrolla básicamente de manera local y regional, por lo que lograría adquirir un impacto nacional e internacional.

8.2.2 Hallazgos de la investigación. Se realiza descripción de las estrategias universitarias de los países en investigación, a continuación se realiza la presentación:

8.2.2.1 Estrategias establecidas en universidades de España para impulsar sus ferias.

En la Universidad de Jaén.

Se plantearon las estrategias que se describen a continuación:

- Asesoramiento a emprendedores y empresarios. En la universidad de Jaén desde el área de Empresas y Cultura Emprendedora se está haciendo un importante esfuerzo para apoyar a los emprendedores de las iniciativas que acuden al servicio de asesoramiento empresarial.

El servicio de asesoramiento empresarial trabaja en el asesoramiento puntual o integral sobre diversas materias del ámbito empresarial, en unos casos, para la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales y, en otros casos, a empresas ya constituidas.

La información facilitada y las actuaciones de asesoramiento empresarial se realizan a demanda y según necesidad durante todo el semestre académico con el propósito de facilitar su participación en la feria; atendiendo siempre al estado de maduración en el que se encuentra el proyecto empresarial asesorado.

Aquí se presta un servicio personalizado, por lo que en ocasiones tiene lugar sesiones individuales y en otras ocasiones se prestan asesoramientos grupales, acudiendo al servicio varios promotores con una única iniciativa de negocio. Esta iniciativa hace que en la realización de la feria los empresarios puedan participar en la exposición de sus productos con un stand o aporten recursos monetarios para el evento.

Acciones de promoción y difusión de la cultura emprendedora y motivación al autoempleo. La universidad de Jaén realiza un conjunto de actividades formativas y de promoción, así como la difusión de la cultura emprendedora en las que interviene personal del área de empresas del Instituto Municipal de Empleo y Formación Empresarial (IMEFE). La programación que tiene como finalidad participar en la organización y/o desarrollo de eventos relacionados con la promoción de la cultura emprendedora, motivación al autoempleo y que comprenden:

- Charlas puntuales y talleres de promoción de la cultura emprendedora en cursos y jornadas.
- Módulos de autoempleo en cursos de formación, tanto organizados por el IMEFE como por otros organismos e instituciones.
- Gestión de espacios de cesión en precario a emprendedores y empresarios. La universidad de Jaén pone a disposición diversos espacios de cesión gratuita en precario para emprendedores y empresas que participan en la feria de emprendimiento. La cesión es de un año prorrogable por otro año más, previa solicitud de los cesionarios y siempre que la ampliación de la cesión se entienda necesaria para la consolidación de la iniciativa empresarial beneficiaria. Los adjudicatarios de los espacios reciben asesoramiento técnico en distintos ámbitos de gestión empresarial durante el tiempo de permanencia en los espacios cedidos.

En la universidad de Almería.

La iniciativa fundamental para impulsar el emprendimiento entre los universitarios es:

- Facilitar el contacto con empresarios y otros agentes de apoyo al tejido empresarial y social, el desarrollo de la capacitación para el emprendimiento.
- Apoyo a la creación de empresas, la investigación sobre nuevas metodologías de emprendimiento, y la intensificación de colaboraciones con otras entidades y empresas en este ámbito.

Se cree que estas estrategias han motivado a la gente para participar en el evento.

En la universidad Pablo de Olavide.

Las estrategias para impulsar la feria de emprendimiento están basadas en:

- Invitar empresas y entidades con programas activos de fomento del empleo o del emprendimiento.
- Invitar a empresas que hayan colaborado en la recepción de estudiantes con prácticas en sus instalaciones.
- Presentar la Feria de Empleo y Emprendimiento ante los medios de comunicación, en acto solemne en la “Casa de la Provincia” de Sevilla (18/Febrero 2016), lo que atrajo a más empresas a participar.
- Escoger las mejores ideas de emprendimiento y apoyarlas para que compitan a nivel andaluz en los Premios de Emprendimiento ‘Ilumina tus ideas’, organizado por la Asociación de Universidades Públicas Andaluzas (AUPA), en colaboración con la Fundación Universitaria para el Desarrollo de la Provincia de Córdoba (Fundecor).

En la Universidad de Sevilla.

Unas de las estrategias implementadas para impulsar la feria de emprendimiento consiste en:

- Asignarles 0,5 créditos ECTS a los participantes en el Acto Inaugural, en las sesiones paralelas y en los stands.
- Para fomentar la participación de los estudiantes se ha creado un carnet que se sella en todos los stands y una vez completo pueden participar en el proceso de selección para realizar una práctica en el programa Tutela (que busca poner en contacto a los alumnos con mayor potencial con el mundo laboral), convocado por el Consejo Social de la Universidad de Sevilla y que se considera de vital importancia apoyar la constitución de nuevas empresas, proporcionando información y asistencia técnica a los emprendedores/as, y apoyar la consolidación y el crecimiento de las empresas, poniendo a su disposición instrumentos y recursos para la profesionalización de su gestión, la inversión en desarrollo tecnológico, la responsabilidad social para con los socios, su entorno y el medio ambiente,

la formación continua de los trabajadores y trabajadoras y la rentabilidad y productividad de la empresa.

- Otra de las iniciativas organizadas en el marco de la Feria es el Foro Universidad y Empresa, que tiene como objetivo mejorar la colaboración y estrechar lazos con las empresas que han participado en la Feria y reconocerles el esfuerzo realizado en la misma. En este encuentro se les informa de las distintas opciones de colaboración que pueden desarrollar con la Universidad en transferencia, investigación y empleo y prácticas, entre otros aspectos.

La Universidad de Cantabria.

Entre las estrategias que ha implementado la Universidad se encuentran:

- Suscripción de un convenio de colaboración con Bancaja para la creación de una Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores donde pretenden impulsar el desarrollo del emprendedor y la creación de empresas desde las propias universidades.
- También ofrecen formación y promueven la investigación de temas relacionados con el estudio del emprendedor. La Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria tiene como finalidad esencial desarrollar actividades de investigación y formación sobre micro, pequeña y mediana empresa. Esta tarea la realiza en coordinación con otras universidades españolas y extranjeras.
- La Comunicación Institucional de CCI sigue siendo una herramienta estratégica para la interacción campus con el entorno. Así, en este periodo se han puesto en marcha nuevos canales de comunicación online como la nueva web de la UC.
- La OTRI es la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de la Universidad de Cantabria. Se trata de una unidad encargada de promover y gestionar las relaciones entre la Universidad y el entorno empresarial, en el área de la investigación y la innovación tecnológica.

Estrategias establecidas en el evento nacional de emprendimiento en España.

- a. Innovación de los productos propuestos
- b. Participación de Conferencistas de talla internacional
- c. Participación de empresas de talla mundial como expositores y visitantes.
- d. Atractivo de la premiación para los expositores.

8.2.2.2 Estrategias establecidas en universidades de Chile para impulsar sus ferias.

Universidad de Talca.

Dentro de las estrategias establecidas por esta universidad se encuentran:

- Financiación directa por el ministerio de Educación de Chile.
- Convenios, difusión y promoción de la actividad de emprendimiento.

- Realización de una evaluación en cuanto a los participantes, entidades relacionadas, proyectos con potencial de emprendimiento y evaluación de redes sociales la cual da como resultado estrategias para implementar en futuras ferias.

La universidad de Tarapacá.

- Invita a entidades que patrocinan el emprendimiento (como es el caso donde varios proyectos recibieron ofertas de financiamiento y fueron directamente invitados a participar en los fondos concursables de CORFO y JUMP Chile, entre otros).

Evento nacional de emprendimiento en Chile, las estrategias establecidas en este son:

- a. Que los emprendedores interactúen con la comunidad en general de la región por medio de sus muestras.
- b. Apoyo económico a las ideas de emprendimiento para la creación de la empresa.
- c. Capacitaciones gratuitas a los emprendedores basadas en sus planes de negocio.

8.2.2.3 Estrategias establecidas en universidades de Colombia para impulsar sus ferias.

La Universidad Nacional de Colombia.

- Hace partícipes a conferencistas de otras instituciones universitarias y realiza un acompañamiento empresarial de las ideas de negocio.

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

- Genera la cultura de emprendimiento durante todo el semestre académico con actividades y talleres, y crea alianzas con instituciones y empresas para que se hagan partícipes en la feria.

La Universidad del Atlántico.

- Incentiva el emprendimiento en los estudiantes con el propósito de constituir empresa, apoyándolos con la participación del fondo emprender del SENA.
- Implementa estrategias en diseño de producto, estrategias de producto, precio, promoción, publicidad y estrategia de mercadeo, aplicado a un comercial de televisión para el día del evento.
- Realiza capacitaciones en simuladores empresariales enfocados a negocios.
- Incentiva y apoya a los estudiantes a participar en los semilleros de investigación a nivel regional y nacional, en donde ha habido ganadores de

la universidad e invita a personajes del gobierno internacionales (cónsul) para informar sobre los requisitos de exportación de productos y servicios.

La Universidad de Pamplona.

- Recluta las mejores ideas de negocio para impulsarlas a través del capital semilla que tiene la universidad, invita a empresarios de la región para que puedan apreciar y destacar las ideas de negocios y cuenta con la participación de personas del gobierno del área metropolitana de Cúcuta.

La Universidad Industrial de Santander.

- Aprovecha la oportunidad de que en la región no exista otro evento similar, logrando que la comunidad se interese en participar, otra estrategia es mostrar el evento como vitrina regional para presentar soluciones a problemáticas que hay en la región, influyendo de manera positiva y aprovecha la innovación de los productos especialmente en el programa agroindustrial, lo cual hace atractiva la feria.

Estrategias establecidas en el evento nacional de emprendimiento en Colombia son:

- a. Alianzas con entidades representativas nacionales e internacionales
- b. Fortalecimiento del emprendimiento de la región, por lo que no se pide ninguna contraprestación económica a los emprendedores y asistentes del evento.

8.2.3 Planteamientos para impulsar el Evento Académico y Científico Emprendedores de la UIS. De las estrategias halladas en las diferentes ferias de emprendimiento de los países Chile, España y Colombia se puede establecer que la gran mayoría realiza actividades durante todo semestre lectivo con el propósito de incentivar el emprendimiento en los estudiantes, empresarios y comunidad en general.

A continuación, algunos planteamientos que se pueden tomar para impulsar el Evento académico y Científico Emprendedores de la UIS, logrando un mayor posicionamiento regional y nacional. Con el propósito de que a futuro se puedan crear las alianzas planteadas adquiriendo un reconocimiento de talla internacional.

8.2.3.1 Planteamientos previos orientados a la realización del evento. Son de gran importancia ya que hacen partícipes a diferentes organizaciones con el propósito de fortalecer el evento de emprendimiento organizado por la universidad desde el ámbito empresarial y agropecuario.

En el área Administrativa:

- Implementación de un lugar de emprendimiento (“AULA EMPRENDEDORES”) del Instituto de Proyección Regional y Educación a

Distancia de la UIS, donde se pueda encontrar servicio al usuario en temas referente a emprendimiento, ideas ganadoras de los eventos Emprendedores, entidades encargadas a apoyar las ideas de emprendimiento, ideas de negocios exitosas en la actualidad de estudiantes o graduados del IPRED.

#### En el área Pedagógica:

- Es importante que el Evento académico y Científico Emprendedores de la UIS motive al desarrollo social y económico de la región y del país por tal motivo se plantea realizar un filtro a las ideas de negocio que se quieran exponer, con el propósito de que cumplan con parámetros de innovación, diseño, presentación o propuesta de valor, para lo cual se plantea más asesoramiento por parte de profesores idóneos en el proyecto presentado.
- Asesoramiento a emprendedores y empresarios: Realizar un plan piloto donde los estudiantes de Gestión Empresarial más sobresalientes y con disposición de ejercer lo aprendido en las aulas presten el servicio de asesoramiento empresarial sobre temas específicos o diversas materias del ámbito empresarial, para la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales o empresas ya constituidas. La asesoría se puede desarrollar en el tiempo establecido según disposición de los estudiantes que se encuentren en la institución (miércoles, jueves y sábados). Esta iniciativa genera una conexión entre la institución y la comunidad en general, logrando que en la realización de la feria los estudiantes o empresarios puedan participar en la exposición de sus productos con un stand o aporten recursos monetarios para el evento.
- Los estudiantes deben realizar visitas a empresas representativas del sector económico al que pertenece su proyecto, mostrando el producto o servicio de su idea, su propuesta de valor con el fin de que la empresa visitada se interese en asistir al evento académico con el propósito de un posible apoyo financiero al ganador de esta idea.
- Crear alianzas con centros de formación, asesoramiento e incubación de ideas de negocio, con el objetivo de lograr asesoramiento personalizado acerca de las metodologías necesarias para enfrentarse a una idea de negocio, identificar objetivos o planificar el seguimiento del proyecto.
- Promover entre los estudiantes UIS la participación (visitante) a los diferentes eventos de emprendimiento e innovación que tienen lugar en el campus universitario a través de puntos en las asignaturas.

#### En el área organizativa:

- Invitación a entidades que patrocinan el emprendimiento como es el caso de Fundación Bavaria, Coca – Cola, Grupo Bancolombia, Empretec, TechnoServe, Entrepreneur, Destapa futuro, Impulsa entre otras.

Inicialmente se pueden invitar a aportar sus experiencias por medio de conferencias o talleres para los emprendedores.

- Invitación de personajes del gobierno nacional o internacional (ministros o cónsul) para informar sobre temas de interés en el sector empresarial, en donde se pueden hacer partícipes a empresarios y comunidad en general.
- Convenios con Universidades de otros países con programas internacionales, para estudiantes. Esto se refiere a movilidad de emprendedores, el objetivo es enseñar culturas empresariales avanzadas a través de estadías a jóvenes emprendedores, se fomenta la cultura emprendedora con vista a las estrategias de Internacionalización. Estas estadías están acompañadas de programas formativos que permiten integrar metodológicamente la experiencia de movilidad con el proyecto empresarial, incluyendo las claves culturales necesarias para dar el salto al exterior.

#### En el área social:

- Implementación de espacios en la universidad, invitando a estudiantes de la UIS o de otras Universidades públicas que hayan sido ganadores de eventos de emprendimiento y hayan creado su empresa o ejecutado su idea, para que compartan la experiencia vivida y así estimular a los estudiantes para que no solo vean la participación en el evento como un requisito para graduarse sino como un medio y la oportunidad para llegar a ser dueños de su propia empresa.
- Realizar un foro con estudiantes emprendedores de otras ciudades compartiendo experiencias durante la trayectoria del proyecto. El objetivo es medir como está la capacidad de cada uno como emprendedor frente a estudiantes de otras universidades.

8.2.3.2 Planteamientos a desarrollar durante el Evento. Se presentan los planteamientos hallados a realizar durante el desarrollo del evento.

#### En el área Pedagógica:

- Durante el desarrollo de la investigación la Universidad de Talca (Chile) dio a conocer su interés en la creación de una red de alianzas con universidades extranjeras para ir desarrollando la feria en distintos lugares de Latinoamérica, por lo que resultaría beneficioso para la Universidad Industrial de Santander ser partícipe en este tipo de alianzas para la propagación de sus eventos de emprendimiento, logrando la internacionalización del evento.
- En el marco de la feria, realizar una rueda de negocios con el propósito de llevar a cabo encuentros entre los expositores y empresarios que asisten a la feria, siendo un instrumento útil para que las ideas de negocios o empresas que participan de la feria tengan una integración comercial.

- Contactar a empresarios representativos de la región o a nivel nacional con el propósito de que brinden charlas sobre el emprendimiento, innovación o experiencias empresariales exitosas, con el propósito de fomentar entusiasmo, dedicación y persistencia a los nuevos emprendedores.

#### En el área técnica:

- Volver atractiva la premiación para los expositores. Una forma podría ser conectando a los ganadores de cada versión del evento con capacitaciones y entidades de apoyo económico basadas en sus planes de negocio.

#### En el área administrativa:

- Los evaluadores del evento de cada proyecto deberían ser empresarios que hayan tenido una trayectoria y experiencia con su idea de negocio, con el propósito de dar recomendaciones importantes para mejora del producto o servicio.

#### En el área social:

- Contactar un conferencista de talla Internacional el cual haya sido participe en la fomentación del emprendimiento en países como Chile, España u otros países.
- Invitar a personalidades y entidades representativas de la región, como es el caso del Alcalde, Gobernador, concejales con el propósito de que conozcan el Evento y en futuras versiones puedan colaborar de una manera significativa para el crecimiento y expansión de la misma.
- Durante el Evento realizar el registro de los visitantes con el propósito de establecer el impacto regional.
- Invitar a entidades financieras que promuevan el crédito en el sector de emprendimiento, preferiblemente que cuenten con un stand o espacio dentro del Evento con el propósito de que los emprendedores que deseen hacer posible su idea de negocio, puedan solicitar información y a su vez den a conocer a los asesores su idea de negocio de una forma más real y verídica.
- Con el objetivo de realizar una acogida entre los visitantes, establecer una encuesta donde puedan dar su voto por la idea de negocio mejor planteada, la cual a su vez sirve como medidor para premiar la venta de idea de negocio por parte de los emprendedores, esta premiación tendrá un valor simbólico representado por medio de una mención de honor.

#### En el área Organizativa:

- Desde el primer semestre del 2016 el Evento Académico y Científico Emprendedores llegó nuevamente a las instalaciones de la UIS, en esta versión se vio muy poco espacio para los visitantes poder identificar las ideas de negocio, es por esto que se invita a aprovechar de una mejor manera las instalaciones de la universidad con el propósito de que las

muestras presentadas por los expositores se puedan visualizar y apreciar de una mejor condición.

- En relación con el planteamiento anterior correspondiente al área organizativa se sugiere la necesidad de establecer una clasificación por sectores de los emprendedores, empresarios y demás expositores, con el propósito de que sea visible para los visitantes, se tiene en cuenta que esta clasificación ya se encuentra establecida en la organización de los stand, pero que en el momento del evento no es perceptible.
- Invitar a la Cámara de Comercio de Bucaramanga con el propósito de que participe como expositores brindando información sobre los requisitos y beneficios de los diferentes programas con los que brinda asesoría, en especial el programa de Emprendedores con el que cuenta esta entidad.
- Transmisión en vivo del Evento por redes sociales donde se pueden hacer partícipes a las universidades que realizan este tipo de eventos de emprendimiento.
- Invitar empresas y entidades con programas activos de fomento del emprendimiento que brinden charlas, talleres, foros y seminarios que contribuyan a fortalecer los conocimientos de los estudiantes.

8.2.3.3 Planteamientos a desarrollar Post - Evento. A continuación se presentan los planteamientos que permitirán analizar y comunicar los resultados y logros obtenidos al finalizar el evento.

En el área administrativa:

- A través del Aula Emprendedores realizar seguimiento y acompañamiento a los ganadores de los eventos con el propósito de fortalecer las ideas de negocios, logrando su ejecución en el mundo empresarial.
- Presentar o difundir por algún medio de comunicación un informe final para la comunidad estudiantil, visitantes y participantes del evento con el propósito de verificar si los objetivos planteados se lograron, de igual manera esto contribuye al análisis interno de las diferentes versiones del evento realizados.

En el área Social:

- Basados en la identificación de las universidades públicas de los países de Chile, España y Colombia que realizan Ferias de Emprendimiento, se plantea crear contacto con dichas universidades con el propósito de que las ideas de negocio ganadoras de cada versión del evento puedan ser expuestas en estas universidades y viceversa.
- Lograr convenios con las universidades identificadas con el propósito de que se realicen transmisión en vivo de sus ferias de emprendimiento con el propósito de que los estudiantes UIS, conozcan otras culturas e innovaciones.

## CONCLUSIONES

Como resultado del seminario de investigación para el análisis de ferias de emprendimiento de carácter internacional realizadas por instituciones universitarias públicas de los países de Chile, España y Colombia se concluye lo siguiente:

Con respecto a la formación de los estudiantes:

- La modalidad de trabajo de grado establecida como seminario de investigación forma a los estudiantes para la investigación científica, mediante el desarrollo de habilidades que se logran adquirir al tener a su cargo diferentes roles dentro del seminario.
- Se fortalece el aprendizaje como una experiencia grupal entre los integrantes y el director.
- Se mantuvo un adecuado ambiente de trabajo y una cohesión del grupo durante el tiempo que se realizó la investigación, las sesiones del seminario y la redacción del documento final basados en responsabilidad, respeto y apoyo mutuo.

Con respecto a la temática tratada:

- Las ferias son de gran importancia para el fortalecimiento del emprendimiento. Puesto que aportan conocimiento y posibles oportunidades para aquellos que hacen partes de las ferias tanto expositores como visitantes.
- En Chile, España y Colombia se identifica una fuerte tendencia en la realización de eventos de emprendimiento para lo cual el gobierno en cada país ha establecido una normatividad que impulsa la generación de emprendimiento en la sociedad.
- Según la investigación realizada, en los países se identifica que no todas las ferias de emprendimiento son de talla internacional debido a que el propósito de la realización de estas, es el impulso y mejora de la economía de la región o el país.
- Se puede concluir que las ferias de emprendimiento que son de talla internacional cuentan con la participación de conferencistas y expositores extranjeros.
- Con la realización de ferias de emprendimiento internacionales se obtiene un intercambio intercultural, trayendo consigo una experiencia en la que implica crecimiento y cambios en distintos aspectos, ya sea en lo personal, en términos de valores y habilidades.
- Las instituciones realizan eventos no solo de ferias sino además otros a fines como muestras, exposiciones, conferencia, foros etc. para contribuir a generar emprendimiento en los estudiantes.
- La diversidad de actividades realizadas en las ferias tienen un papel muy importante logrando que estas sean de interés para el público.

- La Feria es el resultado de un conjunto de acciones para el emprendimiento.
- Las ferias son un motor para generar emprendimiento en los estudiantes, logrando fomentar la innovación y creatividad generando beneficios a la región y país en general.
- En las universidades privadas se realizan ferias de emprendimiento, pero la investigación realizada solo se enfocó en las universidades públicas dado el caso de que la universidad Industrial de Santander es de carácter público y es allí donde se pretende establecer los planteamientos establecidos para eventos de emprendimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

4YFN. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: <https://4yfn.com/>

AGUIRRE G., Juan D., Impulsan el emprendimiento y el empleo en Feria Empresarial de la Unipamplona. [En línea]. En: La Opinión. Norte de Santander, Miércoles, 25 Noviembre 2015 [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en <http://www.laopinion.com.co/region/impulsan-el-emprendimiento-y-el-empleo-en-feria-empresarial-de-la-unipamplona-102564#ATHS>.

Colombia Startup & Investor Summit 2016. [En línea]. [Citado el 28 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.innpulsacolombia.com/es/eventos/colombia-startup-investor-summit-2016>.

Colombia Startup 2016. [En línea]. [Citado el 28 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.colombia-startup.com/>

Definición de feria. [En línea]. [Citado el 29 de Mayo de 2016]. Disponible en: <http://definicion.mx/feria/>.

D'la Abuela. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: [https://www.facebook.com/delaabuelamonteria/info/?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/delaabuelamonteria/info/?tab=page_info).

Definición de Planteamiento. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://definicion.de/planteamiento/#ixzz49othnTxt>.

DÍAZ, S. Manual de orientación para la formación del emprendimiento, O'Higgins: Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins, 2013. p.8.

El Ayuntamiento resalta el apoyo que recibe el tejido empresarial a través de los servicios municipales. Jaén: Portal Web Municipal. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: [http://www.aytojaen.es/portal/p\\_20\\_contenedor1.jsp?seccion=s\\_fnot\\_d4\\_v1.jsp&contenido=24685&tipo=8&nivel=1400&layout=p\\_20\\_contenedor1.jsp&codResi=1&codMenu=221&codMenuPN=4](http://www.aytojaen.es/portal/p_20_contenedor1.jsp?seccion=s_fnot_d4_v1.jsp&contenido=24685&tipo=8&nivel=1400&layout=p_20_contenedor1.jsp&codResi=1&codMenu=221&codMenuPN=4).

Emprendimiento apoyado por FOSIS. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=jR8v4evtWoY>.

Empresas y personas deudoras: Reorganización y liquidación. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/empresas-y-personas-deudoras-reorganizacion-y-liquidacion>.

Escribir mejor, Compartir más rápido. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.thingthing.co/>.

Expo FOSIS. [En línea]. [Citado el 20 de abril de 2016]. Disponible en: <http://puertomontt.blogspot.com.co/2016/02/expo-fosis-ofrece-diversos-productos.html>.

FEDERICO, Juan., IBARRA, Sabrina., KANTIS, Hugo., Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: una herramienta para la acción en América Latina. 1a ed. - Rafaela: Asociación Civil Red Pymes Mercosur, 2014

Feria de las Ideas de la Universidad de Almería. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://feriadelasideas.es/>.

La mayoría de ferias en España son anuales y monográficas. Asociación de ferias Españolas. [En línea]. [Citado el 30 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <http://www.afe.es/es/Comunicacion/Noticias/X-congreso-de-la-Asociacion-de-Ferias-Espaolas-que-tuvo-lugar-en-valladolid-el-pasado-14-y-15-de-October-38>.

Ley 1.014 de 2006. [En línea]. [Citado el 14 de Mayo de 2016]. Disponible en: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html).

Ley 20.494. [En línea]. [Citado el 20 de Mayo de 2016]. Disponible en: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html).

Ley 20.659, Simplifica el régimen de constitución, modificación y disolución de las sociedades comerciales. [En línea]. [Citado el 18 de mayo de 2016]. Disponible en

<https://aldiachile.microjuris.com/2013/02/08/ley-n-20-659-simplifica-el-regimen-de-constitucion-modificacion-y-disolucion-de-las-sociedades-comerciales/>.

Los 22 innovadores de Colombia Startup 2015. [En línea]. En: El Tiempo. 18 de Agosto del 2015. [Citado el 28 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://app.eltiempo.com//tecnosfera/novedades-tecnologia/colombia-startup-2015-conozca-22-innovadores/16241161>.

MARTÍN, Raquel., Los países más emprendedores del mundo. [En línea]. En: Revista Forbes. Sept. 24 – 2014. [Citado el 08 de Junio de 2016]. Disponible en: <http://forbes.es/actualizacion/2112/los-paises-mas-emprendedores-del-mundo>.

Marketing Personalizado redefinido por la exactitud de predicción. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: [https://slock.it/ethereum\\_computer.html](https://slock.it/ethereum_computer.html).

MÉNDEZ, Rafael. Emprendimiento e innovación. [En línea]. En: La Nación. Huila, Domingo, 19 de Septiembre de 2010. [Citado el 29 de mayo de 2016]. Disponible en <http://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-247719.html>.

mHealth seminar, Changing Education Together and Mobile Learning Awards [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://mobileworldcapital.com/mwcmwc16-day-4-mhealth-mschools-cet-and-mla/>.

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA. Ferias Internacionales. [En línea]. [Citado el 22 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.comercio.gob.es/es-es/comercio-exterior/instrumentos-apoyo/ferias-internacionales/paginas/introduccion.aspx>.

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE CHILE. ¿Qué es ProChile? [En línea]. [Citado el 29 de Junio de 2015]. Disponible en: <https://www.direcon.gob.cl/que-es-prochile-2/>.

MUÑIZ, Rafael. La feria como herramienta estratégica de marketing. En: Marketing XXI. 5ª Edición. [En línea]. [Citado el 29 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/la-feria-como-herramienta-estrategica-de-marketing-68.htm>.

NAVARRO G., Fernando., Estrategias de Marketing Ferial. Esic Editorial, 2000. p.23

Nueva Ley de Emprendedores: 15 cambios legales que es imprescindible conocer. [En línea]. [Citado el 30 de mayo de 2016]. Disponible en: [http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/politica-economica/nueva-ley-de-emprendedores-15-cambios-legales-que-es-imprescindible-conocer\\_ZcLpy8CISFLYTNYPKVIw25/](http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/politica-economica/nueva-ley-de-emprendedores-15-cambios-legales-que-es-imprescindible-conocer_ZcLpy8CISFLYTNYPKVIw25/).

Proyecto FOSIS 2013. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=RVVCPecmqpU>.

Publicada la Ley 11/2013, de medidas de apoyo al emprendedor y del estímulo del crecimiento y de la creación de empleo. [En línea]. [Citado el 30 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.laboral-social.com/publicada-Ley-11-2013-medidas-apoyo-emprendedor-estimulo-crecimiento-creacion-empleo.html>.

QUIROGA M., Raúl F., BARRERA, María M., et al. Panorama del Ecosistema de Emprendimiento de Bogotá. IMPACT-A, Corporación Ventures. Bogotá. 2014. [En línea]. Disponible en: <http://docplayer.es/7361385-Rodriguez-1-impact-a-2-ecosistema-de-emprendimiento-3-conceptos-de-emprendimiento-4-normatividad-para-el-emprendimiento.html>

RODRÍGUEZ, Ainhoa., MUÑOZ. Azahara., GONZÁLEZ. Demetrio., Historia, definición y legislación de las ferias comerciales. En: Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XLVI (2013) 449-466. [En línea]. [Citado el 29 de Mayo de 2016]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4183934.pdf>

SAGASTUME, Magdala. Manual para organizadores de ferias. [En línea]. Serviprensa. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf>

TheEthereumComputer. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: [https://slock.it/ethereum\\_computer.html](https://slock.it/ethereum_computer.html).

UNIVERSIDAD ARTURO PRAT. Quiénes Somos. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en:

[http://www.unap.cl/prontus\\_unap/site/edic/base/port/universidad.html](http://www.unap.cl/prontus_unap/site/edic/base/port/universidad.html).

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID. Emprendimiento Universitario. [En línea]. [Citado el 29 de mayo de 2016]. Disponible en: [http://www.uam.es/ope/Emprendimiento\\_universitario.html](http://www.uam.es/ope/Emprendimiento_universitario.html).

Universidad Católica de Pereira en feria universitaria de España. Centro virtual de Noticias de la educación. [En línea]. [Citado el 11 de Noviembre de 2015]. Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-279341.html>.

UNIVERSIDAD CRISTIANA DE PANAMÁ. Manual de procedimientos antes, durante y después de la planificación, organización y ejecución de los congresos, eventos y ferias en la Universidad Cristiana de Panamá. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.ucp.ac.pa/wp-content/uploads/2015/05/Manual-de-Procedimientos-para-Eventos-Congresos-y-Ferias-UCP.pdf>.

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA. La Feria de las Ideas de la UAL vuelve esta edición como escaparate para cientos de emprendedores. [En línea]. [Citado el 24 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://cms.ual.es/UAL/universidad/organosgobierno/gabcomunicacion/noticias/201603MARZOPRESENTACIONFERIAIDEASNEWS>.

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA. Más de 200 emprendedores participan en la octava feria de las Ideas. [En línea]. [Citado el 11 de Septiembre de 2015]. Disponible en: [http://cms.ual.es/UAL/universidad/organosgobierno/gabcomunicacion/noticias/29ABR2015\\_INAUGURACIONOCTAVAFERIAIDEAS](http://cms.ual.es/UAL/universidad/organosgobierno/gabcomunicacion/noticias/29ABR2015_INAUGURACIONOCTAVAFERIAIDEAS).

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA. Misión y Visión Estratégica. [En línea]. [Citado el 24 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://cms.ual.es/UAL/planestrategico/mision/index.htm>.

UNIVERSIDAD DE CANTABRIA. II Feria de la Ciencia UC. [En línea]. [Citado el 15 de abril de 2016]. Disponible en <http://web.unican.es/Conoce-la-uc>.

UNIVERSIDAD DE CANTABRIA. Historia. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://web.unican.es/Conoce-la-uc>.

UNIVERSIDAD DE CHILE. Presentación. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en:  
<http://www.uchile.cl/portal/presentacion/institucionalidad/72838/presentacion>.

UNIVERSIDAD DE JAÉN. Historia. [En línea]. [Citado el 14 de abril de 2016]. Disponible en: <http://www10.ujaen.es/conocenos/universidaddejaen>.

UNIVERSIDAD DE JAÉN. VIII Feria del Emprendimiento. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en:  
[http://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/uempleo/apoyo\\_emprendedores/PROGRAMA%20VIII%20FERIA%20DE%20EMPREDIMIENTO.pdf](http://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/uempleo/apoyo_emprendedores/PROGRAMA%20VIII%20FERIA%20DE%20EMPREDIMIENTO.pdf)

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA. Feria de Emprendimiento en el CREAD de Cúcuta. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en:  
[http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home\\_6/recursos/villav2/noticias/10122012/feria\\_cread.jsp](http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_6/recursos/villav2/noticias/10122012/feria_cread.jsp).

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA. Reseña Histórica. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en:  
[http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home\\_1/recursos/universidad/31032009/resena\\_historica.jsp](http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_1/recursos/universidad/31032009/resena_historica.jsp).

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA. VIII Feria Empresarial. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en:  
[http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home\\_168/recursos/general/27042015/noti\\_biblioteca.jsp](http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_168/recursos/general/27042015/noti_biblioteca.jsp).

UNIVERSIDAD DE SEVILLA. Bienvenida. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.us.es/acerca/bienvenida/index.html>.

UNIVERSIDAD DE SEVILLA. Historia. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.us.es/acerca/index.html>.

UNIVERSIDAD DE TALCA. Historia de Utalca. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en:  
[http://www.unap.cl/prontus\\_unap/site/edic/base/port/universidad.html](http://www.unap.cl/prontus_unap/site/edic/base/port/universidad.html).

UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ. Exitosa feria de Emprendimiento Universitario. [En línea]. [Citado el 15 de Septiembre de 2015]. Disponible en <http://www.uta.cl/exitosa-feria-de-emprendimiento-universitario/web/2014-07-15/162539.html>.

UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ. Historia. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en <http://www.uta.cl/historia/web/2012-07-23/015845.html>.

UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO. Historia. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.uniatlantico.edu.co/uatlantico/info-general/historia>.

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Lineamientos para el seminario de Investigación como modalidad para el desarrollo del trabajo de grado. Vicerrectoría académica. Septiembre de 2007

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Misión y Visión. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.uis.edu.co/webUIS/es/acercaUis/principios.html>

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA. Historia. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://universidadescolombia.co/unad>.

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA. Técnicas de Investigación. [En línea]. [Citado el 14 de Marzo de 2016]. Disponible en: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104\\_EXE/leccin\\_6\\_investigacin\\_\\_exploratoria\\_descriptiva\\_correlacional\\_y\\_explicativa.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin__exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html).

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Egresados. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: [http://www.unalmed.edu.co/egresados\\_un/acompanamiento\\_empresarial.html](http://www.unalmed.edu.co/egresados_un/acompanamiento_empresarial.html).

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Naturaleza. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: [http://www.unal.edu.co/contenido/sobre\\_un/sobreun\\_naturaleza.htm](http://www.unal.edu.co/contenido/sobre_un/sobreun_naturaleza.htm).

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. VI Feria de emprendimiento de la UN. [En línea]. [Citado el 26 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/vi-feria-de-emprendimiento-en-la-un.html>.

UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE. Historia. [En línea]. [Citado el 24 de mayo de 2016]. Disponible en: <https://www.upo.es/portal/impe/web/contenido/f4bdd4a1-e461-11e5-b321-3fe5a96f4a88?channel=a3645af1-2f47-11de-b088-3fe5a96f4a88>.

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA. Ayudamos a nuevos emprendedores universitarios. [En línea]. En: Uniempren. [Citado el 25 de octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.uniempren.es/>.

URDANIZ, F. Guía para la participación en ferias internacionales. Fundación Promendoza. [En línea]. [Citado el 25 de mayo de 2016]. Disponible en: [http://www.promendoza.com/downloads/capacitacion/manual\\_ferias\\_eventos.pdf](http://www.promendoza.com/downloads/capacitacion/manual_ferias_eventos.pdf).

VELÁSQUEZ, Sigifredo. Manual para la organización de ferias de productos locales. [En línea]. OIT, 1e, 2006 79 páginas. [Citado el 22 de mayo de 2016]. Disponible en: <http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/b3d85484caf8091259ea760f5e7e7f07.pdf>.

VÉLEZ S., Carlos M., Resumen El Seminario Investigativo, basado en el Simposio permanente sobre la Universidad 1990-1992 ASCUN.

## ANEXOS

### **ANEXO A. ENTREVISTA UNIVERSIDADES PÚBLICAS**

Nombre Universidad: \_\_\_\_\_

Nombre del Evento/Feria emprendimiento que se realiza en la Universidad:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es la misión o propósito del Evento/Feria de emprendimiento?
2. ¿Cada cuánto tiempo se realiza el Evento/Feria de emprendimiento?
3. ¿Quiénes pueden participar como expositores en el Evento/Feria emprendimiento?  
Tienen algún proceso para la inscripción.
4. ¿Quiénes pueden participar como visitantes del Evento/Feria de emprendimiento?
5. ¿El evento cuenta con conferencista de talla nacional o internacional?
6. ¿Qué otras actividades diferentes a la exposición de emprendedores y conferencias se dan en el evento?
7. ¿Cómo está conformado el grupo organizador del Evento/Feria?
8. ¿Cómo se financia la realización del Evento/Feria de emprendimiento?
9. ¿De qué manera se hace la divulgación del evento y cuál ha sido la más efectiva?
10. ¿Considera el Evento/Feria de emprendimiento de margen internacional? ¿Por qué?
11. Quiénes participan en el evento como expositores de emprendimiento ¿Reciben algún tipo de reconocimiento o premio? Explicar en qué consiste el reconocimiento.
12. Después de culminar el evento, ¿Se realiza algún seguimiento hasta que se materialice la idea emprendedora de los expositores?
13. Existen alianzas (empresas, gobierno, universidades etc.) ¿Para el fortalecimiento del Evento/Feria de emprendimiento?

14. ¿Cuáles considera que son las estrategias que han implementado para que el Evento/Feria de Emprendimiento tenga la aceptación de los visitantes nacionales e internacionales?

15. Luego de la realización del Evento/Feria de emprendimiento ¿Realizan algún tipo de análisis para valorar y evaluar el impacto del evento?

16. ¿Existe algún departamento encargado del tema de emprendimiento en la universidad?

17. Compartir al menos 3 ideas de emprendimiento de algún Evento/Feria realizado que sean exitosas hoy en día.

## **ANEXO B. FORMATO RELATORÍA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE  
GESTIÓN EMPRESARIAL**

### **FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA RELATORÍA**

**Sesión X. Seminario de xxx**

**Tema específico:**

**Presentado Por:**

**Fecha:**

**OBJETIVO (PERSPECTIVA DE LA RELATORÍA):**

**FUENTES DE INFORMACIÓN:**

Cita y una breve descripción

**PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN**

Diseñar un mínimo de 5 preguntas por tema de seminario

**DESARROLLO DEL TEMA**

Trabajo escrito de la investigación.

**CONCLUSIONES**

**INQUIETUDES.**

## **ANEXO C. FORMATO CORRELATORÍA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

### **FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORÍA**

**Sesión X. Seminario de xxx**

**Tema específico:**

**Presentado Por:**

**Fecha:**

**ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN**

**REFLEXIÓN CRÍTICA**

**Contenido**

**Aspectos relevantes del tema.**

**Acuerdos y desacuerdos.**

**Claridad de la exposición**

**Capacidad de comunicar y liderar el grupo**

## **ANEXO D. FORMATO PROTOCOLO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

### **FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO**

**Sesión X. Seminario de xxx**

**Tema específico:**

**Fecha:**

- 1. ASISTENTES Y FUNCIONES:**
  - 2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR**
  - 3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA**
  - 4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN**
  - 5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES**
  - 6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS**
  - 7. CONCLUSIONES**
  - 8. TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN**
- ANEXOS (Relatoría y Correlatoría)**

## **ANEXO E. RELATORÍA I SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA RELATORÍA**

##### **Sesión I. Seminario de Investigación**

**Tema específico: MARCO TEÓRICO Y ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE COLOMBIA**

**Presentado Por: MAYERLI CONSTANZA GIL TAMAYO**

**Fecha: 9 de Abril**

##### **OBJETIVO (PERSPECTIVA DE LA RELATORÍA):**

Analizar cuáles son las ferias de emprendimiento vigentes e Identificar las estrategias de estos eventos que actualmente son realizadas por universidades públicas para impulsar y fomentar el emprendimiento en los estudiantes, en el seminario se da a conocer la información relacionada en Colombia.

##### **FUENTES DE INFORMACIÓN:**

Cita y una breve descripción

TELLIS, G. J., y REDONDO, I., Estrategias de Publicidad y Promoción, Pearson Educación, S.A. (Addison-Wesley), Madrid 2002.

ESTEBAN, A.; GARCÍA DE MADARIAGA, J.; NARROS, M<sup>a</sup> J.; OLARTE, C.; REINARES, E. M., y SACO, M., Principios de marketing, ESIC, Madrid 1997.  
RODRÍGUEZ-DEL BOSQUE, I. A., Comunicación comercial: conceptos y aplicaciones, Civitas, Madrid 1997.

HERRAMIENTA ESTRATÉGICA DE MARKETING. <http://www.marketing-xxi.com/la-feria-como-herramienta-estrategica-de-marketing-68.htm> (Citado el 22 de Octubre de 2015).

COGOLLO VILLALBA, A. P., & SALINAS ALVIS, C. P. (2014). ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LA LEY 1014 DE 2006, EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR QUE PARTICIPAN EN LA RED REGIONAL DE EMPRENDIMIENTO META. CASO VILLAVICENCIO(DOCTORAL DISSERTATION. CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS). <http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/handle/10656/3088>, Citado en el 2014.

Pérez Vásquez, M. L. (2013). Políticas públicas de emprendimiento en Colombia. Castro, W. A. S., Arias, J. A. T., & Huérfano, N. J. (2013). Diseño e Implementación de un Modelo de Emprendimiento para la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. *Biblioteca Digital de la Asociación Latino-Iberoamericana de Gestión Tecnológica*, 1(1).

Rodríguez, C. A., & Prieto Pinto, F. A. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar*, 19(1), 73-90.

Universidad Nacional de Colombia. Busca mil ideas de negocio (en línea). <http://www.cid.unal.edu.co/cidnews/index.php/noticias/689-universidad-nacional-busca-mil-ideas-de-negocio.html>. (Citado el 29 de marzo de 2016)

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Feria Empresarial en Sogamoso (en línea). <https://noticias.unad.edu.co/index.php/51-zona-centro-boyaca/1318-feria-empresarial-unadista>. (Citado el 29 de marzo de 2016)

Universidad Amazonia El emprendimiento empresarial en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia, en la creación del proyecto Empresa <http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/view/315> (Citado el 3 de Abril de 2016) <http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/faccea/article/view/315>

Universidad de Atlántico. II Feria institucional de Emprendimiento 2015 (en línea). <http://www.uniatlantico.edu.co/uatlantico/eventos/i-feria-institucional-de-emprendimiento-finem-2015>. (Citado el 29 de marzo de 2016)

<http://www.unitec.edu.co/article/xxii-muestra-emprendedora-0> Corporación Universitaria Unitec 2006, (Citado el 29 de marzo de 2016)

Fonseca, L. Y. Á., Ávila, K. R. M., & Vargas, O. R. P. (2015). Características emprendedoras de los aprendices del SENA–CSF Una aproximación desde la perspectiva del GEM. *FINNOVA*, 1(1). <http://campusvirtualcsf.org/Finnova/index.php/finnova/article/view/3> (Citado 3 de Abril de 2016)

Belén Fernández Souto, A., & Vázquez Gestal, M. (2010). Las ferias profesionales en Galicia: eventos de relaciones públicas como ejemplos de acciones de

comunicación belowthe line. Zer: Revista De Estudios De Comunicación, 15(29), 253-269.

Universidad de Cartagena. Con Feria Empresarial y Artesanal el programa de Administración de Empresas a Distancia celebra 4º aniversario (en línea).

<http://periodicouniversou.unicartagena.edu.co/index.php/noticias/item/291-conferia-empresarial-y-artesanal-el-programa-de-administracion-de-empresas-a-distancia-celebra-4-aniversario>. (Citado el 29 de marzo de 2016)

Universidad de Pamplona. Impulsan el emprendimiento y el empleo en Feria Empresarial de la Unipamplona. (en línea).

<http://www.laopinion.com.co/region/impulsan-el-emprendimiento-y-el-empleo-en-feria-empresarial-de-la-unipamplona-102564#ATHS>. (Citado el 29 de marzo de 2016)

Universidad de la Amazonia. Unidad de Emprendimiento. (en línea). <http://www.udla.edu.co/documentos/docs/Unidad%20de%20Emprendimiento/Convocatorias/2010/Convocatoria%20VI%20feria%20de%20ideas%20y%20de%20negocios.pdf>. (Citado el 29 de marzo de 2016)

Universidad de la Amazonia. Unidad de Emprendimiento. (en línea). <http://www.udla.edu.co/v10/index.php/servicios-de-informacion/noticias-y-eventos/126-comunidad/2676-proyectos-asesorados-por-la-unidad-de-emprendimiento-reciben-apoyo-economico-del-fondo-emprender.html>. (Citado el 29 de marzo de 2016)

Universidad Industrial de Santander. XXI Evento Académico y Científico (en línea). <http://ead.uis.edu.co/emprendedores/index.php/resena-historica/127-resenahistorica>. (Citado el 29 de marzo de 2016)

Gómez, H. M., & Serna, A. M. (2010). IMPACTO DEL PROGRAMA JÓVENES CON EMPRESA EN UNIVERSIDADES DE BOGOTÁ. *Revista Umbral Científico*, (16). (citado el 29 de marzo)

<http://www.redalyc.org/pdf/304/30418644008.pdf>

Lastra, J. F. R. (2015). EXPERIENCIAS DE EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD DEL TOLIMA. *Revista Mundo Económico y Empresarial*, (6).

<http://revistas.ut.edu.co/index.php/rmee/article/viewFile/514/418>

<http://orientacion.universia.net.co/universidades/universidad-industrial-de-santander-67/noticias/emprendedores-uis-recibieron-recursos-del-fondo-emprender-del-sena-3082.html> (citado el 29 de marzo)

<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v27n45/v27n45a04.pdf> Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores, (Citado el 3 de abril/2016)

Ortiz Riaga, M. C. (2014). Emprendimiento innovador en Colombia. <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/12169/1/EMPREDIMIENTO%20INNOVADOR%20EN%20COLOMBIA.pdf> citado el 3/4/2016.

INSTITUCIONAL, P. E. SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE-SENA. [http://compromiso.sena.edu.co/documentos/docs\\_pdf/1406304420\\_GFPI-M-001\\_Manual\\_proyecto\\_Educativo\\_institucional.docx.pdf](http://compromiso.sena.edu.co/documentos/docs_pdf/1406304420_GFPI-M-001_Manual_proyecto_Educativo_institucional.docx.pdf)

### **PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN**

¿En que se relaciona los términos de feria, eventos y muestras de emprendimiento?

¿Cuál es el propósito de la universidad en la realización de estos eventos?

¿Cuáles son las universidades que realizan ferias/eventos de emprendimiento?

De acuerdo a las estrategias de emprendimiento planteadas por el gobierno, ¿las universidades cumplen con este lineamiento?

¿Las estrategias implementadas por las universidades públicas son las adecuadas para impulsar el evento?

### **DESARROLLO DEL TEMA**

#### **CONCEPTO DE FERIA**

“Desde el punto de vista etimológico, la palabra feria procede del latín (feria, feriae; pero se utilizaba principalmente en plural: feriae, feriarum). Los romanos la utilizaban para designar los “días festivos” o “días de vacaciones” refiriéndose al cese en esos días de toda actividad civil para dedicarla al culto religioso y a los festejos que lo acompañaban”.

“Independientemente de la religión, los mercaderes intercambiaban mercancías a la salida de los templos, aprovechando la aglomeración, el ambiente festivo y la euforia religiosa, lo que incrementaba el ánimo de gasto. Al ir tan unidas estas dos acciones, se desarrolló en latín el verbo feriarum, que significaba comprar y vender en la feria”.

“En los primeros tiempos del cristianismo, se entendió que era impropio nombrar los días de la semana con los nombres paganos de los dioses-astros, aunque se mantuvo el sábado y el domingo, pero éste también se llamó Feria Prima, es decir, la primera fiesta litúrgica dedicada al culto. Los demás días pasaron a

denominarse feria secunda, tertia, quarta... uso que se ha conservado en la lengua portuguesa (Origen de las palabras)”.

“Hay muchos autores que han establecido definiciones sobre el concepto de feria; a continuación se recogen algunas de ellas con el fin de conocer los aspectos principales que engloba este término. En un principio, no se distinguía entre feria y mercado, tal y como se puede observar en la definición establecida Navarrini en 1914: “Las ferias y mercados son reuniones periódicamente realizadas, con intervalos de tiempo más o menos largos, con irradiación más o menos limitada sobre productores y comerciantes dirigidas a facilitar y multiplicar las operaciones mercantiles”.

“Otro concepto que definen las ferias desde un punto de vista meramente descriptivo, es decir, no tienen en cuenta a la feria como un instrumento de marketing. Pero este último enfoque ha ido adquiriendo cada vez mayor importancia debido a la evolución que ha sufrido el concepto ferial, que como ya se mencionaba en el anterior epígrafe, ha pasado de ser un espacio para efectuar relaciones y transacciones comerciales a una importante herramienta de comunicación y de desarrollo de relaciones con los clientes actuales y potenciales”.

“Se podría establecer que una feria “es un evento comercial, generalmente anual, en el que durante unos cuantos días oferta y demanda concurren en un mismo lugar y tiempo y, además, los participantes (expositores y visitantes) pueden intercambiar opiniones, informarse y negociar. Es una de las fórmulas tradicionales de introducción o asentamiento en mercados nacionales o internacionales”.

La feria puede también definirse como “una herramienta de ayuda a la venta, un medio de presentación privilegiado para un gran número de clientes potenciales en un período de tiempo y en un espacio delimitado”.

“Considerando las ideas fundamentales de las definiciones expuestas, se puede definir una feria como un evento comercial, generalmente celebrado de forma periódica y durante un período de tiempo reducido, donde en un espacio limitado que normalmente suele ser siempre el mismo, se concentra la oferta y la demanda (real y/o potencial) de uno o varios sectores económicos. Como instrumento de marketing, la celebración de la feria permite el desarrollo de dos funciones básicas que son la promoción de la imagen mediante el desarrollo de las relaciones con los clientes actuales y potenciales y la venta de bienes y servicios; también se pueden llevar a cabo en las ferias funciones como, entre otras, la obtención de información, la investigación o la formación”.<sup>82</sup>

Buscando una última definición en el Manual de una feria, “es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una aldea, municipio, región, país o inclusive

---

<sup>82</sup> <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4183934.pdf> Historia, definición y legislación de las ferias comerciales (en línea)

romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional”.<sup>83</sup>

### **TIPOS DE FERIAS**

Las ferias se clasifican, según los siguientes criterios:<sup>84</sup>

Por el tipo de muestra (productos y/o servicios) que exhiben.

Por el tipo de público asistente.

Por su alcance y cobertura.

Según el tipo de muestra que exhiben, pueden ser:

Ferias Sectoriales. Están dirigidas a sectores y/o subsectores específicos, ejemplo: agrícola, comercio, servicios, industria, etc. Presentan diferentes grados de especialización.

Ferias Multisectoriales. Exhiben una amplia gama de productos y/o servicios provenientes de diferentes sectores económicos.

Según el tipo de público, las ferias pueden ser:

Ferias Generales. Se caracterizan por concentrar un número de visitantes totalmente heterogéneo, pueden encontrarse desde empresarios(as) hasta consumidores finales. Proviene del ámbito internacional, nacional y regional.

Ferias Especializadas. Estas ferias son visitadas exclusivamente por hombres de negocios pertenecientes al ámbito nacional e internacional de un sector, sub sector o tema específico.

Según su alcance y cobertura:

Ferias Regionales. Este tipo de feria consta de expositores procedentes de una misma región.

Ferias Nacionales. Los participantes provienen de todas las regiones de un país.

Ferias Internacionales. Son grandes eventos de exposición que se llevan a cabo para facilitar encuentros de negocios de expositores o empresas de distintos países.

### **EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO EN COLOMBIA**

“Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.”<sup>85</sup>

---

<sup>83</sup> <http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf> Manual para Organizadores de Ferias (en línea)

<sup>84</sup> <http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf> Manual para Organizadores de Ferias (en línea)

<sup>85</sup> <http://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-247719.html> Emprendimiento e Innovación (en línea)

Se realiza primero que toda una investigación de la constitución Colombiana sobre qué ley promueve el emprendimiento en las universidades.

**Ley de fomento a la cultura emprendedora (ley 1014 del 2006).**

Ley de fomento a la cultura emprendedora (ley 1014 del 2006). o ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes, desde preescolar hasta la universidad, y hacer de ellas personas capacitadas para innovar y generar bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales. Esta ley se rige por varios principios de formación integral del ser humano: fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional.

Artículo 13. Enseñanza obligatoria. En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatoria:

Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.

Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas.

Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados "Cátedra Empresarial" que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica. Educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresas con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.

Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macro ruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento.

A continuación se relaciona una investigación de la Universidad Nacional de Colombia: relacionada con el emprendimiento de los estudiantes Colombianos.

A través del Grupo de Investigación en Gestión de Organizaciones, Griego, de la Universidad Nacional de Colombia, se inician los contactos en 2008 con el Cerag para incluir a Colombia dentro de los países participantes en el estudio internacional en sensibilidad al emprendimiento, los estudiantes colombianos, son muy valorados como elementos críticos para su calidad de vida el poder usar su creatividad, participar en todas las fases de un proyecto de principio a fin y asumir

riesgos, los estudiantes colombianos se sienten capacitados para emprender, consideran poseer las capacidades y habilidades necesarias para iniciar y mantener un proyecto emprendedor, e igualmente para tener el control de las situaciones externas a ellos.

Los estudiantes colombianos identifican claramente el acto de emprender con los valores propios de su calidad de vida profesional. El empresarismo es visto como una forma muy respetable de ejercer la profesión. Es vital para las universidades y todas aquellas entidades estatales seguir cultivando esta creencia, profesionalizando los estímulos a través de ferias especializadas, capacitaciones puntuales y dándole una mayor exposición a la labor emprendedora en los medios de comunicación. En Colombia, la creación de empresas es considerada como un mecanismo válido para alcanzar estabilidad y seguridad laboral. Aunque el emprendimiento lleva consigo una serie de riesgos a nivel económico, los estudiantes lo perciben como una opción segura para alcanzar un ingreso estable.

Al analizar los resultados a la luz del modelo de comportamiento planificado de Ajzen, es posible identificar que los estudiantes colombianos perciben que la norma subjetiva impone en ellos una obligación moral para aportar algo útil a la comunidad. Un gran porcentaje de los encuestados considera que crear empresa les permitiría ayudar a sus semejantes. Desde esta perspectiva, el emprendimiento no solo es una alternativa laboral para quien emprende, sino que se cumple con una función social, la cual está representada básicamente en la capacidad de una iniciativa emprendedora para generar empleo.

La labor de las universidades y entidades especializadas en el fomento del emprendimiento en Colombia no estriba en fomentar una cultura emprendedora basada en la creación de una conciencia hacia el emprendimiento. De hecho, y con base en los resultados obtenidos, esa cultura existe y es bastante fuerte.

Estudios realizados en Colombia por el Global Entrepreneurship Monitor, GEM, respaldan la anterior afirmación y ponen de manifiesto el liderazgo del país en este indicador respecto al resto del mundo. Estas entidades deben enfocarse en el desarrollo de un mercado crediticio y de financiación de los proyectos emprendedores, el fortalecimiento de habilidades gerenciales y de los conocimientos técnicos necesarios que les permitan a los emprendedores disminuir el riesgo de cierre de sus empresas a los pocos años de creadas. Colombia, según el informe GEM, ocupó en 2006 el segundo puesto dentro de los países con la mayor tasa de actividad empresarial, y, paralelamente, el segundo puesto dentro de los países con la más alta tasa de cierres de empresa. El informe global GEM 2007 muestra nuevamente que Colombia se encuentra dentro de los cinco países con la mayor tasa de cierre del mundo. Entre las principales razones se encuentran problemas para obtener financiación, la baja rentabilidad del negocio y dificultades para vender, problemas que pueden minimizarse cuando existe el suficiente apoyo de la sociedad y conocimientos técnicos en finanzas y

mercadeo. A pesar de las dificultades a las que se enfrentan los emprendedores en nuestro país para materializar sus proyectos, existe la apreciación de poder manejar esas circunstancias. El control comportamental percibido en los universitarios colombianos es alto, puesto que consideran tener las capacidades técnicas para sacar adelante sus iniciativas empresariales; sin embargo, las oportunidades identificadas y el control de los aspectos financieros de su proyecto son percibidos como bajos –atraer accionistas, obtener financiación bancaria y fondos de personas cercanas como amigos y familiares.

El acceso al mercado financiero en condiciones justas, con tasas de interés adecuadas a la situación del emprendedor, permitiría mejorar no solo la percepción, sino también la realidad de las oportunidades y facilidades para obtener financiación bancaria por parte de los empresarios. Una efectiva regulación gubernamental, subsidios, apoyos estatales técnicos y financieros, disminución de la burocracia en la formalización de las empresas y un plan impositivo que favorezca la creación y supervivencia de los nuevos proyectos, son elementos clave para mejorar el control comportamental percibido. Al tener mayores facilidades y apoyos al emprendimiento, se genera en el emprendedor la percepción de estar más capacitado para poner en marcha su iniciativa empresarial.

A lo largo de los años se ha hecho notable que a través del apoyo a la creación de empresas, se busca la generación de empleo e ingresos a partir del fortalecimiento de iniciativas empresariales innovadoras y con mucho potencial en el mercado. Se busca también mejorar cada vez más estas ideas para que sean competitivas en sectores cambiantes por medio de la identificación de los riesgos y oportunidades. Es importante entender también que la creación de empresas en un país como Colombia, se convierte en un mecanismo de beneficio público, pues, además de generar beneficios para los involucrados, también genera beneficios para la economía y sociedad en general.

Analizar de los datos anteriores que existe falta de participación en las convocatorias de emprendimiento en la universidad y esto se da debido a que existen pocas estrategias para fomentar el emprendimiento lo cual se debe de aplicar en nuestra universidad de la amazonia La ley 1014 del 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento, definiendo al emprendedor como aquella persona con capacidad de innovar; capaz de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. Para lograr esto se debe de implantar actividades innovadoras, creativas y metódicas que permitan despertar en el estudiante esa habilidad para que de esta manera este pueda modificar el mundo y llevar a cabo ideas innovadoras. Lo dicho anterior demuestra un poco la realidad presente en la Uniamazonia, recalcando lo mencionado por (Veciana 1999) y Hisrich y Peters (1995) donde se expone la idea de que las universidades deben asumir el rol de incitadora de la intención emprendedora, despertando en los estudiantes inquietudes por crear el negocio propio, para que de esta manera el estudiante se apropie más de lo que está estudiando y se inscriba a

convocatorias del fondo emprender o en cualquier otra la cual haga que el estudiante se motive, según la tesis de Julio Cesar Valencia Martínez (2011) de Colombia Propone abordar la problemática de la investigación en administración como un elemento clave para la generación de conocimiento dentro de este campo y por último el autor Reinoso Lastra Juan Fernando (2011) de Colombia denominado “El papel de la universidad dentro de un ecosistema emprendedor” cuyo propósito es el de promover en las universidades un aprendizaje basado en la cátedra emprendedora y la del monitoreo del emprendimiento y de la creación de empresas

## **FERIAS UNIVERSITARIAS EN COLOMBIA**

Las universidades no son la excepción. Algunas facultades e instituciones crean estrategias para promover el emprendimiento y el empleo de sus estudiantes a través de las ferias universitarias. En algunos casos se realizan una vez por semestre y en otros anualmente, según los objetivos que cada uno se proponga.

En Colombia las universidades públicas realizan Ferias de Emprendimiento con el objetivo de Generar espacios que permitan a la comunidad académica, promover la cultura del emprendimiento universitario y contribuir al fortalecimiento de los procesos formativos, investigativos y de proyección social en el área de emprendimiento, mediante el desarrollo de conferencias, la socialización de experiencias exitosas a nivel local, nacional e internacional y la visibilidad de iniciativas productivas y proyectos innovadores desarrollados desde el quehacer académico y social de los diferentes programas de la Universidad.

Fortalecer la investigación y el fomento a la cultura emprendedora en los diferentes estamentos que intervienen en los programas académicos universitarios a nivel local y nacional.

A continuación las ferias universitarias de emprendimiento realizadas por Universidades Públicas en Colombia:

La Universidad Nacional de Colombia realiza la Feria de Emprendimiento: La Feria, organizada por una de las unidades de emprendimiento empresarial más exitosas en el país, se viene realizando desde el año 2004 y busca promover dicha identidad entre los universitarios y futuros profesionales.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD realiza la Feria del Emprendimiento Social y Empresarial: Esta feria se realiza en Sogamoso donde realizan un ciclo de conferencias, muestras empresariales en el marco de la Semana Global del Emprendimiento y el Encuentro de Emprendimiento Nacional de la UNAD.

Universidad del Atlántico: Durante los últimos dos años los estudiantes de Ingeniería Industrial realizan la Feria Institucional de Emprendimiento, donde hacen partícipes a estudiantes de Danza, Nutrición y Dietética, Administración de Empresas, Ingeniería Química, Ingeniería Agroindustrial, Licenciatura en Cultura Física, Recreación y Deportes, entre otros, quienes se hacen presente en los stands, dando a conocer sus productos, que inicialmente fueron una simple idea de negocio.

El programa de Administración de empresas a Distancia de la Universidad de Cartagena desarrolla la Feria Empresarial y Artesanal el objetivo es seguir impulsando la preparación académica de los estudiantes y para que puedan mostrar su trabajo emprendedor a la comunidad, entre los expositores de ideas de negocios participan estudiantes de municipios de la región Caribe, principalmente del departamento Córdoba, entre ellos Lorica, Cereté y Tuchín; quienes se destacaban por sus productos artesanales con buenos acabados. Esta feria sirve como una rueda de negocios en la que los emprendedores udeceístas muestran todo su potencial para dar a conocer sus productos y así extender su mercado, obteniendo nuevos clientes, ampliado su visión como idea de negocio a una gran empresa.

La Universidad de Pamplona realiza la Feria Empresarial de la Unipamplona, esta feria se realiza en Villa del Rosario, uno de los objetivos de esta feria es identificar las ideas innovadoras para que hagan parte del capital semilla con el que cuenta la universidad, en la última versión de la feria participaron 7 facultades de la universidad con ideas innovadoras que se podrían impulsar en el Norte de Santander.

La Unidad de Emprendimiento de la Universidad de la Amazonia realiza la feria de Ideas y Negocios, donde toda la comunidad universitaria pueden inscribir sus ideas de negocio y/o empresas y darlas a conocer a toda la comunidad en general. Durante el 2015 de la Universidad de la Amazonia 7 proyectos que recibieron asesoría fueron favorecidos con recursos económicos para formalizar las empresas y así crear desarrollo regional; los proyectos seleccionados desarrollan sus actividades para el fortalecimiento del sector agropecuario del departamento del Caquetá.

La Universidad Industrial de Santander desde el 2004 realiza el Evento Académico y Científico Emprendedores con la participación exclusiva de los estudiantes de VI nivel del Programa Tecnología Empresarial que cursan la asignatura Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión o Plan Emprendedor en cualquiera de las sedes o centros de atención (CAE) en los cuales se ofrece el programa. En el transcurso del semestre los estudiantes formulan y evalúan, a través de un estudio de factibilidad, su proyecto de inversión, herramienta que les permite integrar y aplicar los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del Programa a nivel Tecnológico, evidenciando así su proceso de formación como emprendedor.

El Programa de Tecnología Empresarial continúa desarrollando este evento con gran éxito y fruto de la elaboración de los proyectos han surgido varias empresas de estudiantes y egresados. Así mismo, algunos de los estudiantes que ya tenían su empresa antes de iniciar el Programa han logrado fortalecerse y crecer con ellas, de ahí la importancia de este evento para toda la comunidad, porque se está generando empleo y contribuyendo con la economía de la región.

## **ACCIONES ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE UNA FERIA EMPRESARIAL**

### **Acciones pre-feria**

Asignar un coordinador de feria.

Plantear los objetivos.

Identificar el público objetivo.

Definir el lugar donde se va a llevar a cabo el evento.

Concretar el material que se va a exponer en el stand.

Asignar el presupuesto del evento.

Diseñar la publicidad para la captación de visitantes.

Diseñar y encargar los artículos promocionales para la feria.

Contratación de Logística del evento.

Iniciar la campaña de captación de los visitantes

### **Acciones durante la feria**

Diligenciar las fichas de contacto de los visitantes.

Distribución de material de Publicidad

Entregar obsequios o artículos de promoción a los visitantes.

Verificar que las actividades de logística sean ejecutadas acorde a lo establecido.

### **Acciones post-feria**

Reunión con los expositores para hacer una primera evaluación de la feria y analizar el contenido de las fichas-contacto recogidas.

Seguimiento oportuno a los visitantes a través de correo electrónico o llamada telefónica.

Realización del informe final de la participación, tanto de visitantes como expositores donde se evalúen los resultados obtenidos comparándolos con los objetivos que se habían previsto.

Envío de notas de prensa a los medios de comunicación y social con los resultados obtenidos en la feria.<sup>86</sup>

## **PATROCINIO Y FINANCIAMIENTO DE LAS FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA**

---

<sup>86</sup> <http://www.marketing-xxi.com/la-feria-como-herramienta-estrategica-de-marketing-68.htm> (en línea)

El patrocinio busca vincular, principalmente, a instituciones públicas, medios de comunicación y sector productivos, para obtener de ellos colaboración en áreas como la divulgación y la convocatoria del público, del transporte, la logística y los actos culturales. Los patrocinadores pueden ser contactados por los coordinadores locales, nombrados por el gobierno departamental o local.

La Universidad Industrial de Santander Emprendedores UIS recibió recursos del Fondo de Emprender del Sena.

Tres iniciativas empresariales de egresados de la UIS fueron beneficiadas con capital semilla del Fondo Emprender del SENA.

'Life 2 play', de Gonzalo Andrés Barrera, ingeniero de sistemas de la UIS, recibió \$110.880.000 para la puesta en marcha de su proyecto.

El proyecto 'Plataforma Estratégica Post-Consumo de RAEE' del químico Diego Pérez, fue el otro emprendimiento beneficiado con \$110.880.000.

Por su parte, la idea de negocio 'Sistemas de gestión responsables, innovadores y sostenibles - SISGES' de la bacterióloga Cindy Tatiana Daza recibió el apoyo de \$61.600.000.

Estos egresados contaron con la asesoría, apoyo y acompañamiento del Programa de Emprendimiento de la UIS para la formulación de sus planes de negocio y para la búsqueda de financiación.

En cuanto a recursos en 2012, instituciones como el SENA e Innpulsa, han contado con convocatorias por más de 170 mil millones de pesos en capital semilla, y recursos de fortalecimiento institucional.

Este monto, es el destinado para tal fin por el Fondo Emprender del Sena, e Innpulsa, programa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para el fortalecimiento e innovación de las empresas colombianas.

## El SENA

Destina recursos por 12.749 millones de pesos para que los empresarios presenten propuestas que tengan como objeto la ejecución de proyectos de innovación y desarrollo tecnológico. "Queremos que estas iniciativas impacten la productividad y la competitividad de sus empresas y del país", dijo la directora General de la entidad en que más confían los colombianos, Gina Parody, durante la presentación de la convocatoria. Precisamente, a través del Sistema de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación (SENNOVA), la entidad busca además fortalecer los estándares de calidad y pertinencia de la formación profesional impartida en la institución.

Además de Fondo Emprender que es otro programa del SENA que aporta capital semilla para el desarrollo de ideas de negocio, es un fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por alumnos del SENA que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación, alumnos o egresados de cursos del SENA en el programa jóvenes rurales y línea de formación de líderes del desarrollo, estudiantes que se encuentren cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado, personas que hayan concluido materias dentro

de los últimos doce (12) meses, profesionales universitarios cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses, estudiantes o egresados que se encuentren cursando especialización y/o maestría que hayan culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos 12 meses.

El objetivo del Fondo Emprender es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas.

El Fondo Emprender facilita el acceso a capital semilla al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

Existen otras entidades que apoyan e incentivan el desarrollo de emprendimientos innovadores en Colombia, encontramos entre estos a la Corporación Ventures es un canal de fortalecimiento para emprendedores y proyectos que tengan un alto impacto económico, social y ambiental en Colombia, desarrolla además de programas de formación, un concurso anual donde otorga reconocimiento y apoyo a las mejores ideas de negocio, el concurso buscar captar, canalizar, estructurar y desarrollar proyectos empresariales con propuestas innovadoras y sostenibles para transformarlas en proyectos exitosos, mediante el acompañamiento y entrenamiento a sus gestores.

También es importante mencionar la Red de Emprendedores que es una iniciativa patrocinada por Fundación Bavaria, que junto a Destapa Futuro, hace parte de los programas estratégicos en el Área de Responsabilidad Social diseñados para apoyar el desarrollo económico y fortalecimiento de la actividad empresarial en Colombia.

Definida como un espacio para la conectividad, información, gestión de negocios y creación de conocimiento entre miles de Emprendedores en todo el territorio nacional; la Red de Emprendedores surge como un modelo horizontal de articulación y de conocimiento colectivo que busca explotar el potencial de negocios, de experiencia y de contactos presentes en el mercado colombiano, manejan el concurso destapa futuro, que es un concurso donde los emprendedores participan por capital semilla y fortalecen sus ideas de negocios.

## **ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS COLOMBIA**

La Política Nacional de Emprendimiento según (ley 1014 del 2006). , establece cinco objetivos estratégicos, a saber, el cual debe ser aplicado por las universidades:

Emprendimientos en el marco de la formalidad: Busca que las nuevas empresas nazcan como empresas formales y que las empresas informales pasen a ser formales.

Diversidad y efectividad de alternativas de financiamiento e inversión: Busca explorar e implementar nuevos servicios y metodologías para el financiamiento de la actividad emprendedora, a través de acuerdos con las entidades financieras para que el plan de negocios de los emprendedores sirva de garantía para que les otorguen el préstamo. Especial énfasis se da a la promoción de la inversión privada directa en nuevas empresas y en proyectos empresariales.

Articulación institucional: Promueve la conformación de la Red Nacional de Emprendimiento y de las Redes Regionales de Emprendimiento, como mecanismos donde diversas instituciones concierten planes de trabajo y programas a favor del emprendimiento. Además propiciarán la creación de redes de contacto 56 entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos.

Fortalecimiento de los servicios no financieros para el emprendimiento: Busca fortalecer e innovar el portafolio de servicios de apoyo al emprendimiento, proveer acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha, como asesoría, formación, asistencia técnica, acompañamiento, promoción de negocios.

Promoción de emprendimientos que apliquen ciencia, tecnología e innovación: Busca incentivar la innovación como elemento fundamental para que se desarrollen iniciativas empresariales sostenibles. Gracias a estos esfuerzos de política gubernamental y a la gestión de diversas instituciones privadas y públicas, se viene consolidando en el país una estructura de programas, planes y servicios orientados a consolidar la cultura emprendedora y la actividad empresarial, como ejes del desarrollo regional y nacional.

**Actualmente en las universidades públicas, se encuentran:**

Incentivar la innovación y la transferencia de tecnologías desde las universidades hacia los sectores industriales, obteniendo el fortalecimiento de las actividades empresariales, para lo cual se ha apoyado de los grupos de investigación y los laboratorios de la Universidad.

El modelo de emprendimiento utilizado desde sus inicios está basado en las redes de trabajo colaborativo soportadas por computador las cuales integran cuatro componentes fundamentales para la generación de conocimiento: información, comunicación, colaboración y coordinación, además de una plataforma de gestión de proyectos Colaborativos que dan soporte a estos procesos generadores de conocimiento. Dicha plataforma se orientó para dar respuesta al proceso de gestación de las ideas de empresa al interior de la Universidad Nacional Sede

Manizales, brindando la posibilidad de almacenar, procesar, organizar y difundir todo tipo de información bajo un único soporte, llegando a interactuar el emprendedor, asesor y en algunos casos el investigador, todo a través de una plataforma colaborativa de proyectos Open Source. Esta plataforma contiene:

Una aplicación para gestionar el workflow que se tienen en las actividades de emprendimiento.

Un sistema de gestión de proyectos virtuales para el seguimiento y ejecución de todas las ideas de empresa que se generan al interior de la Universidad. Esta gestión se basa en cada uno de los lineamientos descritos por el PMBOK (Project Management Guide)

Una aplicación para la gestión de cursos virtuales orientados al emprendimiento (Cursos financieros, de mercado, entre otros).

Los resultados obtenidos con la implementación de este modelo han sido la vinculación de 135 proyectos de emprendimiento, 385 asesorías a nuevos proyectos, 17 empresas creadas y la capacitación de 216 personas. El Parque de Innovación Empresarial ha incentivado la creación de empresas al interior de la Universidad presentado a sus estudiantes otra opción de desarrollo profesional diferente a la de ser empleado, adicionalmente las sinergias generadas a partir de la interacción entre los proyectos de emprendimiento y la universidad a través de sus laboratorios y grupos de investigación ha permitido desarrollos innovadores, con una alta aplicación de nuevos conceptos a las necesidades descritas por las empresas.

Jornadas de sensibilización hacia el emprendimiento incluidas en otras asignaturas.

Participación en "Proyecto educativo de formación empresarial dirigido a grupos sociales externos a las Universidades y centros de formación técnica y tecnológica.

Proyecto de Ambiente Virtual de Aprendizaje AVA denominado DEL EMPRENDIMIENTO AL EMPRESARISMO.

Participación en una Feria empresarial semestral con proyectos empresariales de estudiantes universitarios.

Participación con el apoyo de la Unidad de emprendimiento en diferentes convocatorias nacionales y regionales como el Concurso Ventures, Fondo emprender, Destapando futuro de Bavaria, DesafíoSebrae.

Participación como miembro de la red regional de emprendimiento en los Encuentros anuales de cultura emprendedora. - Semillero TECNOEMPREENDER.

Seguimiento a los egresados que cuenta con empresa propia se les brinda charlas.

Desarrollar habilidades y competencias en investigación, desarrollo e innovación que contribuyan a la formación profesional integral de los trabajadores de todas las actividades económicas, y a quienes sin serlo, requieran dicha formación, para aumentar por ese medio la productividad nacional y promover la expansión y el desarrollo económico y social armónico del país, bajo el concepto de equidad social redistributiva.

Fortalecer los procesos de investigación aplicada que contribuyan al desarrollo comunitario a nivel urbano y rural, para su vinculación o promoción en actividades productivas de interés social y económico.

Generar un mayor reconocimiento al trabajo de los investigadores del SENA a partir de la generación y difusión de publicaciones, fortalecimiento de la propiedad intelectual y aplicación de los desarrollos de su trabajo.

Las Redes de Conocimiento del Sena son una iniciativa estratégica para desplegar la gestión del conocimiento, su objetivo general es apoyar los procesos de creación, almacenamiento, recuperación, transferencia y aplicación del conocimiento en todas las áreas de la entidad, para hacerlo visible, apropiarlo y transferirlo. Existe un compromiso desde la alta dirección para que todos los Centros de Formación Profesional, Tecnoparques y Tecnoacademias se motiven a conformar grupos y líneas de investigación enmarcados en las Redes de Conocimiento del Sena.

La principal acción estratégica es el seguimiento trimestral a egresados de formación profesional de nivel técnico y tecnológico para determinar el nivel de empleabilidad en el entorno nacional. Además de verificar la relación de las actividades que desempeñan frente a lo aprendido en el SENA.

Es una estrategia didáctica de simulación empresarial aplicada al proceso formativo y productivo cuyo propósito es incentivar al aprendiz a ser gestor y promotor de su aprendizaje, a través de un modelo de gerenciamiento de proyectos aplicables al campo productivo.

En el marco de la Formación Profesional Integral SENA, se establece desarrollar competencias de emprendimiento y empresarismo a los aprendices, disponiendo herramientas de simulación y práctica para la estructuración de ideas de negocio, y la prestación de servicios en los 5 eslabones de la cadena del emprendimiento: sensibilización, identificación o modelamiento de la idea de negocio, formulación y financiación, puesta en marcha y fortalecimiento (SENA, 2013).

La aplicación del conocimiento tecnológico materializado en la ejecución de proyectos productivos por parte de los aprendices y que se constituye en nuevas unidades productivas, están apoyados en fuentes de financiamiento, dentro de las cuales se destaca el fondo emprender administrado por el SENA. Es el instrumento más importante en capital semilla al servicio del emprendimiento en el país.

## **RECOMENDACIONES**

A consideración se realiza las siguientes conclusiones:

El emprendimiento en Colombia es una estrategia de desarrollo social para el país, se debe seguir trabajando en la innovación y procesos de formación y estructuras curriculares que permitan potenciar la capacidad emprendedora de los mismos.

Las universidades públicas del país deben fortalecer sus estrategias que permitan el desarrollo que promocióne y fortalezcan la formación en emprendimiento de los programas.

Se deben fortalecer alianzas estratégicas para darle estatus a las ferias realizadas.

Se deben propiciar más escenarios que permitan analizar oportunidades de emprendimiento y formular ideas de negocio con base a las necesidades que le plantea el entorno.

El gobierno nacional y local debe crear más programas de emprendimiento de apoyo financiero.

## **CONCLUSIONES**

Las ferias son un motor para generar emprendimiento en los estudiantes y son escenarios que sirven para generar contactos empresariales y tienen como objetivo la promoción de un sector o proyectos laborales.

El emprendimiento es la forma como el ser humano piensa, razona y actúa y se centra en las oportunidades planteadas con visión global.

Para que una feria resulte exitosa se debe tener en cuenta las actividades que se deben realizar como: PRE-FERIA - DURANTE LA FERIA -POST-FERIA.

En Colombia hay varias entidades que patrocinan las ideas de emprendimiento por medio de concursos realizados por las universidades públicas de Colombia, falta alianzas universitarias con estas entidades para aprovechar estos recursos y motivar a los estudiantes.

## **ANEXO F. CORRELATORÍA I SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORÍA**

##### **Sesión I. Seminario de Investigación**

**Tema específico: MARCO TEÓRICO Y ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE COLOMBIA**

**Presentado Por: Maribel Pineda León**

**Fecha: 09 de abril de 2016**

#### **ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN**

Con cada uno de los temas tratados en este seminario se expone a continuación aquellos aspectos que complementan lo expuesto de manera que se puedan dar más enfoque o terminar de exponer el tema.

#### **CONCEPTO DE FERIA**

Con respecto a este aspecto es necesario concretar como tal un concepto que defina la feria. El cual y que parece más pertinente es aquel que presenta a las ferias como un espacio donde se pueden exponer de manera efectiva productos y servicios para poder iniciar de alguna manera un intercambio económico teniendo como mediador a las ferias, por lo tanto se puede denominar como “ferias de emprendimiento” para el caso de esta investigación en concreto, donde se pueda hallar no solo aquellos productos y servicios que ya están en el mercado si no muchos otros que se inicien en este espacio.

Se pueden tener unas notas distintivas para definir las ferias y esto lo aplica muy bien el autor Fernando Navarro García (Navarro García, 2001 Estrategias de marketing ferial) que presenta las siguientes:

Relevancia de la feria: "mercado de mayor importancia que el común"

Localización pública y días señalados: el emplazamiento de la feria no tiene por qué ser necesariamente en terreno público, pues existen multitud de exposiciones realizadas en recintos feriales privados o mixtos.

Temporalidad: se celebra unos días determinados.

Variedad de productos para exponer: "animales, géneros y cosas", "productos de un solo ramo industrial", etc.

Punto de encuentro de oferta (vendedores) y demanda (compradores).

Diversos objetivos: exposición, promoción y venta. Hay muchos más objetivos como la investigación de mercados, etc., pero indiscutiblemente la promoción y venta son los primordiales.

Para este autor, la feria es "un evento comercial, generalmente anual, en el que durante unos cuantos días oferta y demanda concurren en un mismo lugar y tiempo, además, los participantes (expositores y visitantes) pueden intercambiar opiniones, informarse y negociar". Y añade que es una de las fórmulas tradicionales de introducción o asentamiento en mercados nacionales e internacionales.

Las ferias pueden presentar ciertos beneficios que es necesario tenerlos en cuenta, según el manual para organizadores de ferias (PROMOCAP) los beneficios son los siguientes:

\*Aportes de financiamiento, tecnología y asesoría. (Apoyos institucionales).

\*Lograr alianzas de cooperación entre los actores que promueven un sector. (Organización interinstitucional).

\*Visita de grupos de empresarios a la región. (Valor agregado).

\*Se promueven a nivel local, regional o internacional. (Adopción de servicios empresariales).

## **EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO EN COLOMBIA**

Con respecto a este ítem en la relatoría se detalla de manera precisa como está el emprendimiento en Colombia y es de destacar la ley 1014 de 2006 sobre el fomento de emprendimiento en el país.

En general en Colombia se busca ayudar a los emprendedores y de las formas más eficientes, tanto así que la Red Global de Emprendimiento abrirá una oficina en Colombia aspecto que beneficia en gran manera a los emprendedores del país ya sea universitarios o de comunidad en general. Bruce Mac Master, Presidente de la Andi, y Jonathan Ortmans, Presidente del GEN, se reunieron en el marco del Congreso Global de Emprendimiento (GEC, por su sigla en inglés) que se realizó en Medellín, para discutir la posibilidad de contar con presencia en Colombia de esta importante red.

Esto permitirá que los emprendedores nacionales puedan vincularse con emprendedores de todo el mundo y poder implementar las mejores prácticas para el desarrollo de iniciativas empresariales y poder tener bases para ser exitosas puesto que han sido ya empleadas en otros países.

Además con GEN presente en el país permitirá a los emprendedores estar conectados con fondos de capital de riesgos y ángeles inversionistas de diversos lugares del mundo lo que, sin duda, favorecerá que sus proyectos tengan más posibilidad de éxito.

## **FERIAS UNIVERSITARIAS EN COLOMBIA**

Las ferias universitarias presentadas en el documento de la relatoría son las que han tenido una constancia desde su creación, es decir se realizan constantemente y son un símbolo de los programas que las llevan a cabo.

Universidad Nacional de Colombia hizo en el 2010 la feria de emprendimiento “Yo también soy UN emprendedor”. Se llevó a cabo gracias a la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas, la Dirección de Bienestar Universitario Sede Bogotá y el Consultorio empresarial de la Universidad Nacional de Colombia, ese espacio fomentó la cultura emprendedora en la Universidad y constó con tres acciones centrales; Muestra empresarial, Concurso “A qué conseguimos 1000 Ideas de negocio en la UN” y Eje académico: espacio de promoción de temas y contenidos académicos relacionados con el qué hacer emprendedor y empresarial.

En el 2015 por su parte se llevó a cabo el evento “Proyéctate UN”, que guarda similitudes con el anterior y fue un espacio desarrollado durante tres días, un punto de encuentro de más de cuarenta empresas que participaron y contribuyeron a ampliar el panorama laboral de los estudiantes y egresados que quieran vincularse o formar su propia empresa. También hubo tiempo para explicar a los estudiantes algunos detalles aparentemente simples, pero que pueden marcar la diferencia entre obtener o no un trabajo, como aprender a presentar una hoja de vida, la forma de ir vestido a la entrevista, qué decir y qué no, además de otras recomendaciones útiles.

UNAD Universidad Nacional Abierta y a Distancia La feria del emprendimiento social y empresarial es la feria que se realiza en esta universidad por la escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN), esta feria es muy importante ya que la UNAD se distribuye en zonas que comprenden diferentes regiones del país, por lo tanto la feria se desarrolla en cada una de estas zonas divididas así:

Zona Amazonía - Orinoquía (Amazonas, Casanare, Guainía, Guaviare, Meta, Vaupés y Vichada)

Zona Caribe (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Guajira, Magdalena, Sucre y San Andrés y Providencia)

Zona Centro (Distrito Capital y Cundinamarca)

Zona Centro Boyacá (Boyacá)

Zona Centro Oriente (Arauca, Norte de Santander y Santander)

Zona Centro Sur (Cauca, Nariño, Putumayo y Valle del Cauca)

Zona Occidente (Antioquia, Caldas, Chocó, Quindío y Risaralda)

Zona Sur (Huila, Caquetá y Tolima)

## **ACCIONES ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE UNA FERIA**

### Pre-feria (planificación y organización)

- Coordinación general
- El comité organizador
- Equipo de trabajo
- Comisiones
- La planificación
- Criterios de una feria
- Formulación del perfil del proyecto
- Introducción
- Antecedentes
- Justificación
- Objetivos
- Resultados
- Actividades
- Plan de trabajo
- Presupuesto
- Recursos

### Segunda etapa: Ejecución de la feria (desarrollo de la feria)

- Inauguración
- Actividades de promoción
- Monitoreo de las actividades
- Lista de chequeo (check list)
- Instrumentos para el monitoreo
- Clausura

### Tercera etapa: Post-feria (evaluación y monitoreo)

- El desmontaje
- Balance general
- Memoria de la feria
- Instrumentos para evaluar el impacto
- Monitoreo de los resultados

<http://www.cartauniversitaria.unal.edu.co/nc/detalle/article/yo-tambien-soy-un-emprendedor/> PROYÉCTATE UN

<http://agenciadenoticias.unal.edu.co/en/detalle/article/se-acerca-la-feria-de-emprendimiento.html> “Yo también soy UN emprendedor”

<https://academia.unad.edu.co/ecacen/contactenos> UNAD programa ECACEN

<http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf> Manual para organizadores de ferias

<http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/b3d85484caf8091259ea760f5e7e7f07.pdf> Manual para la organización de ferias de productores locales

## **REFLEXIÓN CRÍTICA**

## **Contenido**

### **Aspectos más relevantes del tema.**

#### **Acuerdos y desacuerdos.**

Fuentes de información

Definir mejor los conceptos de feria, evento y muestras de emprendimiento

Después del concepto de feria añadir un subtítulo de marco jurídico

Preguntas 4 y 5 no son pertinentes

Quien maneja la unidad de emprendimiento en la universidad

#### **Claridad de la exposición.**

La exposición en general fue clara y concisa, se hizo la investigación necesaria para la sesión teniendo en cuenta los aspectos más relevantes y que tenían la necesidad de ser expuestos.

La relatora presento su sesión con el uso de diapositivas que efectivamente expresaban de forma adecuada y mostraban lo necesario para presentar el tema de investigación en la sesión.

#### **Capacidad de comunicar y liderar el grupo.**

Se logró comunicar el tema de investigación en la sesión adecuadamente, existieron algunas dudas que fueron despejadas durante la sesión y la continuación de la relatora, su manejo del grupo fue el necesario y se expresó adecuadamente.

## **ANEXO G. PROTOCOLO I SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO**

##### **Sesión I. Seminario de Investigación**

**Tema específico:** MARCO TEÓRICO Y ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE COLOMBIA

**Fecha:** 9 de Abril de 2016

##### **ASISTENTES Y FUNCIONES:**

**Director:** Deicy Johana Vargas Méndez  
**Relator:** Mayerly Constanza Gil Tamayo  
**Correlator:** Maribel Pineda León  
**Protocolante:** Elizabeth Álvarez Santos  
**Asistente:** Ana Carmenza Buitrago Sanabria

##### **COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR**

No existe comentario debido a que es la primera sesión de seminario Investigativo.

##### **EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA**

**Relatoría:** Se evidenció que los subtemas planteados fueron investigados de una manera muy apta y acorde a lo establecido en el objetivo principal del trabajo investigativo, la manera como abordó la exposición de los subtemas fue muy elocuente, adicional el uso de otras herramientas como video, graficas, cuadros y demás ayudaron a los asistentes a tener claridad de la investigación.

**Correlatoría:** Estableció profundidad a los subtemas planteados para el seminario e hizo que su investigación fuera pertinente y acorde a lo establecido en el objetivo principal del trabajo investigativo.

##### **DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN**

En el momento de la discusión de los temas la participación de los asistentes fue muy sobresaliente gracias a la investigación y conocimiento de cada uno. Se debatieron temas muy importantes como complemento a el marco teórico, se estableció la prioridad entre los conceptos de ferias, eventos y emprendimiento

con el propósito que la investigación se centre en lo acordado en el objetivo principal del trabajo investigativo.

### **ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES**

Dentro de las anotaciones encontramos la importancia de incluir el concepto de feria de emprendimiento dado por el correlator.

Establecer “promoción y venta” como prioridad dentro del concepto de feria.

Tener presente la periodicidad de las ferias investigadas por el relator, debido a que según investigación del correlator no es tan constante para realizar un análisis de seguimiento al evento.

Las preguntas 3,4 y 5 establecidas por el relator para socializar en la elaboración del seminario se establecieron que no fueron las adecuadas para este trabajo.

Se estableció que para la metodología se utilizarían como fuentes primarias y secundarias, una encuesta, entrevista e información encontrada en la red de las universidades.

### **REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS**

Las reglas metodológicas utilizadas fueron las indicadas por el director del seminario donde se estableció una presentación de los asistentes, para el relator se acordaron 15 minutos y para el correlator 10 minutos para su respectiva sustentación de los subtemas, en el espacio de discusión se instauro que los asistentes que quisieran opinar levantarán la mano para su intervención.

### **CONCLUSIONES**

Se analizó la importancia del marco teórico basado en lo establecido en el objetivo principal del trabajo investigativo.

Se establecieron los temas relevantes que deben contener el trabajo final

Establecer fuentes de información confiables.

Analizar por medio de la metodología establecida las diferentes ferias de emprendimiento realizadas por universidades públicas de Colombia.

Realizar los respectivos ajustes para presentarlos en el trabajo final

### **TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN**

Análisis de ferias de emprendimiento en universidades públicas de Chile

## **ANEXO H. RELATORÍA II SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA RELATORÍA**

##### **Sesión II. Seminario de Investigación**

**Tema específico: ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN  
UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE CHILE**

**Presentado Por: Maribel Pineda León**

**Fecha: 16 de Abril**

##### **OBJETIVO (PERSPECTIVA DE LA RELATORÍA:**

Analizar las ferias de emprendimiento presentes en universidades públicas de Chile, así mismo identificar las estrategias implementadas en las ferias y los aspectos relevantes de cada una de estas. Toda la información aquí relacionada tendrá como referencia a Chile.

##### **FUENTES DE INFORMACIÓN:**

Emprendimiento en Chile

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Gobierno de Chile,  
EMPRENDIMIENTO EN CHILE: UNA COMPARACIÓN INTERNACIONAL,  
División de Estudio, Noviembre de 2012 [http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/11/Boletin\\_Emprendimiento\\_Doing\\_Business.pdf](http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/11/Boletin_Emprendimiento_Doing_Business.pdf)

Corporación de Fomento de la Producción, CORFO, EMPRENDIMIENTO EN  
CHILE: HACIA UN MODELO DE SEGMENTACIÓN, Registro de propiedad  
intelectual N° 239018 <http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2014/01/EMPRENDIMIENTO-EN-CHILE.pdf>

Emprendimiento Universitario en Chile

Gobierno de Chile, Tomás Flores Jaña, Subsecretario de Economía Enero 2014,  
CHILE: IMPULSANDO EL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN  
<http://negocios.udd.cl/gemchile/files/2014/01/Presentacion-TFlores.pdf>

Aliaga, C., & Schalk, A. (2010). E2: empleabilidad temprana y emprendimiento. Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile. *Calidad en la Educación*, 33, 319-337.  
[https://www.researchgate.net/profile/Ana\\_Elena\\_Schalk/publication/215607841\\_E2\\_Empleabilidad\\_Temprana\\_y\\_Emprendimiento/links/07b20d735159d48282cd74dc.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ana_Elena_Schalk/publication/215607841_E2_Empleabilidad_Temprana_y_Emprendimiento/links/07b20d735159d48282cd74dc.pdf)

Universidad de Chile. Feria de Emprendedores Sustentables. (En línea).  
<http://www.uchile.cl/agenda/110323/feria-de-emprendedores-sustentables>.  
Consultado 01 de abril de 2016.

Universidad Santiago de Chile. Despega Usach 2016. (En línea).  
<http://udesantiagoemprende.cl/despega-usach-2016/>. Consultado 01 de abril de 2016.

Feria organizada por ASECH <http://www.asech.cl/noticias/asech-realizara-la-2da-feria-de-emprendimiento-con-mas-de-35-actividades-para-emprendedores/>

Universidad Arturo Prat. Feria de Innovación y Emprendimiento. (En línea).  
[http://www.unap.cl/prontus\\_unap/site/artic/20151203/pags/20151203190751.html](http://www.unap.cl/prontus_unap/site/artic/20151203/pags/20151203190751.html).  
Consultado 01 de abril de 2016.

Universidad de Talca. Utalca Fomenta el emprendimiento a temprana edad en los Jóvenes. (En línea). <http://www.otalca.cl/link.cgi//SalaPrensa/RSU/9925> .  
Consultado 01 de abril de 2016.

Universidad del Bio-Bio. Creando Incubadora de empresas. (En línea).  
<http://creando.ubiobio.cl/?p=2397>. Consultado 01 de abril de 2016.

Universidad de Tarapacá. Feria de Emprendimiento Universitario. (En línea)  
<http://www.uta.cl/exitosa-feria-de-emprendimiento-universitario/web/2014-07-15/162539.html>. Consultado 01 de abril de 2016.

#### Patrocinio y financiamiento

Universidad de Chile. Feria de Emprendedores Sustentables. (En línea).  
<http://www.uchile.cl/agenda/110323/feria-de-emprendedores-sustentables>  
Consultado 01 de abril de 2016.

Universidad Santiago de Chile. Despega Usach 2016. (En línea).  
<http://udesantiagoemprende.cl/despega-usach-2016/> Consultado 01 de abril de 2016.

Universidad del Bio. Feria de la Innovación. (En línea)  
<http://www.dgi.ubiobio.cl/dgi/index.php/2016/01/05/ubb-participa-de-innovador->

emprendimiento-que-incorpora-el-colihue-como-material-base-para-la-construccion-de-tablas-de-snowboard/ Consultado el 01 de Abril de 2016.

Acciones antes, durante y después

Manual de ferias para el desarrollo económico local (en línea) <http://www.negociosgt.com/archivos/1225235667.pdf> Consultado 04 de abril de 2016

Estrategias

Delicio, F. A. (2006). Estrategias para el fomento del emprendedurismo universitario en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. *FACES: revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 12(26), 41-65. [http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/FACES\\_n26\\_41-65.pdf](http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/FACES_n26_41-65.pdf), citado el 03/04/2016

Medeiros, M. P., Gutiérrez, G., Hochschild, H., & Lira, R. (2012). ELIGE EDUCAR, UN PUNTO DE ENCUENTRO ENTRE ACTORES PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN EN CHILE. *Calidad en la educación*, (36), 235-248. [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-45652012000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-45652012000100008&script=sci_arttext) citado el 03/04/2016.

## **PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN**

¿Cuáles ferias de emprendimiento de talla nacional o internacional existen en Chile, realizadas por instituciones universitarias públicas como referente para futuros desarrollos de eventos de emprendimiento en los programas de Tecnología Empresarial y de Gestión Empresarial?

¿Con qué propósito se desarrollan las ferias de emprendimiento en Chile realizadas por instituciones universitarias públicas?

¿Cuáles son las estrategias que utilizan las universidades públicas de Chile que logran que sus ferias de emprendimiento sean de carácter nacional o internacional?

¿Cómo se financian y se promocionan las ferias de emprendimiento en Chile realizadas por instituciones universitarias públicas?

¿Qué planteamientos se pueden identificar para impulsar el Evento Académico y científico Emprendedores de la Universidad Industrial de Santander?

## **DESARROLLO DEL TEMA**

### **EMPRENDIMIENTO EN CHILE**

Chile es uno de los países más competitivos de Latinoamérica.<sup>87</sup> Según el último reporte del GEM (Global Entrepreneurship Monitor), además de ser uno de los países más prósperos de Sur América, con un enfoque comercial bastante internacional y en donde se han mostrado grandes cambios económicos en los últimos años. Han demostrado tener gran disciplina a la hora de emprender e innovar y esto les ha valido gran reconocimiento.

Según Bill Aulet, director del Centro Martin Trust para el Emprendimiento del MIT, Chile "Va un paso atrás de Estados Unidos, porque Estados Unidos tiene una cultura que acoge más integralmente, más rápidamente, al emprendimiento. Los estadounidenses entienden que los emprendimientos pueden fallar, entienden que es parte del proceso. Estados Unidos es una sociedad muy emprendedora. Asia ha incrementado sus mercados, como la India o China, pero Latinoamérica no ha dado tanta apertura, por eso estamos tratando de despertar el espíritu emprendedor en la región".

Y para él la visión que tiene del emprendimiento en Chile es "El emprendimiento en Chile ha evolucionado en los últimos años y se ha convertido en un modelo referente en la región. Han surgido grandes ideas desde aquí gracias al apoyo gubernamental que destina más recursos y que junto a la empresa privada han buscado trabajar en alianzas que ya comienzan a dar resultados. Aún queda camino por recorrer, pero van por el sendero adecuado".<sup>88</sup>

Los chilenos tienen buenos resultados a la hora de lanzarse a iniciar un negocio o continuar uno ya puesto en el mercado, según una recopilación de información realizada por el equipo de investigadores de la Corporación de Fomento de la producción, CORFO en Chile; las motivaciones para iniciar un negocio muchas veces son económicas, pero en otros casos vienen dadas por la personalidad y carácter.

Por otro lado, gracias a esa investigación se tomó la conclusión que el emprendedor casi siempre lo hace desde lo que mejor conoce y por último el emprendedor chileno, en general, se caracteriza por ser renuente a la deuda, ya sea por su natural independencia o por la existencia de un sistema financiero que

---

<sup>87</sup> TVnovosti. Foro Económico Mundial: Los diez países más competitivos de América Latina (en línea). <<https://actualidad.rt.com/economia/187399-diez-paises-competitivos-america-latina>> [citado en 07 de abril de 2016]

<sup>88</sup> Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. EMPRENDIMIENTO EN CHILE: UNA COMPARACIÓN INTERNACIONAL (en línea). <[http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/11/Boletin\\_Emprendimiento\\_Doing\\_Business.pdf](http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/11/Boletin_Emprendimiento_Doing_Business.pdf)> [citado en 06 de abril de 2016]

históricamente no ha sido propenso a la de riesgos, ni muy comprometido con el emprendimiento.<sup>89</sup>

## **EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO EN CHILE**

Para el gobierno chileno es de gran importancia dar facilidades a los estudiantes y ciudadanos en general que se interesen en la creación de empresas por ello dan facilidades y estímulos que favorecen estas iniciativas, estos beneficios se reflejan en dos estrategias legales del gobierno que consisten en dos leyes específicamente estas son:

Ley sobre agilización de trámites.

La Ley 20.494 publicada en el diario oficial el 27 de Enero de 2011

Facilita la constitución y funcionamiento de nuevas empresas.

Sustituir la publicación en el Diario Oficial de la constitución, modificación y disolución de sociedades, por su publicación en la página web del mismo Diario Oficial de manera gratuita.

Establece la obligación a las Municipalidades de entregar inmediatamente una patente provisoria al emprendedor.

Establece la obligación del Servicio de Impuestos Internos (SII) de autorizar el uso de factura electrónica (factura de inicio) en forma inmediata al trámite de inicio de actividades.

Ley sobre Constitución de Empresas en un Día.

Ley 20.659 publicada en el Diario Oficial el 8 de febrero de 2013 reduce los costos de crear y modificar sociedades.

Un trámite y costo cero.

Sistema totalmente electrónico para:

Constitución de Empresas y Sociedades en forma simple, gratuita y optativa al procedimiento tradicional.

Obtención de Rut ante el SII de forma automática.

Inicio de Actividades ante el SII.

Modificación, transformación, fusión, división, disolución y terminación de empresas y sociedades es de simple administración, barato y rápido.

Obtención gratuita e inmediata de certificados de vigencia, estatutos actualizados y anotaciones.<sup>90</sup>

---

<sup>89</sup> Corporación de Fomento de la Producción CORFO. EMPRENDIMIENTO EN CHILE: HACIA UN MODELO DE SEGMENTACIÓN (en línea). <<http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2014/01/EMPRENDIMIENTO-EN-CHILE.pdf>> [citado en 06 de abril de 2016]

<sup>90</sup> Gobierno de Chile. CHILE: IMPULSANDO EL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN (en línea) <<http://negocios.udd.cl/gemchile/files/2014/01/Presentacion-TFlores.pdf>> [citado en 08 de abril de 2016]

En Chile buscan que los estudiantes de educación superior tengan como desafío un desarrollo beneficioso en cuanto a dos conceptos específicos se trata, empleabilidad temprana y emprendimiento universitario muchas entidades y universidades plantean los campos dónde y cómo desarrollar estas actividades de manera oportuna y concreta.

En la propuesta institucional se plantean unas líneas de acción por medio de las cuales se dan las ayudas y oportunidades necesarias para los emprendedores universitarios en Chile. A continuación se presentan las principales líneas de acción:

Centro de Egresados y Empleabilidad (CEE) colocar una viñeta, dar espacio entre párrafos.

El Centro de Egresados y Empleabilidad tiene como misión ser una instancia que convoque, prepare y vincule, voluntaria y tempranamente, a los estudiantes con el mercado del trabajo mediante una formación complementaria. Paralelamente, el CEE desarrolla el seguimiento de egresados de la Universidad del Pacífico en el área de la empleabilidad.

Desarrolla su labor de empleabilidad temprana a través del modelo transversal MOVILE (Modelo de Vinculación Laboral del Estudiante). dar espacio entre párrafos.

Este modelo presenta cuatro campos de acción:

Formación temprana en estudiantes para la consecución exitosa de su práctica profesional y primera inserción laboral profesional

Vinculación temprana de estudiantes en inserción laboral en la profesión a través de la actividad laboral temprana en la profesión

Vinculación y encuentros con sectores de la industria y áreas disciplinarias de la universidad para la obtención de información del mercado laboral. dar espacio entre párrafos.

Estos campos de acción se han concretado en:

Talleres laborales: desde el año 2008 el CEE ha desarrollado para los alumnos los talleres enfocados en dos grandes áreas: Gestión de la empleabilidad y Desarrollo de habilidades de comunicación

Expo Laboral: este año 2010, el foco de la Expo estará orientado hacia el binomio emprendimiento-empleabilidad temprana, y a aquellos estudiantes que requieren más apoyo para generar una red virtuosa de contactos laborales tempranos.

Actividad laboral temprana en la profesión: esta actividad, de carácter voluntario por parte del estudiante, busca realizar un trabajo temprano previo a la práctica final y con un empleador relacionado con el área de estudio.

Herramientas de apoyo digital (aula virtual, CV digital, programa radial ¡Listo!).

Estudio de empleabilidad temprana en estudiantes: este primer estudio 2010 pretende conocer información relacionada con trabajos desempeñados y posibles emprendimientos incipientes en los estudiantes de pregrado.

Optativo de gestión de mi empleabilidad: esta experiencia piloto trabajó con un grupo de ocho estudiantes, pertenecientes a la Facultad de Comunicaciones, en el desarrollo de sus habilidades laborales y vinculación temprana entre ellos, como

área disciplinaria afín, y con un empleador, por un periodo determinado, con miras a la obtención de una práctica profesional.<sup>91</sup>

Lo anterior refleja la disponibilidad tan precisa que se tiene con respecto al tema de emprendimiento universitario en Chile ya que buscan desde diferentes perspectivas poder vincular a los estudiantes en un ámbito emprendedor que les permitirá tener una mejor vinculación en el área, de manera que ellos se interesan más por permanecer y permitir un desarrollo emprendedor en el país.

Por su parte, la Unidad de Emprendimiento de la Dirección de Desarrollo y Emprendimiento de CORFO realiza un modelo denominado "EmprenDT", que consiste en tres vectores de trabajo institucional: la difusión del emprendimiento en la comunidad universitaria, la vinculación de la universidad con organizaciones y personalidades que lideran el tema del emprendimiento nacional e internacional, y finalmente la orientación y colaboración directa en la preincubación de microemprendimientos por parte de los estudiantes para ir desarrollando sus competencias relacionadas con esta actividad de autosustentabilidad. Mantener el espíritu emprendedor que se fomenta en los programas académicos de la formación universitaria, promover la "pasión por emprender" y estrechar los vínculos con experiencias y empresas exitosas es el mecanismo por el cual, esta unidad favorece y aporta al desarrollo de los emprendedores.

## **FERIAS UNIVERSITARIAS DE EMPRENDIMIENTO EN CHILE**

La universidad de Chile realiza la Feria de Emprendedores Sustentables, en donde los participantes ofrecen artículos diseñados con materiales reciclados, productos apícolas, repostería saludable y otros comestibles, esta feria es patrocinada por el Banco Credichile, en el 2015 la feria de Emprendedores se llamó "El Mercadito de Eco Fen" El Mercadito busca incentivar a la comunidad Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile y vecinos el consumo responsable, alimentación sana y el comercio justo, así como también vincular a la facultad con problemáticas medioambientales y emprendimiento reales. "El Mercadito" promueve en el ambiente formativo FEN una: \*Cultura del emprendimiento y educación sustentable. \*Experiencia que ayuda a identificar: el equilibrio entre los impactos sociales, económicos y medioambientales; e iniciativas de comercio justo y consiente con el medio. \*Participación activa con la ciudadanía.

Universidad Santiago de Chile: La universidad cuenta con el programa UdeSantiago Emprende, dentro de sus actividades se encuentra DESPEGA

---

<sup>91</sup> Aliaga, C., & Schalk, A. (2010). E2: empleabilidad temprana y emprendimiento. Dos grandes desafíos en la formación superior en Chile (en línea)

<[https://www.researchgate.net/profile/Ana\\_Elena\\_Schalk/publication/215607841\\_E2\\_Empleabilidad\\_Temprana\\_y\\_Emprendimiento/links/07b20d735159d48282cd74dc.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ana_Elena_Schalk/publication/215607841_E2_Empleabilidad_Temprana_y_Emprendimiento/links/07b20d735159d48282cd74dc.pdf)> [citado en 08 de abril de 2016]

USACH, en el cual los estudiantes pueden presentar propuestas de emprendimiento tecnológico - científico, con el fin de encontrar apoyo para su desarrollo comercial y así convertir sus ideas en proyectos con gran potencial. Los ganadores reciben apoyo profesional de la incubadora de negocios Innova para la creación del negocio y una pasantía en un centro internacional para la validación comercial del negocio en el mercado global, con el propósito de llegar al mercado mundial.

Universidad Tecnológica Metropolitana (UTEM) de Chile realiza el concurso para emprendedores ELÉVATE – UTEM es un concurso organizado por la Vicerrectoría de Transferencia Tecnológica y Extensión (VTTE), la Facultad de Ingeniería y el Programa Apoyo a la Gestión, Innovación y Emprendimiento, donde participan estudiantes de cualquier carrera de la Universidad con propuestas de emprendimientos de negocios de carácter empresarial basados en la aplicación de los conocimientos adquiridos por los estudiantes de la Universidad Tecnológica Metropolitana del Estado de Chile, que se encuentren en etapa inicial, intermedia o avanzada.

La Universidad Arturo Prat de Chile realiza la Feria de Innovación y Emprendimiento, organizada por estudiantes de Ingenierías Civiles Industrial, en Minas, Metalúrgica, Electrónica, Ambiental, Computación e Informática de la UNAP, donde exponen equipos de trabajo que elaboran en tres áreas, como son los productos innovadores, proyectos sociales y city car.

La Universidad de Talca realiza la Feria de Emprendimiento organizada por estudiantes de Ingeniería Comercial, esta feria se caracteriza porque todas las ideas de innovación presentadas son originales de los estudiantes y ninguna se encuentra en el mercado, los mejores proyectos son premiados con una capacitación en la ciudad de Buenos Aires en donde se visita la escuela de negocios y la incubadora de empresas.

La Universidad del Bio - Bio realiza la Feria de la Innovación organizada por el Fondo de Innovación Tecnológica de CORFO, Innova Bío-Bío, dentro de los emprendimientos innovadores que han recibido apoyo por parte de la Incubadora de Empresas CREando UBB y que estuvieron exponiendo en una de las versiones de la Feria de la Innovación son Terra Widüm (vasijas en arcilla, especiales para vino); Ecolecho (cunas plegables de cartón reciclado); y Pillán (tablas de snowboard fabricadas en base a varillas de colihue) cuyo stand fue destacado como el mejor de la Feria en la versión a la cual participo, en la categoría "Emprendedores". La feria ha tenido participación de personajes de talla internacional como lo son: Cecilia Bolocco, Alejandra Mustakis (Asech), Avery Wang (Shazam) y Gustavo Vas (Easy Taxi), entre otros. Todo esto complementado por una serie de talleres, workshops y seminarios de capacitación dirigidos a los asistentes, sobre cómo mejorar sus iniciativas innovadoras.

La Universidad de Tarapacá realiza la Feria de proyectos de emprendimiento Estudiantil Universitario organizada por el Departamento de Filosofía y Psicología de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, FACSOJUR, en esta feria participan estudiantes de los cursos de emprendimiento dictados en la UTA, quienes presentan y defienden entusiastamente sus proyectos de emprendimiento ante un variado jurado de expertos de la comunidad universitaria y regional, que incluyó a directivos y académicos universitarios, profesionales, emprendedores y representantes de CORFO, ASECH, Arica Con Todo, American Corner, y de los sectores turístico, educativo, social y cultural, entre otros. Las carreras participantes de esta actividad son Ingeniería en Computación e Informática, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Electrónica, Educación Parvularia y Psicopedagogía, Licenciatura y pedagogía en Inglés y Pedagogía en Historia y Geografía.

### **PATROCINIO Y FINANCIAMIENTO DE LAS FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE CHILE**

La universidad de Chile: Realiza la Feria de Emprendedores Sustentables, esta feria es patrocinada por el Banco Credichile, en el 2015 la feria de Emprendedores se llamó "El Mercadito de Eco Fen"

Universidad Santiago de Chile: La universidad cuenta con el programa UdeSantiago Emprende, dentro de sus actividades se encuentra DESPEGA USACH, esta feria es patrocinada por AIE (Asociación de industria eléctrica de Chile)

La Bio realiza la Universidad del Bio: Feria de la Innovación organizada por el Fondo de Innovación Tecnológica de CORFO, Innova Bío-Bío, es patrocinada por la Incubadora de Negocios creando, y la asesoría de profesionales del Laboratorio de Diseño y Tecnología en Madera.

### **QUE SE DEBE HACER ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE UNA FERIA DE EMPRENDIMIENTO**

Paso 1:

Preparación

Planificación→ La planificación cumple dos propósitos fundamentales, maximizar el éxito reduciendo la incertidumbre de la improvisación y definiendo las consecuencias de las acciones determinadas y por otro lado elevar el nivel de éxito organizacional.

Organización → El objetivo es lograr organizar y coordinar los esfuerzos y apoyos institucionales con las instancias locales. Son dos actividades las que se realizan; la primera creación del comité operativo y en segunda instancia creación del comité Operativo en marcha.

Promoción y publicidad → Es importante elaborar una estrategia de promoción aprovechando los recursos de las diversas instancias y organizaciones, establecer un periodo de promoción y posteriormente realizar un chequeo una semana antes del evento, para conocer si realmente el evento ha sido promocionado adecuadamente.

Es la encargada de gestionar recursos y apoyos para publicitar el evento, logrando obtener patrocinios con empresas, instituciones y proyectos de la zona y de otras zonas y municipios. Con el objetivo de que la publicidad llegue a todos los interesados.

#### Paso 2:

##### Ejecución

8 días antes → Preparación de los recursos necesarios para que la feria se lleve a cabo. En este aspecto se revisaran los documentos y papelería a utilizar, Como parte de las actividades preparatorias de la Feria se debe reproducir la papelería que se utilizará durante el evento. La programación de la Feria, debe incluir dos tipos de materiales; Listado del material y documentación

Listado de materiales para el empresario, que requiere en el stand

Además se debe hacer la preparación de las instalaciones con el fin de que todo esté debidamente organizado teniendo en cuenta todos los stands inscritos.

1 día previo → Se debe de prestar atención a las actividades del día previo, de esta organización depende el éxito de la feria, nunca dejar para el propio día el traslado de equipo e instalaciones de los stand.

El día del Evento → Se da inicio la realización de la feria, en las instalaciones el día anterior se ha dejado todo listo para iniciar las actividades a la hora programada este día, se convoca una hora antes de la inauguración al personal asignado para las tareas logísticas y de atención a los visitantes y personalidades invitados para la inauguración.

#### Paso 3:

##### Evaluación

Evaluación de Resultados → Da inicio con el análisis de la información colectada y se realiza un balance de resultados de la feria, actividad que se realiza posterior al evento, da inicio con el Informe Parcial que cada Comisión debe elaborar de sus actividades, la Coordinación General debe recopilar esos informes para analizar la información generada de los informes y planificar la Evaluación de Resultados, se programa una reunión con los representantes de cada Comisión.

Seguimiento → Posterior al proceso de preparación y ejecución, se realizan acciones de seguimiento a los acuerdos, contactos, convenios y alianzas establecidas durante la misma; así como también de los indicadores planificados. Todo ello para contribuir a garantizar el impacto y la sostenibilidad de esta herramienta.

Sistematización → Es un proceso permanente y acumulativo de construcción de conocimientos a partir de la experiencia de acción/intervención en una realidad específica, se realiza después de concluido el proceso de la feria, este es otro proceso que debe ser realizado por agentes externos a los que participaron en la realización de la feria. Es un primer nivel de teorización sobre la práctica. Por un lado pretende mejorar la práctica y por el otro enriquecer las teorías existentes de procesos.

### **Estrategias implementadas en las ferias de emprendimiento en Chile**

Las ferias de emprendimiento en Chile reúnen ciertas estrategias las cuales permiten contribuir al desarrollo de esta investigación a continuación se detallan algunas de estas estrategias que son las medidas necesarias con las cuales se ponen en marcha las ferias y dan como resultado un ambiente donde se presentan muestras empresariales que permiten reconocer de alguna forma a los futuros empresarios e innovadores del país. Se detallan las siguientes:

Tiene como prioridad contribuir activamente al avance tecnológico el cual contribuye con desarrollo de proyectos unidad de desarrollo tecnológico.

Fomentar y fortalecer el contacto entre empresa y la universidad.

Desarrollar y ayudar a implementar nuevas tecnologías para mejorar procesos existentes y adaptarlos a las exigencias del mercado y a la preservación del medio ambiente.

Capacitar a profesionales de empresas en los campos señalados mediante charla, seminarios y cursos.

Plan fomento de la vocación emprendedora entre sus estudiantes a través del dictado de materias de formación de empresa y la organización de un centro de incubación de empresas.

Generar competencias emprendedoras en la formación de profesionales, para lo cual se vale de nuevos contenidos y metodologías de enseñanza de aprendizaje, que les permitan enfrentar los requerimientos cambiantes del mundo actual y futuro.

Programas IDEA –Incuba, una incubadora de empresas de alta tecnología, dedicada especialmente a estudiantes y profesores, pero también abierta a la comunidad. Se priorizan aquellas ideas que resulten factibles y que aporten al progreso económico y social de la región.

Las incubadoras de negocios surgen, de acuerdo a ChileIncuba A.G., como “organizaciones que apoyan y aceleran el proceso de creación, desarrollo y

consolidación de empresas innovadoras, así como la capacidad emprendedora de personas que quieren iniciar su propia empresa, convirtiéndose en su primer socio estratégico que les provee de servicios y redes estratégicas de contactos nacionales e internacionales”.

## **CONCLUSIONES**

Las ferias de emprendimiento en Chile tiene el apoyo de entidades no solo públicas sino además privadas que buscan generar incrementos y oportunidades en el país.

El emprendimiento en Chile juega un papel muy importante, son varios las herramientas que se utilizan para fortalecer y hacer de los universitarios personas emprendedoras y que se interesen por emprendedor en el país, las ferias son una de las más utilizadas.

La tecnología y la innovación son aspectos relevantes a la hora de organizar ferias de emprendimiento, con ellos permiten la disposición y asistencia de un buen grupo de personas.

## **INQUIETUDES**

¿Cuáles son los criterios para el análisis de las ferias que permitan tener una coherencia en el estudio de las que resulten durante toda la investigación?

¿Cuál es el criterio que las define como nacionales e internacionales?

## **ANEXO I. CORRELATORÍA II SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORÍA**

##### **Sesión II. Seminario de Investigación**

**Tema específico:** ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PUBLICAS DE CHILE

**Presentado Por:** Elizabeth Álvarez Santos

**Fecha:** 16 de Abril de 2016

#### **ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN**

##### **EMPRENDIMIENTO EN CHILE:**

Para hablar de Emprendimiento en Chile, se puede establecer que emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, proyectos, Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. Pero muchas veces la falta de conocimiento y experiencia lleva a fracasar a los emprendedores, debido a esto se da la importancia de la ley de re-emprendimiento que existe en Chile.

Esta ley nace de los resultados obtenidos en el informe "Economic Policy Reforms 2011: Going for Growth" de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), donde las costosas, demorasas e ineficientes regulaciones de quiebra existentes en Chile frenaban el crecimiento de la productividad.

El gobierno de Chile cuenta con la Superintendencia de Insolvencia y Re-emprendimiento que nace en el 2014 y se publica la ley 20.720 Ley de reorganización y liquidación de empresas y personas o como bien se conoce ley de re-emprendimiento, su objetivo es aumentar la eficiencia con la que se puede poner fin a una compañía insolvente, incrementar la tasa de recuperación de los acreedores y liberar al dueño más rápidamente para nuevos emprendimientos.

Pero no solo genera una optimización de los recursos, sino que también libera al emprendedor de muchos costos. Según cifras de la Superintendencia de Quiebras, simplemente publicar todos los avisos necesarios en el Diario Oficial de Chile puede costar hasta CLP\$500.000 o sea \$2.300.000. El nuevo proyecto elimina estos costos, por medio de la creación de un sistema de notificación gratuito y electrónico.

Entre octubre de 2014 a marzo de 2016 de las personas que habían entrado en quiebra el 68.8% ya habían iniciado nuevamente una idea de negocio y establecido su empresa.

### **FERIAS UNIVERSITARIAS DE EMPRENDIMIENTO EN CHILE**

Para hablar de las ferias universitarias es importante primero establecer criterios que la definan de talla nacional o internacional.

Para las ferias universitarias de talla nacional se pueden definir los siguientes criterios:

Por qué no cuenta con al menos un evaluador o conferencista de talla internacional

Por qué el evento / feria solo tiene un impacto regional o nacional

En Chile contamos con las siguientes ferias universitarias de emprendimiento nacional:

Universidad tecnológica metropolitana con la feria Elevate- Utem

Universidad de Chile con la feria de Emprendedores sustentables

Universidad Arturo Prat con la Feria de innovación y Emprendimiento

Para las ferias universitarias de talla internacional se pueden definir los siguientes criterios:

Por qué cuenta con al menos un evaluador o conferencista de talla internacional

Por qué el evento / feria tiene un impacto internacional.

En Chile contamos con las siguientes ferias universitarias de emprendimiento de talla internacional:

Universidad de Santiago de Chile con Despega USACH: Los primeros 5 puestos reciben apoyo de la incubadora de negocio INNOVO para la creación del negocio y una pasantía en un centro internacional para la validación comercial del negocio en el mercado global.

Universidad de Talca con la feria de emprendimiento: Los mejores proyectos son premiados con una capacitación en la ciudad de Buenos Aires en donde se visita la escuela de negocios y la incubadora de empresas.

Universidad del Bio – Bio con la feria de la Innovación: Esta feria es de talla internacional porque dentro de sus exponentes se encuentran personajes de la talla de Cecilia Bolocco, Alejandra Mustakis (Asech), Avery Wang (Shazam – aplicación de celulares) y Gustavo Vas (Easy Taxi), entre otros. Quienes brindan charlas de sus experiencia como emprendedores.

Para complementar el tema de feria es necesario destacar la feria de emprendimiento más grande que se realiza en Chile

Arriba Mi Pyme se enmarca en la estrategia Empréndete Chile, del Ministerio de Economía, que ha trabajado intensamente en la definición de una agenda potente que apoye el emprendimiento desde su inicio en el desarrollo de nuevas ideas y su consolidación.

Arriba Mipyme es una iniciativa del Gobierno de Chile que reúne toda la oferta público-privada para apoyar el desarrollo de las buenas ideas de negocios de las micro, pequeñas y medianas empresas en el país.

#### Premio Pyme

Mujer Emprendedora, Pyme Innovadora y Emprendedor/a del Año. La última versión que se realizó de esta feria fue en 2013 y fue su cuarta versión.

ASECH (Asociación de emprendedores más grande de Chile) reúne a más de 20.000 socios y su objetivo es promover y defender el emprendimiento para que todos puedan materializar sus sueños. A partir del 2014 empieza a realizar la FERIA DE EMPRENDIMIENTO ASECH, (se realizó en octubre de 2014) donde los participantes pudieron informarse y capacitarse en diversas áreas, como financiamiento, marketing, publicidad, ventas, políticas públicas, temas legales y contabilidad. La feria, que contó con el apoyo de BCI, la Mutual de Seguridad y BeCapitals, se realizó en el Centro de Extensión UC, ubicado en Alameda 390, Santiago, a la que llegaron cerca de 1.500 emprendedores de todo Chile

Para el 2015 en la feria de asech llegaron cerca de 1900 emprendedores de todo Chile en las cuales contaban con 35 actividades para emprendedores, entre las cuales están 48 stands con servicios para emprendedores, 38 expositores, y 16 mesas de conversación sobre temáticas relacionadas al emprendimiento. Sin lugar a duda esta feria es la más grande de Chile.

#### **PATROCINIO Y FINANCIAMIENTO DE LAS FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PUBLICAS DE CHILE**

En Chile existen entidades que apoyan el emprendimiento, como lo son:

ProChile: Es una institución del Ministerio de Relaciones Exteriores, encargada de asesorar y ofrecer conocimiento e información para facilitar los procesos de internacionalización de las empresas.

Corfo: Es la Corporación que mejora la competitividad y la diversificación productiva en Chile, a través de programas que fomentan la inversión, la innovación y el emprendimiento.

Start-Up Chile: Es una de las mejores aceleradoras de Latinoamérica y cuenta con más de 750 startups en todo el mundo. Por medio de asesoramiento, mentoría y acceso a una red de contactos internacionales, Start-Up Chile busca convertirse a en el polo de innovación y emprendimiento de América Latina.

Asech: Es la Asociación de emprendedores de Chile que promueve y defiende el emprendimiento. Su objetivo es materializar los sueños con libertad, y con condiciones óptimas que no limiten la creación de nuevas ideas de negocio.

Innovo: Es un centro de innovación y transferencia tecnológica, dedicada a ofrecer servicios especializados de apoyo, gestión y vinculación de proyectos tecnológicos innovadores. Así mismo, a través de la Incubadora Innovo-Usach, apoyan ideas de negocio de base tecnológica en etapa temprana.

## **ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS EN LAS FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN CHILE**

En general la mayor estrategia implementada son los beneficios económicos, académicos e intelectuales, que brindan las universidades a los participantes en las ferias

## **REFLEXIÓN CRÍTICA**

### **Contenido**

#### **Aspectos relevantes del tema.**

Ferias de emprendimiento que existen en Chile

Patrocinios y Financiamiento para el emprendimiento.

**Acuerdos y desacuerdos.** Los acuerdos y desacuerdos se encuentran planteados en el anterior capítulo de Aspectos que complementan el tema de exposición

**Claridad de la exposición:** El relator manejó de una manera clara y eficiente la información del seminario. Se considera pertinente para futuros seminarios la ayuda con videos u otras herramientas que hagan amena la exposición.

**Capacidad de comunicar y liderar el grupo:** Siento que el grupo fue dirigido de una manera acertada y la información fue recibida de manera satisfactoria.

## **ANEXO J. PROTOCOLO II SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO**

##### **Sesión II. Seminario de Investigación**

**Tema específico: ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE CHILE**

**Fecha: 16 de Abril**

##### **ASISTENTES Y FUNCIONES:**

**Director:** Mayerly Constanza Gil Tamayo  
**Relator:** Maribel Pineda León  
**Correlator:** Elizabeth Álvarez Santos  
**Protocolante:** Deicy Johanna Vargas Méndez  
**Asistente:** Ana Carmenza Buitrago Sanabria

##### **COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR**

Se analizó la importancia del marco teórico basado en lo establecido en el objetivo principal del trabajo investigativo.

Se establecieron los temas relevantes que deben contener el trabajo final.

##### **EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA**

**Relatoría:** La investigación realizada por el relator se observa que esta relaciona a los objetivos, cada subtema investigado fue claro y preciso, tiene profundidad cada tema abordado y la exposición es concisa, los participantes tuvieron claridad de la investigación realizada.

**Correlatoría:** Se evidencia la preparación e investigación en cuanto al tema enviado por el relator, complemento cada subtema planteado, fue concisa, pertinente en su participación en el seminario.

##### **DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN**

En la discusión de este II seminario Investigativo se realizó aportes muy interesantes de parte de los asistentes mostrando su claro conocimiento, en cuanto al tema, sus objetivos y a donde desean llegar con esta investigación. Los temas son complementarios a ferias, eventos y emprendimiento en un país como Chile, logrando el propósito con los objetivos de esta Investigación.

## **ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES**

Una de las primeras preguntas de parte de uno de los participantes era cual es el propósito de esta Investigación, la respuesta de cada participante fue clara y precisa en su visión. Se recomienda tener claro el propósito de la Investigación poder dar una información al Evento de Emprendedores de la UIS.

Tener claridad y pulir más la información de las características de las Ferias de Emprendimiento en Chile dada por el relator, cuáles son esas características, el como lo están haciendo para poderlo proponer y darlo a conocer.

Según investigación del correlator tener en cuenta los criterios de porque se pueden definir estos eventos de talla Nacional o Internacional.

Definir las estrategias que Implementan las universidades de Chile que realizan Ferias de Emprendimiento, en la investigación del relator no todas son estrategias.

La pregunta cómo se financian y como se promocionan, se debe investigarse que es lo que se financian no hay suficiente información y poca claridad en la información.

Describir ampliamente que es una Feria y buscar más información, o definir los eventos.

Retomar la información y mirar de las Institución, nombre de la Institución, evento, decir si es Nacional e Internacional, actividades que realiza el evento, líneas de acción que manejan.

Se revisa la encuesta y se recomienda modificar la primera pregunta y cambiarla en una posición más abajo.

Colocar cual es la misión del porque se realiza el evento. Otra pregunta es cómo se Financia el evento.

Colocar orden lógico a las preguntas de la encuesta que se va a enviar.

Se muestra la metodología de enviar la encuesta a las Universidades de Colombia, Chile y España, se utilizara correo electrónico, llamadas etc.

No colocar la pregunta que se hace antes durante y después de los eventos, es más caracterizar las ferias que más se hacen en ellas, que otras actividades o eventos realizan.

Considerar el tiempo que dura la feria, el lugar en el cual se lleva acabo, la atención directa.

### **REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS**

Las reglas metodológicas utilizadas el Director del Seminario determino con el relator 15 minutos de exposición del tema y para el correlator 10 para su sustentación en el tema, los asistentes invitados para su opinión debe levantar la mano para hacer su intervención.

### **CONCLUSIONES**

Definir los eventos de talla Nacional e Internacional.

Definir estrategias que implementan las universidades de Chile.

Cambiar ciertas preguntas de la encuesta que se enviara a las Universidades de Chile.

### **TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN**

**ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE ESPAÑA**

## **ANEXO K. RELATORÍA III SEMINARIO UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER**

### **INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA RELATORÍA**

##### **Sesión III. Seminario de Investigación**

**Tema específico: ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE ESPAÑA**

**Presentado Por: Deicy Johanna Vargas Méndez**

**Fecha: 30 de Abril**

##### **OBJETIVO (PERSPECTIVA DE LA RELATORÍA):**

La investigación de este seminario muestra las estrategias implementadas por la Universidades públicas de España, el objetivo a lograr con los estudiantes que participan e incentivan en estas ferias de Emprendimiento, identificar las acciones que realizan y tienen cuenta para lograr una satisfactoria participación en ellas. Se logrará aportar conocimientos y fortalecer al estudiante como emprendedor.

##### **FUENTES DE INFORMACIÓN:**

Emprendimiento en España

Global Entrepreneurship Monitor. El emprendimiento en España se estabiliza aunque pierde calidad (en línea) <http://www.gem-spain.com/?p=493> [citado el 10 de abril de 2016]

Organización para la cooperación y desarrollo económicos. Mejores políticas para una vida mejor (en línea) <<http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>> [citado el 10 de abril de 2016]

Business And Economics. España por debajo de la media europea en actitud emprendedora (en línea). <http://ezproxy.uis.edu.co:2086/docview/1664342524?accountid=29068> (citado el 10 de Abril de 2016)

Emprendimiento Universitario en España

Agencia estatal boletín oficial del Estado. Ley 11 de 2013 (en línea) <https://www.boe.es/legislacion/> [citado el 10 de abril de 2016]

Laboral social. Publicada la Ley 11/2013, de medidas de apoyo al emprendedor y del estímulo del crecimiento y de la creación de empleo <<http://www.laboral-social.com/publicada-Ley-11-2013-medidas-apoyo-emprendedor-estimulo-crecimiento-creacion-empleo.html>> [citado el 10 de abril de 2016]

El emprendimiento se convierte en carrera Universitaria (en línea) <http://www.20minutos.es/noticia/2116474/0/como-se-educa/emprendedor/empleo-formacion/> [citado el 10 de Abril de 2016]

Ferias Universitarias de Emprendimiento en España  
UNIVERSIDAD DE JAÉN. VII FERIA DEL EMPRENDIMIENTO (en línea) [https://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/uempleo/apoyo\\_emprendedores/PROGRAMA%20VIII%20FERIA%20DE%20EMPRENDIMIENTO.pdf](https://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/uempleo/apoyo_emprendedores/PROGRAMA%20VIII%20FERIA%20DE%20EMPRENDIMIENTO.pdf) (citado el 10 de Abril de 2016)

Universidad de Almería. Feria de las ideas. (en línea). <http://feriadelasideas.es/>. Consultado el 10 de abril de 2016.

Universidad de Granada. Convoca el IV Concurso de Emprendimiento Universitario. (En línea) <http://fciencias.ugr.es/inicio/34-noticias/1719-iv-concurso-de-emprendimiento-universitario-de-la-universidad-de-granada>

Patrocinio y Financiamiento  
Universidad de Almería. Feria de las ideas. (En línea). <http://feriadelasideas.es/>. Consultado el 10 de abril de 2016.

Acciones Antes, Durante y después  
HERRAMIENTA ESTRATEGICA DE MARKETING. <http://www.marketing-xxi.com/la-feria-como-herramienta-estrategica-de-marketing-68.htm> (Citado el 10 de Abril de 2016)

Estrategias  
Gutiérrez, P. R., & Cañizares, S. M. S. (2015). La enseñanza del emprendimiento en la universidad: el caso de la asignatura de Creación de Empresas en la Universidad de Córdoba. In *Emprendimiento e innovación: creando empresas competitivas (workshop): Universidad Pablo de Olavide, 11-12 septiembre 2015* (pp. 135-142). Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla. <http://www.upo.es/ocs/index.php/eic2015/eic2015/paper/viewFile/391/505> (citado el 10 de Abril de 2016)

Delicio, F. A. (2006). Estrategias para el fomento del emprendedurismo universitario en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. *FACES: revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 12(26), 41-65.

[http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/FACES\\_n26\\_41-65.pdf](http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/FACES_n26_41-65.pdf), (citado el 10 de Abril de 2016)

Quezada, R. A. G. (2011). La responsabilidad social universitaria como desafío para la gestión estratégica de la Educación Superior: el caso de España. *Revista de educación*, (355), 109-133.

[http://www.revistaeducacion.educacion.es/re355/re355\\_05.pdf](http://www.revistaeducacion.educacion.es/re355/re355_05.pdf) (citado el 10 de Abril de 2016)

## **PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN**

¿Es prioridad en las Universidades Públicas de España el emprendimiento?

¿Cuáles son los objetivos de realizar las ferias de Emprendimiento en España?

¿Cuáles son las estrategias Implementadas por las Universidades Públicas de España para que las ferias de Emprendimiento logren la talla Nacional e Internacional?

¿Existe patrocinio y financiamiento para el apoyo de las Ferias de Emprendimiento en España?

¿Qué Universidades públicas de España participan en las Ferias de Emprendimiento?

## **DESARROLLO DEL TEMA**

### **EMPRENDIMIENTO EN ESPAÑA**

España no es un país muy emprendedor, pero mantiene una gran afinidad con el tema de innovación. En España se emprende menos o hay menos intención de emprender que en países de nuestro entorno, esto se debe en gran medida a la financiación, familiares y amigos son los primeros recursos en los primeros meses de vida del negocio, además de los propios recursos del emprendedor, recursos que en muchas ocasiones pueden no ser suficientes.<sup>92</sup>

Existen otras dificultades a las que se enfrenta el emprendedor en España, entre estas está la complejidad burocrática. De hecho, abrir una empresa en España requiere el doble de trámites, así como tiempo empleado, comparado con los países con altos ingresos de la OCDE (Organización para la Cooperación y

---

<sup>92</sup> Global Entrepreneurship Monitor. El emprendimiento en España se estabiliza aunque pierde calidad (en línea). <<http://www.gem-spain.com/?p=493>> [citado en 24 de abril de 2016]

Desarrollo Económicos). Algo para comentar es que la gran mayoría de los nuevos emprendedores Sin embargo, el sector tecnológico se empieza a estar presente en algunos de los nuevos proyectos también.<sup>93</sup>

La mitad de los españoles considera que la oferta educativa del emprendimiento y el autoempleo es insuficiente en nuestro país. Todos creen que debería fomentarse más el espíritu de emprender un proyecto empresarial. El 35% de los españoles encuestados en el estudio cree que son las organizaciones sin ánimo de lucro, las Cámaras de Comercio o los Programas Gubernamentales las que deberían promover ese espíritu emprendedor, mientras que el 31% considera que son las Universidades las responsables. El 26% cree que debería ser una iniciativa propia o promoverlo desde la educación secundaria y el 23% apunta a los programas organizados por empresas privadas. Sin embargo, a nivel europeo son más partidarios de que se promueva desde la educación secundaria (un 38%) y el 33% opina que debería ser competencia de las organizaciones sin ánimo de lucro, las Cámaras de Comercio o los Programas Gubernamentales.

Los jóvenes menores de 35 años son los que tienen una actitud más positiva al emprendimiento y los más propensos al autoempleo. El 47% de los jóvenes en España confía en montar su propio negocio y el 72% muestra una actitud positiva ante esa posibilidad. Aun así, los europeos superan por dos décimas (49%) los que se ven montando su propio negocio, y por 8 décimas (80%) aquellos que se muestran positivos ante el autoempleo.<sup>94</sup>

### **Emprendimiento Universitario en España**

En España se viene trabajando fuertemente con el fin de lograr que el emprendimiento en el país crezca de manera constante y lo primordial que la innovación juegue un papel importante en el mismo, por ello se viene trabajando desde las universidades para lograr que desde etapas tempranas se desarrolle como factor primordial de los estudiantes.

Por lo anterior el 28 de julio de 2013 entró en vigor la Ley 11/2013, de medidas de apoyo al emprendedor y del estímulo del crecimiento y de la creación de empleo tras haber sido publicada en el BOE (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado) el sábado 27 de julio.<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup> Organización para la cooperación y desarrollo económicos. Mejores políticas para una vida mejor (en línea). < <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>> [citado en 24 de abril de 2016]

<sup>94</sup> Business And Economics.España por debajo de la media europea en actitud emprendedora (en línea). <http://ezproxy.uis.edu.co:2086/docview/1664342524?accountid=29068> (citado el 10 de Abril de 2016)

<sup>95</sup> Agencia estatal boletín oficial del estado. Ley 11 de 2013 (en línea) <<https://www.boe.es/legislacion/>> [citado el 10 de abril de 2016]

Un análisis de la Ley 11/2013.<sup>96</sup>

La Ley tiene como objetivo reforzar las reformas estructurales que se están aplicando a España desde el año 2012 y en el ámbito laboral, es “conseguir un alto grado de flexibilidad que permita ajustar los precios y salarios relativos, de forma que consiga aumentar la competitividad de nuestra economía”. Las reformas están enfocadas a las Pymes y autónomos debido a que “se ha demostrado que este tipo de empresas constituyen uno de los principales motores para dinamizar la economía española, dada su capacidad de generar empleo y su potencial de creación de valor.... siendo necesario establecer un entorno que promueva la cultura emprendedora”.

La Ley se divide en 42 artículos (5 títulos) completándose con 9 Disposiciones Adicionales, 6 Transitorias, 1 Derogatoria y 15 Finales.

Los 5 TÍTULOS son los siguientes:

Medidas de desarrollo de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven

Medidas de fomento de la financiación empresarial.

Medidas de financiación para el pago los proveedores de las entidades locales y comunidades autónomas, y de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

Medidas en el sector ferroviario.

Medidas en el ámbito del sector de hidrocarburos.

Por lo que respecta al ámbito laboral, el TÍTULO I establece las medidas de desarrollo de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven.

Con carácter general hay que tener en presente la Disp. Adic. Primera de la Ley sobre financiación, aplicación y control de las bonificaciones y reducciones de las cotizaciones sociales (que se mantiene igual con respecto a la redacción dada por el RDL 4/2013).

En el CAPÍTULO I la modificación más reseñable que, como tónica general se encuentra en todo el Capítulo, es la eliminación del Régimen Especial del Mar como colectivo incluido en las medidas de fomento.

Con respecto al art. 1; la cotización a la Seguridad Social aplicable a los jóvenes trabajadores por cuenta propia. En su apartado Uno, modifica la Disposición Adicional 35 de la LGSS que regula las reducciones y bonificaciones a la Seguridad Social aplicables a los jóvenes trabajadores por cuenta propia.

---

<sup>96</sup> Laboral social. Publicada la Ley 11/2013, de medidas de apoyo al emprendedor y del estímulo del crecimiento y de la creación de empleo <<http://www.laboral-social.com/publicada-Ley-11-2013-medidas-apoyo-emprendedor-estimulo-crecimiento-creacion-empleo.html>> [citado el 10 de abril de 2016]

Fomentar el espíritu emprendedor desde la escuela o animar a los universitarios a estudiar un grado sobre Emprendimiento parece estar de moda en un momento en el que tener nuevas ideas de negocio se presenta como la oportunidad para que los estudiantes, futuros trabajadores, eviten las colas del paro.

Es pionera en titulación universitaria oficial en Emprendimiento ofrece a los jóvenes la oportunidad de formarse en modernos espacios ("impacthub") de aprendizaje continuo en Madrid y Barcelona, acudir a algunas clases en la Universidad de Mondragón (Guipúzcoa) y viajar a Finlandia, San Francisco, China, India o Brasil.

La intención principal de esta carrera, según Teamlabs, es formar a los jóvenes para emprender en equipo y trabajar en proyectos reales con una perspectiva de ciudadanos globales.

La formación emprendedora está presente así mismo en la Universidad de Barcelona (UB) a través del Módulo Básico en Emprendimiento para Grado (en colaboración con la Red Emprendía), que pueden seguir desde este año estudiantes (dura ocho semanas y aporta tres créditos) de cualquier carrera, incluso ex alumnos).<sup>97</sup>

De alguna manera se busca estimular con lo anterior que los jóvenes universitarios emprendan sus ideas de manera concisa y que no se quede solo en ideas, aunque es poco es evidente que es un inicio y a decir verdad falta mucho para que se de ese gran paso para que España sea un país más innovador, han iniciado bien pero falta un buen camino por el cual seguir; a esto se le suma que regionalmente tienen competidores muy importantes.

## **FERIAS UNIVERSITARIAS DE EMPRENDIMIENTO EN ESPAÑA**

La Universidad de Jaén realiza la VII Feria del Emprendimiento, su objetivo es fomentar el espíritu emprendedor y favorecer la generación de nuevas empresas por parte de los alumnos y titulados de la Universidad de Jaén, mostrando las experiencias reales de emprendedores de éxito, con proyectos consolidados, y ofreciendo formación práctica sobre el procedimiento de creación de empresas. Dirigidos a Alumnos de todos los Grados, primer y segundo ciclo (diplomaturas, licenciaturas, ingenierías técnicas y superior); tercer ciclo (másteres y doctorados) y titulados de la Universidad de Jaén.

La Universidad de Almería para el 2016 realiza la IX edición de la Feria de las Ideas es un espacio donde los emprendedores pueden exponer sus ideas y encontrar apoyo financiero-comercial-productivo y formativo de la manos de empresarios experimentados, agencias de fomento y entidades privadas. Se celebra desde hace 8 años en la Universidad de Almería y ya es una de las citas imprescindibles en Andalucía sobre el espíritu empresarial e innovador. Esta feria es organizada por la universidad de Almería la Delegación del Gobierno de la

---

<sup>97</sup> El emprendimiento se convierte en carrera Universitaria (en línea)

<http://www.20minutos.es/noticia/2116474/0/como-se-educa/emprendedor/empleo-formacion/> [citado el 10 de Abril de 2016]

Junta de Andalucía, el Parque Científico-Tecnológico de Almería (PITA) y la Escuela de Organización Industrial del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y patrocina Cajamar. En su edición anterior participaron 101 propuestas.

La Universidad de Granada convoca el IV Concurso de Emprendimiento Universitario, esta convocatoria pretende fomentar e impulsar el espíritu emprendedor, la innovación y el progreso, así como contribuir al desarrollo social y económico de Granada, valorando la iniciativa, innovación, capacidad emprendedora, talento y creatividad del desarrollo empresarial fomentando la cultura innovadora y el reconocimiento al esfuerzo por desarrollar y crear proyectos empresariales sostenibles.

El Concurso consta de tres modalidades: Junior Empresas, Iniciativas Empresariales y Proyectos Empresariales Spin-Off.

En la modalidad Iniciativas Empresariales se van a conceder tres premios por un importe de 3.000, 2.500 y 2.000 €, respectivamente, financiados dentro del Plan para el Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía.

Para cada una de las otras dos modalidades se van a conceder tres premios, por un importe 3.000, 2.500 y 2.000 €, respectivamente, financiados dentro del Plan de Fomento de Autoempleo y la Capacidad Emprendedora de la Universidad de Granada (PLAN FACE-UGR).

## **PATROCINIO Y FINANCIAMIENTO DE LAS FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE ESPAÑA**

La Universidad de Jaén: realiza la VII Feria del Emprendimiento, esta feria es patrocinada por UNIVERSIDAD DE JAÉN, por Instituciones gubernamentales como AULA ANDALUCÍA EMPRENDE, UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO, SECOT, FAECTA COOPERATIVAS.

La Universidad de Almería: Realiza la IX edición de la Feria de las Ideas, esta feria es patrocinada por Cajamar.

## **QUE SE DEBE HACER ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE UNA FERIA DE EMPRENDIMIENTO**

### **Acciones prefería**

Nombrar un responsable o coordinador para la feria.

Establecer los objetivos, siempre por escrito, que persigue la empresa con la participación en la feria. Los objetivos pueden ser muy diversos, desde conseguir nuevos contactos, más ventas, hasta potenciar la imagen de la empresa o simplemente potenciar las relaciones públicas ante los medios de comunicación.

Definir el público objetivo. Es decir, ¿con qué visitantes queremos contactar? Pues en función del perfil de ese público haremos diferentes acciones de comunicación antes, durante y después de la feria.

Revisar si nos sigue interesando estar presente en la feria. No hay que acudir solo porque se ha hecho en años anteriores (el mercado y las tendencias cambian y puede ser que dicha feria no tenga la misma efectividad en la actualidad para nuestros objetivos) o porque está presente nuestra competencia.

Debemos conseguir información del perfil del visitante a la feria, a veces la entidad organizadora elabora estudios cualitativos y cuantitativos que facilita a los expositores.

También tendremos que comprobar que las fechas de celebración de la feria no coinciden con otras competitivas que puedan restar importancia a la nuestra.

Solicitar al salón profesional la documentación necesaria para participar en la feria y reservar el espacio de exposición. La ubicación del *stand* resulta fundamental para captar a los visitantes, especialmente si la campaña de comunicación pre-feria va a ser reducida. También sería interesante conocer dónde van a estar los competidores, así como las empresas que van a estar a nuestro lado.

Definir el material que se va a exponer en el *stand*. Fijar el presupuesto del que disponemos, en sus diferentes partidas, para la feria.

Diseñar el programa de comunicación/publicidad para la captación de visitantes.

Seleccionar y contactar con el decorador/instalador del *stand* para solicitarle presupuesto y maqueta, en caso de que queramos que se realice externamente.

Diseñar y fabricar el material a exponer en la feria.

Preparar con el tiempo la documentación técnica y comercial que se va a entregar en el salón.

Aprobar la maqueta del *stand* y el presupuesto. No olvidar que el *stand* es un elemento de comunicación que debe conseguir un gran impacto visual ante los visitantes.

Diseñar y encargar los artículos promocionales para la feria.

Supervisar la fabricación de los elementos decorativos del *stand* (rótulos, fotos, material audiovisual).

Contratación de mobiliario, decoración floral, suministros de electricidad, agua, azafatas (es mucho mejor contar con personal especializado aunque nos cueste un poco más, ya que nos estamos jugando la imagen de la empresa).

Preparar las listas de precios.

Comprobar la disponibilidad de los materiales promocionales: web, catálogos, tarjetas de visita, regalos, etc.

Comprobar la contratación de servicios de la feria.

Elaborar fichas de contacto de visitantes para crear bases de datos.

### **Acciones durante la feria**

Reuniones diarias con el personal del *stand* para intercambiar información, aclarar dudas y valorar resultados. Deberemos reflejar lo más significativo en un informe diario.

Rellenar las fichas de contacto para crear una base de datos de visitantes.

Un primer paso es por lo menos recolectar tarjetas de visita, pero lo mejor es complimentar unas fichas-contacto. Dicha ficha debe contener el mayor número posible de información que podamos conseguir sobre el visitante, desde el nombre y la empresa, hasta el producto que le interesa o los competidores con los que trabaja.

Distribuir catálogos en papel o en soporte informático pero controlando su distribución.

Entregar obsequios o artículos de promoción pero limitando su distribución con objeto de mostrar cierta exclusividad.

Recoger información sobre la competencia.

Potenciar nuestro posicionamiento en la red y los *social media*.

### **Acciones post-feria**

Reunión inmediata con el personal del *stand* para hacer una primera evaluación de la feria y analizar el contenido de las fichas-contacto recogidas.

Realizar las acciones de seguimiento oportunas en cada caso para adelantarse a la competencia. Es bueno incluso agradecer con un *e-mail* personalizado la visita a nuestro *stand*.

Realización del informe final de la participación. En él se reflejarán los resultados obtenidos comparándolos con los objetivos que se habían previsto en un principio, la actuación del personal del *stand*, el análisis de la

competencia presente en la feria, recomendaciones y sugerencias para mejorar participaciones futuras y una valoración de la utilidad de esta feria.

Envío de notas de prensa a los medios de comunicación y *social media* con los resultados obtenidos en la feria.

## **ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS EN LAS FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN ESPAÑA**

En España existen diversas actividades para los estudiantes, cuenta con una serie de contactos y convenios con organismos públicos y empresas privadas, a fin de incentivar la actividad emprendedora entre sus alumnos:

**CONVENIOS DE COOPERACIÓN EDUCATIVAS.** Son convenios que la universidad pública celebra con empresas de la región. Por medio de este convenio, los estudiantes de los últimos semestres obtienen créditos académicos.

**FIGURA PADRINO DEL ESTUDIANTE:** Consiste en que graduados de la UPC, que ejercen una labor profesional destacada tanto sea como empresarios o como gerentes en puestos importante en industrias o empresas, colaboren en la labor de tutores de los estudiantes de últimos semestres. De esta forma los estudiantes pueden llegar a tener un conocimiento más preciso sobre la realidad laboral en el ámbito de las industrias y de las empresas.

**PROYECTO FIN DE CARRERA:** Al finalizar sus estudios y para poder acceder a la licenciatura, los estudiantes tienen como obligación desarrollar y defender un proyecto de fin de carrera. No debe ser solamente un planteamiento académico, sino una propuesta capaz de responder a situaciones reales propuestas por empresas o por instituciones vinculadas con la Universidad.

**LAS JUNIOR EMPRESAS:** Son asociaciones sin ánimo de lucro formadas y gestionadas por estudiantes. Su finalidad es crear lazos de colaboración entre la universidad y el mundo laboral.

**JORNADAS DE SENSIBILIZACIÓN:** SU objetivos es crear conciencia y lograr un cambio cultural hacia el auto empleo. Para ello se realizan visitas a alumnos de diferentes licenciaturas y grupos de investigación, así como mesas redondas a conferencias en colaboración con instituciones que prestan servicios al emprendedor.

**CAPACITACIÓN** se ofrece capacitación a los emprendedores con el propósito de complementar sus conocimientos técnicos de manera tal que se adecue lo máximo posible a las necesidades derivadas de su idea De negocio.

**ASESORÍA EN LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS EMPRESARIALES:** Brinda a los emprendedores las herramientas imprescindibles para dar forma a su idea de negocio y desarrollarla hasta la puesta en marcha.

La identificación de diferentes perspectivas de RSU permite a las universidades diseñar adecuadamente las políticas y estrategias relacionadas con esta materia, que en el caso específico de las universidades españolas puede transformarse en un apoyo importante para responder correctamente a los desafíos y exigencias que la EU 2015 les plantea, en cuanto a su comportamiento socialmente responsable como eje o lineamiento estratégico.

Generar cauces adecuados de estímulo a la creatividad, el emprendimiento y las iniciativas de los estudiantes, porque no se dispone de mecanismos apropiados para aprovechar y apoyar talentos e ideas que pueden acabar desarrollando fuera del ámbito universitario.

La excelencia científica y competencia emprendedora e innovadora son ahora señas de identidad de las mejores universidades y de un sistema que, en su conjunto, está experimentando el impacto que tiene la medición de la producción y el uso del conocimiento en la reputación y el prestigio de las instituciones, esta es una práctica estratégica de España.

Sesiones de visita de emprendedores reales que narran su experiencia y transmiten los problemas a los que se han enfrentado, cómo han luchado por su idea de negocio y las motivaciones que les llevaron a optar por esa forma de vida. De forma más concreta, son llamados a colaborar en la asignatura a personas con un perfil que conecte y cree empatía con los alumnos. Esto se logra mediante la presencia de jóvenes emprendedores (de entre 25- 35 años aproximadamente). Estas “conferencias” son valoradas especialmente por el alumnado porque les lleva a conocer de primera mano aspectos que solo han visto en clase en un entorno controlado. Los casos que se presentan pueden ser tanto de éxito como de fracaso empresarial ya que de acuerdo con Minniti y By grave, 2001 el aprendizaje ya sea desde experiencias positivas como negativas es esencial para el éxito de cara a incrementar los comportamientos hacia el emprendimiento. De este modo, de manera especial las experiencias de fracaso resultan muy ejemplificadoras a la hora de perder el temor a dicho fracaso y esclarecer que una idea fallida puede ser un punto de partida para futuros proyectos. También se desarrollan sesiones con otros agentes relacionados con el emprendimiento (consultores, gestores de entidades públicas, etc.)

Desarrollo de casos prácticos: no se trata de la habitual metodología de casos donde el docente distribuye diferentes casos de estudio (bien redactados por él mismo, o bien recopilados de las múltiples fuentes bibliográficas sobre la materia) para que sean analizados por el alumnado. Muy al contrario, aquí son los propios alumnos los que, a través de la selección de un emprendedor real de su entorno,

elaboran un caso sobre su idea de negocio, reflejando su problemática particular y el modo en que el proyecto se convirtió en un negocio finalmente. Todo ello permite un acercamiento del alumnado al mundo del emprendedor y sus distintas facetas, potenciando de este modo un mayor y mejor conocimiento del mismo.

Trabajo con simulador de negocio: en distintas sesiones en el aula informática se le facilita al grupo el acceso a varios simuladores de creación de empresas. El contacto con este tipo de software presenta utilidad al principio del diseño del plan de negocio, para centrar la idea y recopilar los aspectos a tener en cuenta para elaborar el plan. También se retoma su uso más adelante, en el momento de llevar a cabo toda la tramitación administrativa que conlleva la creación de la empresa, de manera que los grupos conocen de forma muy intuitiva cada uno de los pasos a dar en función de la forma jurídica más apropiada para su idea. El simulador les lleva a los diferentes organismos y entidades a las que han de acudir en la realidad, aunque igualmente se utilizan las distintas posibilidades ofrecidas por la ventanilla on-line en aquellos trámites donde esta opción es plausible.

## **CONCLUSIONES**

Como podemos observar en esta investigación los países analizados manejan ferias y eventos de emprendimiento e incentivan a los alumnos y comunidad a hacer innovadores a crear su propia empresa como es el caso de España que en este seminario se analizó.

España no es un país muy emprendedor, pero mantiene una gran afinidad con el tema de innovación, se considera que la oferta educativa del emprendimiento y el autoempleo es insuficiente en este país.

España busca la manera de diversas actividades para los estudiantes, cuenta con una serie de contactos y convenios con organismos públicos y empresas privadas, a fin de incentivar la actividad emprendedora entre sus alumnos.

Los jóvenes menores de 35 años son los más positivos al emprendimiento y los más propensos al autoempleo.

España realiza muchas Ferias con el fin de incentivar al estudiante que busque empleo y no a tener su propia empresa.

Las estrategias que implementas las Ferias de Emprendimiento en España ofrece capacitación a los emprendedores con el propósito de complementar sus conocimientos técnicos de manera tal que se adecue lo máximo posible a las necesidades derivadas de su idea De negocio.

## **ANEXO L. CORRELATORÍA III SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORÍA**

##### **Sesión III. SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN**

**Tema específico: ANALISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PUBLICAS DE ESPAÑA.**

**Presentado Por: MAYERLI GIL**

**Fecha: 30 DE ABRIL DE 2016**

#### **ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN**

##### **EMPRENDIMIENTO**

“la filosofía empresarial que postula que la esencia de las empresas ha de estar constituida por ideas y personas emprendedoras capaces de convertirlas en realidades”, como ha destacado el rector en funciones de la UAL ha señalado también que para “fomentar” el emprendimiento debe existir una “estrategia a largo plazo” que vaya más allá de las medidas legislativas, de simplificaciones de los trámites administrativos o de la mejora del tratamiento fiscal, para “centrarse en factores estructurales”. “Desde este punto de vista, son clave para la promoción de la iniciativa emprendedora el fomento de la cultura emprendedora, la formación en emprendimiento y el acceso a financiación de las nuevas iniciativas”.<sup>98</sup>

A continuación se investigaron ferias que contempla la investigación del relator.

##### **FERIAS UNIVERSITARIAS EN ESPAÑA**

**UNIVERSIDAD DE SEVILLA** (Feria de Emprendimiento de la F. de Economía).

Esta Feria de Emprendimiento se estructura en una zona de stands de numerosas empresas, organismos e instituciones públicas relacionados con esta materia, además de conferencias, mesas redondas en la que emprendedores de éxito cuentan sus propias experiencias y ponencias con las principales ayudas a las que

---

<sup>98</sup>[http://cms.ual.es/UAL/universidad/organosgobierno/gabcomunicacion/noticias/29ABR2015\\_INAUGURACIONOCTAVAFERIAIDEAS](http://cms.ual.es/UAL/universidad/organosgobierno/gabcomunicacion/noticias/29ABR2015_INAUGURACIONOCTAVAFERIAIDEAS)

pueden optar con el objetivo de estimular el espíritu emprendedor entre sus estudiantes.

Las empresas y organismos que participan en este encuentro son Universidad de Sevilla, Fundación Cajasol, Andalucía Emprende (Junta de Andalucía), Andalucía Open Future, Asociación de Jóvenes Empresarios, Ayesa, Ayuntamiento de Sevilla – Sevilla Emprendedora, Banco Sabadell, Banco Santander, CaixaBank, Cámara de Comercio de Sevilla, CEA, CES, Cepes Andalucía, Fundación Cobres Las Cruces, Fundación Cruzcampo, Fundación Persán y Red BAIA.<sup>99</sup>

### **UNIVERSIDAD DE SALAMANCA** (Evento Startup Ole Eurole)

Startup Olé nace de la mano de la Universidad de Salamanca y Welcome, proyecto europeo vinculado al Parque Científico, con el doble objetivo de impulsar el fenómeno startup en Europa y conectar Salamanca con los principales ecosistemas emprendedores del continente.

Entre las actividades que albergará el evento, habrá un buen número de ponencias y mesas redondas que girarán en torno a las nuevas tecnologías y los negocios de alto potencial; un hackathon, en el que los participantes medirán su destreza como programadores; un foro destinado a poner en contacto a emprendedores y ángeles inversores; distintas sesiones de networking, y un encuentro de aceleradoras empresariales aglutinadas en la red europea Accelerator Assembly.

Con ocasión de Startup Olé, se organizará también una feria en la que los emprendedores podrán exponer sus prototipos y servicios en un entorno propicio para la generación de negocio. Gracias a su conexión con Startup Europe– iniciativa europea de apoyo a las nuevas empresas digitales- también contarán con un stand muchos de los proyectos financiados por la Comisión para favorecer el desarrollo del mercado único digital y a cultura emprendedora en los Estados miembros.<sup>100</sup>

### **UNIVERSIDAD DE CANTABRIA** (Feria de la Ciencia)

La Feria de la Ciencia UC es un proyecto de divulgación científica de la Universidad de Cantabria, patrocinado por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECyT) a través de la Convocatoria de ayudas para el fomento de la cultura científica y de la innovación, con el objetivo de acercar la ciencia a la sociedad, especialmente a los alumnos de los centros educativos de todos los niveles.

---

<sup>99</sup> <http://www.sevillacapitalinteligente.org/Paginas/Posts.aspx?TermStoreId=9d739188-cb02-4970-9f38-4e5f992792d9&TermSetId=5c73b19d-5ed3-45bd-a440-0fe75e63713f&TermId=05058f75-7f81-4a89-9a78-a6c95ac97e2d&UrlSuffix=Post/2/I-ASAMBLEA-GENERAL-DE-MIEMBROS> (Citado el 25 de Abril de 2016)

<sup>100</sup> <http://www.elreferente.es/tecnologicos/principales-eventos-para-emprendedores-en-espana-28766>(Citado el 25 de Abril de 2016)

En este proyecto, los alumnos participantes desarrollarán proyectos de investigación y experimentos creativos en grupos de máximo 4 personas, trabajando en permanente colaboración y bajo las orientaciones del profesor. Se pretende que en los centros educativos aprendan ciencia mediante investigaciones orientadas, de una manera más atractiva, para posteriormente transmitir parte de este aprendizaje a la gente durante la Feria de la Ciencia. Los proyectos deberán seguir el método científico y abordarán cuestiones que despierten interés entre el público general, pudiendo abarcar diferentes áreas de conocimiento, divididas en tres categorías:

Ciencias de la Naturaleza: Biología, Geología, Física y Química.

Humanidades y Ciencias Sociales: Historia, Arqueología, Patrimonio y Economía.

Tecnología: Informática, Matemática, Ingeniería y Tecnología.

Los primeros días se destinarán a cada una de las categorías anteriormente citadas y el último día se concederán los premios. De este modo, los alumnos participantes se convertirán en profesores y divulgadores por un día, creando un ambiente en el que se podrá aprender y disfrutar de la ciencia.<sup>101</sup>

Se otorgará un premio por categoría y por modalidad valorado en 200 euros.<sup>102</sup>

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CATALUÑA** (feria de emprendedores 4 YearsFromNow de Barcelona)

La UPC ha presentado las innovaciones tecnológicas más de vanguardia diseñadas por los diferentes grupos de investigación en el ámbito de las comunicaciones móviles en el stand del pabellón Catalonia-Barcelona de la 4YFN, dentro del recinto ferial de Montjuic de Barcelona, donde se realizó este encuentro que es punto de referencia del mundo del emprendimiento. La feria se desarrolló de forma paralela al Mobile WorldCongress (MWC).

La Universidad se posiciona como agente dinamizador de proyectos estratégicos en el sector de las tecnologías móviles, mediante su liderazgo en proyectos de investigación, la experiencia de sus investigadores, la obtención de patentes y la creación de empresas en este ámbito. En dicho encuentro expuso sus capacidades tecnológicas en los campos de la telefonía 4G, software radio, Mobile OperatingSystems, MPLS & ETHERNET, NFC, OpticalTechnology, Human ComputerInterfacing, WiFi, M2M Technology y Cloud Computing, entre otros.<sup>103</sup>

---

<sup>101</sup> <http://web.unican.es/unidades/cultura-cientifica/actividades/feria-de-la-ciencia> (Citado el 25 de Abril de 2016)

<sup>102</sup> <http://www.ehu.eus/ehusfera/ekin/2015/12/10/iii-encuentro-internacional-de-expertos-en-emprendimiento-organizado-por-la-universidad-de-cantabria/>(Citado el 25 de Abril de 2016)

<sup>103</sup> [http://www.upc.edu/saladeprensa/al-dia/mes-noticies/la-upc-en-la-feria-de-emprendedores-4-years-from-now-de-barcelona?set\\_language=es](http://www.upc.edu/saladeprensa/al-dia/mes-noticies/la-upc-en-la-feria-de-emprendedores-4-years-from-now-de-barcelona?set_language=es) (Citado el 25 de Abril de 2016)

## **ACERCA DE LA FERIA DE LAS IDEAS**

El año pasado se presentaron 101 ideas, proyectos, empresas nuevas, con menos de un año de antigüedad y EBT's, con 214 emprendedores. El volumen de premios alcanzó un valor que superó los 12.000 euros, entre premios en metálico y otros como alojamientos en centros de negocios o trámites y servicios gratuitos. Al margen de estas actividades se desarrollarán algunas permanentes como el 'Taller UniJoven: un viaje hacia el emprendimiento', patrocinado por Unicaja. Se trata de un taller práctico para identificar ideas de negocio con una metodología ágil y dinámica. Otra de las actividades permanentes será el 'Espacio Redes', un stand en el que se harán entrevistas en directo a emprendedores y empresarios, que se lanzarán en el Facebook de CADE Almería y en el de la Feria de las Ideas. También estará el 'Espacio Conversa', un aula habilitada para mantener conversaciones con mayor grado de confidencialidad entre emprendedores y potenciales inversores; el 'Espacio Solidario' en el que se recogerán alimentos y textil que se cederán a ONGs o el 'TheSolutionsWalls', un espacio en el que cualquier persona podrá aportar soluciones a las cuestiones que se plantean en walls-paneles.<sup>104</sup>

## **REFLEXIÓN CRÍTICA**

### **Contenido**

#### **Aspectos a relevantes del tema**

Universidades que realizan Ferias de Emprendimiento en España

#### **Acuerdos y desacuerdos.**

Los acuerdos y desacuerdos se encuentran planteados en el anterior capítulo de Aspectos que Complementa el tema de exposición.

#### **Claridad de la exposición**

El relator manejo de manera clara y eficiente la información.

#### **Capacidad de comunicar y liderar el grupo**

Siento que el grupo fue dirigido de una manera acertada y la información fue recibida de manera satisfactoria.

---

<sup>104</sup> <http://www.teleprensa.com/almeria/la-ix-feria-de-las-ideas-de-la-universidad-de-almeria-arranca-este-miercoles.html>(Citado el 25 de Abril de 2016)

## **ANEXO M. PROTOCOLO III SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO**

##### **Sesión III. Seminario de Investigación**

**Tema específico: ANÁLISIS DE FERIAS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE ESPAÑA**

**Fecha: 30 de Abril**

##### **ASISTENTES Y FUNCIONES:**

**Director:** Elizabeth Álvarez Santos

**Relator:** Deicy Johanna Vargas Méndez

**Correlator:** Mayerli Constanza Gil Tamayo

**Protocolante:** Maribel Pineda León

**Asistente:** Ana Carmenza Buitrago Sanabria

##### **COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR**

Es necesario hacer una revisión en cuanto a redacción se refiere sobre todo en el numeral 5, con el fin de que lo que se quiere exponer sea claro para el protocolo. Tener claridad en el tema sobre definir y clasificar los eventos que son de talla nacional y/o internacional.

Se hace necesaria una descripción de las estrategias que implementan las universidades de Chile.

Entra en tema la necesidad de definir los parámetros de revisión de la investigación en cada país y universidad, con el fin de que todas las universidades contemplen la misma información.

##### **EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA**

**Relatoría:** El manejo del tema por parte del relator fue adecuado, además la investigación presentada fue pertinente al tema en desarrollo.

La presentación de las diapositivas para exponer el tema fue adecuada y la estética de las mismas permitió la visualización completa de la información que se quería exponer.

El relator hizo uso adecuado del tiempo que se le dio para la presentación de su investigación.

**Correlatoría:** La Correlatoría complemento adecuadamente el tema, exponiendo de manera precisa algunos aspectos relevantes para la investigación. Además brindo puntos de vista importantes, como por ejemplo la ampliación de la visión que se tenía del emprendimiento en España, aportes que amplían el foco de búsqueda de información.

### **DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN**

Durante la sesión del III seminario de investigación, hubo una participación activa de los presentes se logró, identificar nuevas fuentes de información, así como posibles nuevos temas de discusión con referencia al emprendimiento en España, además de identificar nuevas Universidades para posibles investigaciones en estas.

El objetivo de la sesión se cumplió y los interrogantes propuestos tuvieron solución aunque es necesaria una complementación como se ha mencionado antes.

### **ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES**

Con el desarrollo de esta sesión se logró identificar las siguientes anotaciones y preguntas relevantes para la investigación:

En España se incentiva más a los estudiantes con respecto a emprender, las Universidades están comprometidas con los estudiantes ofreciendo incentivos con el fin de promover jóvenes emprendedores, esto se deduce en la investigación puesto que no se puede encontrar una fuente donde se pueda sustentar esa información.

Plantear los objetivos de España, especificando que sean los objetivos de las universidades públicas de España que realizan ferias o eventos de emprendimiento, para que el tema no quede englobado como país si no específicamente a las universidades que es el tema de interés en la investigación.

Se llega a analizar que los concursos realizados por algunas instituciones en España son concursos que convocan las entidades y los que hacen caso a este se presentan y dan a conocer sus muestras.

### **REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS**

Las indicaciones iniciales dadas por el director del seminario con respecto a las reglas metodológicas fueron:

Para la sesión total un tiempo de 2 horas, la relatoría conto con 15 minutos para exponer su tema investigado, la correlatoría tuvo un tiempo de 10 minutos para su respectiva presentación del tema.

Seguido a la exposición de las investigaciones se dio un espacio para la socialización de las preguntas y respectivas opiniones en cuanto a la información que cada participante podía ofrecer para ampliar aún más el tema investigado.

## **CONCLUSIONES**

Las leyes y marco teórico que se evidencien en las investigaciones de cada país al igual que el emprendimiento se deben plantear como fuentes o recursos de apoyo que fortalecen o enriquecen la información para las ferias de emprendimiento en estos países.

Identificar las estrategias que manejen o presenten las instituciones educativas que son foco de estudio, con el fin de tener claridad y poder tener forma en el propósito de este seminario.

El desarrollo de la investigación se trata de los eventos que se generan en las Universidades públicas de los países en estudio y estos eventos incluyen entre otras ferias, muestras y demás a fines con estos, que motivan el emprendimiento de alguna manera.

Se debe plantear el proyecto desde una investigación de ferias o eventos de emprendimiento en universidades públicas de los países seleccionados y dar menos relevancia al tema de emprendimiento.

## **TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN**

**IDENTIFICACIÓN Y FORMULACIÓN DE LOS PLANTEAMIENTOS QUE CONTRIBUYAN A IMPULSAR EL EVENTO ACADÉMICO Y CIENTÍFICO EMPRENDEDORES.**

## **ANEXO N. RELATORÍA IV SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **DESARROLLO DE LA SESIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA RELATORIA**

**Sesión IV.** Seminario de Investigación

**Tema específico:** PLANTEAMIENTOS QUE CONTRIBUYAN A IMPULSAR EL EVENTO ACADÉMICO Y CIENTÍFICO EMPRENDEDORES

**Presentado Por:** Elizabeth Alvarez Santos

**Fecha:** 28 de Mayo de 2016

#### **OBJETIVO:**

Establecer los planteamientos como referente para futuros desarrollos de eventos de emprendimiento en los programas de Tecnología Empresarial y de Gestión Empresarial..

#### **FUENTES DE INFORMACIÓN:**

Definición de Planteamiento

Definición de Planteamiento. (En línea) Disponible en <http://dle.rae.es/?id=TKVwBkv>. Consultado el 26 de mayo de 2016

Definición de Planteamiento. (En línea) Disponible en <http://definicion.de/planteamiento/#ixzz49othnTxt>. Consultado el 26 de mayo de 2016

#### **PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN**

¿Qué tan oportunas son las estrategias encontradas en las universidades de Chile para establecer los planteamientos que contribuyan a impulsar el evento académico y científico Emprendedores en futuros desarrollos de eventos de emprendimiento?

¿Qué tan oportunas son las estrategias encontradas en las universidades de España para establecer los planteamientos que contribuyan a impulsar el evento académico y científico Emprendedores en futuros desarrollos de eventos de emprendimiento?

¿Qué tan oportunas son las estrategias encontradas en las universidades de Colombia para establecer los planteamientos que contribuyan a impulsar el evento académico y científico Emprendedores en futuros desarrollos de eventos de emprendimiento?

¿Qué tan oportunas son las estrategias encontradas en los eventos nacionales de emprendimiento realizados en Chile y España para establecer los planteamientos que contribuyan a impulsar el evento académico y científico Emprendedores en futuros desarrollos de eventos de emprendimiento?

## DESARROLLO DEL TEMA

**Definición de Planteamiento:** Según la Real Academia Española es la acción y efecto de plantear, basado en la tercera definición de plantear se describe: Enfocar la solución de un problema, lléguese o no a obtenerla, y en su cuarta definición: Establecer o poner en ejecución un sistema, una institución, una reforma, etc.<sup>105</sup>

El origen etimológico del término planteamiento es que emana del latín, ya que es fruto de la suma de dos componentes: “planta”, que puede traducirse como “la parte del pie que es la que se encuentra en permanente contacto con el suelo”, y el sufijo “-miento”, que se emplea para indicar acción y efecto. La acción y efecto de plantear se conoce como planteamiento. El verbo plantear refiere a proponer, exponer o suscitar un tema, una duda o un problema; poner en ejecución una reforma o un sistema; o enfocar la solución de un problema, aunque no se llegue a obtenerla.

En concreto, se establece que son tres los elementos que existen para poder plantear un problema o solución en cuestión: las preguntas de la propia investigación, los objetivos que se esperan alcanzar y la justificación del estudio en sí.<sup>106</sup>

## ESTRUCTURA DEL PLANTEAMIENTO

### **Antecedentes:**

Para la solución del planteamiento se debe retomar la problemática que conlleva esta investigación:

Los programas de Tecnología Empresarial y de Gestión Empresarial forman profesionales con capacidad para la creación o el fortalecimiento empresarial

---

<sup>105</sup> Definición de Planteamiento. (En línea) Disponible en <http://dle.rae.es/?id=TKVwBkv>. Consultado el 26 de mayo de 2016.

<sup>106</sup> Definición de Planteamiento. (En línea) Disponible en <http://definicion.de/planteamiento/#ixzz49othnTxt>. Consultado el 26 de mayo de 2016

contando en su plan de estudios con actividades académicas que motivan la interacción del estudiante con su entorno empresarial. Una de las actividades es el evento académico y científico Emprendedores, evento con el cual, el programa de Tecnología Empresarial de la Universidad Industrial de Santander promueve en sus estudiantes el desarrollo de habilidades empresariales y el compartir con la comunidad sus emprendimientos, materializados en un importante número de iniciativas empresariales.

Teniendo en cuenta que las ferias son fuentes de información y que permiten crear valor a sus participantes y asistentes se propone analizar las estrategias que han implementado las ferias internacionales de emprendimiento realizadas por instituciones de educación superior pública, para establecer los planteamientos que permitan emprender acciones para dar al evento académico y científico Emprendedores, una nueva dimensión, evento que se desarrolla básicamente de manera local y regional, logrando adquirir un impacto nacional e internacional.

### **Hallazgos de la investigación:**

#### **Estrategias establecidas en universidades de España para impulsar sus ferias:**

##### **Asesoramiento a emprendedores y empresarios**

En la universidad de Jaén desde el área de Empresas y Cultura Emprendedora se está haciendo un importante esfuerzo para apoyar a los emprendedores de las iniciativas que acuden al servicio de asesoramiento empresarial. El servicio de asesoramiento empresarial trabaja en el asesoramiento puntual o integral sobre diversas materias del ámbito empresarial, en unos casos, para la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales y, en otros casos, a empresas ya constituidas. La información facilitada y las actuaciones de asesoramiento empresarial se realizan a demanda y según necesidad durante todo el semestre académico con el propósito de facilitar su participación en la feria; atendiendo siempre al estado de maduración en el que se encuentra el proyecto empresarial asesorado. Aquí se presta un servicio personalizado, por lo que en ocasiones tiene lugar sesiones individuales y en otras ocasiones se prestan asesoramientos grupales, acudiendo al servicio varios promotores con una única iniciativa de negocio. Esta iniciativa hace que en la realización de la feria los empresarios puedan participar en la exposición de sus productos con un stand o aporten recursos monetarios para el evento.

##### **Acciones de promoción y difusión de la cultura emprendedora y motivación al autoempleo**

La universidad de Jaén realiza un conjunto de actividades formativas y de promoción, así como la difusión de la cultura emprendedora en las que interviene personal del área de empresas del Instituto Municipal de Empleo y Formación Empresarial (IMEFE). Programación que tiene como finalidad participar en la

organización y/o desarrollo de eventos relacionados con la promoción de la cultura emprendedora, motivación al autoempleo y que comprenden:

Charlas puntuales y talleres de promoción de la cultura emprendedora en cursos y jornadas.

Módulos de autoempleo en cursos de formación, tanto organizados por el IMEFE como por otros organismos e instituciones.

Gestión de espacios de cesión en precario a emprendedores y empresarios

La universidad de Jaén coloca a disposición para emprendedores y empresas que participan en la feria de emprendimiento diversos espacios de cesión gratuita en precario. La cesión es de un año prorrogable por otro año más, previa solicitud de los cesionarios y siempre que la ampliación de la cesión se entienda necesaria para la consolidación de la iniciativa empresarial beneficiaria. Los adjudicatarios de los espacios reciben asesoramiento técnico en distintos ámbitos de gestión empresarial durante el tiempo de permanencia en los espacios cedidos.

En la universidad de Almería la iniciativa fundamental para impulsar el emprendimiento entre los universitarios es facilitar el contacto con empresarios y otros agentes de apoyo al tejido empresarial y social”, el desarrollo de la capacitación para el emprendimiento, apoyo a la creación de empresas, la investigación sobre nuevas metodologías de emprendimiento, y la intensificación de colaboraciones con otras entidades y empresas en este ámbito. Se cree que con estas estrategias se ha despertado en la gente las ganas de participar en el evento.

En la universidad Pablo de Olavide las estrategias para impulsar la feria de emprendimiento están basadas en invitar empresas y entidades con programas activos de fomento del empleo o del emprendimiento. Invitar a empresas que hayan colaborado en la recepción de estudiantes en prácticas. Presentar la Feria de Empleo y Emprendimiento ante los medios de comunicación, en acto solemne en la “Casa de la Provincia” de Sevilla (18/Febrero 2016), lo que atrajo a más empresas a participar. Escoger las mejores ideas de emprendimiento y apoyarlas para que compitan a nivel andaluz en los Premios de Emprendimiento ‘Ilumina tus ideas’, organizado por la Asociación de Universidades Públicas Andaluzas (AUPA), en colaboración con la Fundación Universitaria para el Desarrollo de la Provincia de Córdoba (Fundecor).

En la Universidad de Sevilla las estrategias implementadas para impulsar la feria de emprendimiento es asignarles 0,5 créditos ECTS a los participantes en el Acto Inaugural, en las sesiones paralelas y en los stands. Para fomentar la participación de los estudiantes se ha creado un carnet que tiene que sellar por todos los stands y una vez completo pueden participar en el proceso de selección para realizar una

práctica en el programa Tutela (que busca poner en contacto a los alumnos con mayor potencial con el mundo laboral), convocado por el Consejo Social de la Universidad de Sevilla se considera de vital importancia apoyar la constitución de nuevas empresas, proporcionando información y asistencia técnica a los emprendedores/as, y apoyar la consolidación y el crecimiento de las empresas, poniendo a su disposición instrumentos y recursos para la profesionalización de su gestión, la inversión en desarrollo tecnológico, la responsabilidad social para con los socios, su entorno y el medio ambiente, la formación continua de los trabajadores y trabajadoras y la rentabilidad y productividad de la empresa. Otra de las iniciativas organizadas en el marco de la Feria es el Foro Universidad y Empresa, que tiene como objetivo mejorar la colaboración y estrechar lazos con las empresas que han participado en la Feria y reconocerles el esfuerzo realizado en la misma. En este encuentro se les informa de las distintas opciones de colaboración que pueden desarrollar con la Universidad en transferencia, investigación y empleo y prácticas, entre otros aspectos.

La Universidad de Cantabria ha suscrito un convenio de colaboración con Bancaja para la creación de una Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores donde pretenden impulsar el desarrollo del emprendedor y la creación de empresas desde las propias universidades. También ofrecen formación y fomentan la investigación de temas relacionados con el estudio del emprendedor. La Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria tiene como finalidad esencial desarrollar actividades de investigación y formación sobre micro, pequeña y mediana empresa. Esta tarea la realiza en coordinación con otras universidades españolas y extranjeras. La Comunicación Institucional de CCI sigue siendo una herramienta estratégica para la interacción campus con el entorno. Así, en este periodo se han puesto en marcha nuevos canales de comunicación online como la nueva web de la UC. La OTRI es la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de la Universidad de Cantabria. Se trata de una unidad encargada de promover y gestionar las relaciones entre la Universidad y el entorno empresarial, en el área de la investigación y la innovación tecnológica.

#### Estrategias establecidas en el evento nacional de emprendimiento en España

Innovación de los productos propuestos

Participación de Conferencistas de talla internacional

Participación de empresas de talla mundial como expositores y visitantes.

Atractivo de la premiación para los expositores.

#### Estrategias establecidas en universidades de Chile para impulsar sus ferias

Financiación directa por el ministerio de Educación de Chile

Convenios, difusión y promoción de la actividad con la finalidad de esta.

Se realiza una evaluación en cuanto a los participantes, entidades relacionadas, proyectos con potencial de emprendimiento y evaluación de redes sociales la cual da como resultado estrategias para implementar en futuras ferias

Invitación a entidades que patrocinan el emprendimiento como es el caso donde varios proyectos recibieron ofertas de financiamiento y fueron directamente invitados a participar en los fondos concursables de CORFO y JUMP Chile, entre otros.

#### Estrategias establecidas en el evento nacional de emprendimiento en Chile

Que los emprendedores interactúen con la comunidad en general de la región por medio de sus muestras.

Apoyo económico a las ideas de emprendimiento para la creación de la empresa.

Capacitaciones gratuitas a los emprendedores basadas en sus planes de negocio.

#### Estrategias establecidas en universidades de Colombia para impulsar sus ferias:

Participación de conferencistas de otras instituciones universitarias.

Acompañamiento Empresarial de las ideas de negocio.

Generar la cultura de emprendimiento durante todo el semestre académico con actividades, talleres.

Crear alianzas con instituciones y empresas

Incentivar el emprendimiento en los estudiantes con el propósito de constituir empresa, apoyándolos para la participación de un fondo emprender del SENA.

Implementación de estrategias en diseño de producto, estrategias de producto, precio, promoción, publicidad y estrategia de merchandising, aplicado a un comercial de televisión para el día del evento.

Capacitaciones en simuladores empresariales enfocados a negocios.

Incentivar y apoyar a los estudiantes a participar en los semilleros de investigación a nivel regional y nacional, en donde ha habido ganadores de la universidad.

Invitación de personajes del gobierno internacionales (consul) para informar sobre los requisitos de exportación de productos y servicios.

Reclutar las mejores ideas de negocio para impulsarlas a través del capital semilla que tiene la universidad.

Invitar a empresarios de la región para que puedan apreciar y destacar las ideas de negocios.

Contar con la participación de personas del gobierno del área metropolitana de Cúcuta.

### Estrategias establecidas en el evento nacional de emprendimiento en Colombia

Alianzas con entidades representativas nacionales e internacionales

Fortalecimiento del emprendimiento de la región, por lo que no se pide ninguna contraprestación económica a los emprendedores y asistentes del evento.

### **Establecimiento de los planteamientos para impulsar el Evento Académico y Científico Emprendedores de la UIS**

De las estrategias halladas en las diferentes ferias de emprendimiento de los países de Chile, España y Colombia se puede establecer que la gran mayoría realiza actividades en diferentes espacios (durante todo el semestre lectivo) con el propósito de incentivar el emprendimiento en los estudiantes, empresarios y comunidad en general.

A continuación algunos planteamientos que se pueden tomar para impulsar el Evento académico y Científico Emprendedores de la UIS

Planteamientos en tiempo fuera de la realización del Evento: Son de gran importancia ya que hacen participes a diferentes organizaciones con el propósito de dar a conocer la universidad desde el ámbito empresarial y agropecuario.

Asesoramiento a emprendedores y empresarios: Realizar un plan piloto donde los estudiantes de Gestión Empresarial más sobresalientes y con disposición de ejercer lo aprendido en las aulas presten el servicio de asesoramiento empresarial sobre temas específicos o diversas materias del ámbito empresarial, en unos casos, para la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales y, en otros casos, a empresas ya constituidas. La asesoría se puede desarrollar en el tiempo establecido que los estudiantes se encuentran en la institución (Miércoles, Jueves y Sábados). Esta iniciativa genera una conexión entre la institución y la comunidad en general, logrando que en la realización de la feria los empresarios puedan participar en la exposición de sus productos con un stand o aporten recursos monetarios para el evento.

Invitación a entidades que patrocinan el emprendimiento como es el caso de Fundación Bavaria, Coca – Cola, Grupo Bancolombia, Empretec, TechnoServe

entre otras, inicialmente se pueden invitar a aportar sus experiencias por medio de conferencias o talleres para los emprendedores.

Invitación de personajes del gobierno nacional o internacional (ministros o cónsul) para informar sobre temas de interés en el sector empresarial, en donde se pueden hacer partícipes a empresarios y comunidad en general.

Planteamientos para realizar durante el Evento:

La universidad de Talca dio a conocer su interés en la creación de una red de alianzas con universidades extranjeras para ir desarrollando la feria en distintos lugares de Latinoamérica, sería de gran importancia para la universidad Industrial de Santander ser partícipes en este tipo de alianzas para la propagación de sus eventos de emprendimiento.

Invitar empresas y entidades con programas activos de fomento del emprendimiento que brinden charlas, talleres, foros y seminarios que contribuyan a fortalecer los conocimientos de los estudiantes.

Volver atractiva la premiación para los expositores, una de las maneras puede ser conectar a los ganadores de cada evento con capacitaciones y entidades de apoyo económico basadas en sus planes de negocio.

Creación de alianzas con entidades que promueven el emprendimiento como Entrepreneur, destapa futuro, impulsa, entre otras.

## **CONCLUSIONES**

Se pudo establecer que las universidades públicas cuentan con un presupuesto muy pequeño para la elaboración de sus ferias.

La participación activa de los estudiantes en diferentes actividades de emprendimiento durante el tiempo académico, hace que los estudiantes tengan una mayor acogía al momento de la realización y participación de la feria.

Ruedas de negocio.

Que los visitantes nos evalúen.

Ampliar el equipo organizador.

Establecer ganancias en alianzas con otras universidades.

Red une la red de emprendimiento nacional.

## **ANEXO O. CORRELATORÍA IV SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORÍA**

##### **Sesión IV. Seminario de Investigación**

**Tema específico:** PLANTEAMIENTOS QUE CONTRIBUYAN A IMPULSAR EL EVENTO ACADÉMICO Y CIENTÍFICO EMPRENDEDORES

**Presentado Por:** Deicy Johanna Vargas Méndez

**Fecha:** 28 de Mayo de 2016

#### **ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN**

##### **PLANTEAMIENTOS PARA EL EVENTO ACADÉMICO Y CIENTÍFICO EMPRENDEDORES**

Los estudiantes deben realizar visitas a empresas grandes mostrando el producto o servicio de su idea, con el fin de que la empresa visitada se interese en asistir al evento académico y brindando apoyo financiero al ganador de esta idea.

Tener espacios que la Universidad implementara, invitando a estudiantes de la Uis o de otras Universidades públicas que hayan sido ganadores de eventos de emprendimiento y hayan creado y montando su empresa o ejecutado su idea, compartiendo la experiencia vivida y así estimulando a los estudiantes que no solo vean la participación del evento como un requisito para graduarse sino llegar a ser dueños de su propia empresa.

Los evaluadores del evento de cada proyecto deberían ser empresarios que hayan tenido una trayectoria y experiencia con su idea de negocio.

Contactar un conferencista de talla Internacional el cual fomente a participar en ferias de emprendimiento en países como Chile, España u otros países.

Realizar un foro con estudiantes emprendedores de otras ciudades compartiendo experiencias durante la trayectoria del proyecto, el objetivo es medir como está la capacidad de cada uno como emprendedor frente a estudiantes de otras universidades.

Centros de formación, asesoramiento e incubación de ideas de negocio, esto incluye asesoramiento personalizado acerca de las metodologías necesarias para enfrentarse a una idea de negocio, identificar objetivos o planificar el seguimiento del proyecto.

Convenios con otras Universidades de otros países con programas internacionales, para estudiantes, esto se refiere a movilidad de emprendedores, el objetivo es enseñar culturas empresariales avanzadas a través de estancias a jóvenes emprendedores, se fomenta la cultura emprendedora con vista a las estrategias de Internacionalización, estas estancias están acompañadas de programas formativos que permiten integrar metodológicamente la experiencia de movilidad con el proyecto empresarial, incluyendo las claves culturales necesarias para dar el salto al exterior.

## **REFLEXIÓN CRÍTICA**

### **Contenido**

#### **Aspectos a relevantes del tema.**

Los planteamientos se realizaron de acuerdo a la investigación realizada durante estos cuatro seminarios de las Universidades Públicas de los Países Chile, España y Colombia.

#### **Acuerdos y desacuerdos.**

Los acuerdos y desacuerdos se encuentran planteados en el anterior capítulo de Aspectos que complementan el tema.

#### **Claridad de la exposición.**

El relator manejo fluidez, claridad y domino en su exposición al tema del seminario.

#### **Capacidad de comunicar y liderar el grupo.**

El seminario fue manejado de manera profesional, cada uno de los integrantes participaron en el seminario, el grupo fue dirigido de manera acertada.

## **ANEXO P. PROTOCOLO IV SEMINARIO**

### **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

#### **FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO**

##### **Sesión IV. Seminario de Investigación**

**Tema específico: PLANTEAMIENTOS QUE CONTRIBUYAN A IMPULSAR EL EVENTO ACADÉMICO Y CIENTÍFICO EMPRENDEDORES**

**Presentado Por: Mayerli Constanza Gil Tamayo**

**Fecha: 28 de Mayo de 2016**

#### **ASISTENTES Y FUNCIONES:**

- Director: Maribel Pineda León
- Relator: Elizabeth Álvarez Santos
- Correlator: Deicy Johanna Vargas Méndez
- Protocolante: Mayerli Constanza Gil Tamayo
- Asistente: Ana Carmenza Buitrago Sanabria

#### **COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR**

El protocolo muestra los puntos más relevantes expuestos en el seminario de investigación, así como posibles nuevos temas de discusión que debe contener el trabajo final, como referencia el emprendimiento en España se debe dar menos relevancia a este tema, además de identificar nuevas universidades para posibles investigaciones sobre sus ferias y estrategias que utilizan para impulsar estos eventos se debe investigar más sobre el tema.

Con respecto a la redacción y ortografía del protocolo se debe mejorar en algunos aspectos no es entendible.

#### **EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA**

Relatoría: El relator centra su exposición con base a las preguntas e interrogantes planteadas inicialmente que motivaron su investigación, se pudo evidenciar que la investigación se realizó de una manera adecuada y profunda acorde a lo establecido en el objetivo principal, cabe recalcar el uso de otras herramientas como diapositivas que ayudaron al relator a sustentar sus puntos de vista sobre su investigación

Correlatoría: El correlator evaluó la exposición del relator positivamente y así mismo complemento el seminario realizando planteamientos para impulsar el evento acorde a la realidad que son tomados en cuenta. Falto ayudas como diapositivas, videos, etc. para su exposición.

### **DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN**

Durante la sesión del IV seminario de investigación, hubo participación activa donde se logra identificar estrategias propias que impulsan actualmente las ferias universitarias públicas de Chile, España y Colombia, el cual se revisa cuáles son las viables para plantearlos como referentes para futuros evento emprendedores.

### **ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES**

En el seminario se indican las siguientes anotaciones y preguntas:

¿Qué es la Internacionalización de un evento?

Las estrategias establecidas en universidades de España, como asesoramiento de emprendedores y empresarios, ¿Se realiza antes, durante o después?

Sobre las acciones promoción y difusión de la cultura emprendedora y motivación al autoempleo ¿Se realiza antes, durante o después del evento?

Se solicita ampliación del tema y profundizar sobre las estrategias para fomentar la participación estudiantil “Beneficios del carnet estudiantil” ¿en qué y en dónde?

Se debe ser más específico sobre las invitaciones que se le realizan a empresas y entidades de programa activos de fomento de emprendimiento ¿a qué se les invita?

Se debe profundizar sobre los siguientes temas, en el seminario expuesto:

¿Cuáles son las actividades fuera del evento?

¿Actividades en los eventos?

¿Estrategias en los eventos?

Siguiendo con las preguntas:

¿Financiación de la ferias, convenios de difusión de las ferias de la universidad de Talca?

¿Alianzas con entidades que promueven el emprendimiento como enteprenuer, destapa futuro, impulsa, etc.?

### **REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS**

Las reglas metodológicas utilizadas fueron las indicadas por el director del seminario donde se estableció una presentación de los asistentes, para el relator se acordaron 10 minutos y para el correlator 5 minutos para su respectiva

sustentación de los temas, para el protocolante 7 minutos, y en el espacio de discusión los asistentes que quisieran opinar tomaron la palabra levantando la mano y así realizaron su aporte personal al tema.

### **CONCLUSIONES**

Las ferias es un evento que resulta de un conjunto de acciones y es un motor para generar emprendimiento.

La participación activa de los estudiantes en diferentes actividades de emprendimiento durante el tiempo académico, hace que los estudiantes tengan una mayor acogía al momento de la realización y participación de la feria.

Las ferias en Colombia son autosostenibles, en Chile - España el gobierno y otras empresas patrocinan más.

### **TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN**

Las cuatro (4) sesiones ya culminaron.