

Práctica empresarial para promover el intercambio comercial entre la comunidad Uis y sus emprendedores a través de un medio de difusión digital. "Uis Compra Uis"

Genny Paola Vargas López y Milen Caterine Bacca García

Trabajo de grado para optar título de Profesional Gestión Empresarial

Director

Margarita Rodríguez Villabona

Magister en e-learning de la Universidad Abierta de Cataluña (UOC)

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2021

## Contenido

<b>Introducción</b>	11
<b>1. Generalidades</b>	15
1.1. Objetivo General	15
1.2 Objetivos Específicos	15
<b>2. Marco de Referencia</b>	16
2.1. Antecedentes investigativos.	16
2.2 Marco contextual	21
2.3 Marco teórico conceptual	22
2.4 Marco de referencia legal	24
<b>3. Diseño metodológico</b>	25
3.1 Tipo de estudio.	25
3.2 Métodos de investigación.	25
3.3 Población.	26
3.4 Fuentes y técnicas para la recolección de la información.	26
3.4.1 Fuentes primarias	26
3.4.2 Instrumentos de recolección de información.	27
3.4.3 Procesamiento y análisis de la información.	27
<b>4. Catálogo virtual UIS COMPRA UIS primera versión</b>	27
4.1 Difusión por diferentes canales del catálogo virtual.	27

PRACTICA EMPRESARIALUIS COMPRA UIS	3
4.2 Estrategias de mercadeo para generar intercambio comercial	29
4.3 Nivel de satisfacción de los emprendedores con el catálogo virtual en la 1ra versión	31
<b>5. Identificación de nuevos emprendimientos UIS COMPRA UIS 2da Edición</b>	<b>36</b>
5.1 Actualización de base de datos	37
5.2 Identificación y clasificación de los nuevos emprendimientos	37
5.3 Cuestionario de emprendedores	37
5.4 Proceso de selección de los emprendimientos.	37
<b>6. Análisis y síntesis de la información</b>	<b>38</b>
6.1 Análisis de la información recolectada	38
6.2 Síntesis de la información recolectada	39
<b>7. Página Web del catálogo virtual UIS COMPRA UIS</b>	<b>51</b>
7.1 Proceso metodológico	51
7.2 Diseño y construcción	52
7.3 Revisión y correcciones	53
7.4 Diseño de estrategias de comunicación	54
<b>8. Conclusiones</b>	<b>55</b>
<b>9. Recomendaciones</b>	<b>57</b>
<b>Referencias</b>	<b>58</b>
<b>Apéndices</b>	<b>62</b>

**Tabla de ilustraciones**

Figura 1-grafica de encuesta de satisfacción part 1.....	32
Figura 2- grafica de encuesta de satisfacción part 2.....	33
Figura 3- grafica de encuesta de satisfacción part 3.....	34
Figura 4- grafica de encuesta de satisfacción part 4.....	34
Figura 5- grafica de encuesta de satisfacción part 5.....	35
Figura 6- emprendedores según genero .....	39
Figura 7- funcionamiento de la empresa .....	40
Figura 8- redes sociales.....	42
Figura 9- categoría de emprendimientos.....	43
Figura 10- identificación de participantes .....	46
Figura 11- Programa académico - Unidad administrativa .....	47
Figura 12-Alcance de envío de producto .....	48
Figura 13- Medios de pago .....	49
Figura 14- cambios.....	53

**Listado de tablas**

Tabla 1- pregunta de encuesta 1	33
Tabla 2- pregunta de encuesta-2	33
Tabla 3-pregunta encuesta 3	34
Tabla 4 - pregunta encuesta 4	35
Tabla 5-pregunta encuesta 5	36
Tabla 6- genero	39
Tabla 7- tiempo de funcionamiento	40
Tabla 8- selección de redes sociales	42
Tabla 9- selección de categoría de emprendimientos	44
Tabla 10- identificación de emprendedores	46
Tabla 11-Programa académico - Unidad administrativa	47
Tabla 12- Alcance de envío de producto	49
Tabla 13- Medios de pago	50

**Tabla de Apéndices**

Apéndice a-página de Facebook .....	62
Apéndice b-página de Instagram.....	62
Apéndice c-invitación .....	63
Apéndice d-google site part 1 .....	63
Apéndice e-google site part 2.....	63
Apéndice f-google site celular .....	64
Apéndice g- cuestionario de satisfacción.....	65
Apéndice h-tabla base de datos .....	67
Apéndice i-cuestionario de selección de emprendimientos .....	69
Apéndice j-invitación a emprendedores.....	74
Apéndice k-criterios de selección .....	75
Apéndice l-tabla puntaje de criterios de selección.....	76
Apéndice m- catálogo virtual UIS COMPRA UIS 2da edicion pdf .....	78

## Glosario

**Alianzas comerciales:** es un acuerdo realizado por dos o más personas, logrando objetivos comunes deseados por cada parte independiente, formando una vinculación entre empresas.

**Catalogo:** Catalogo es cualquier folleto, tríptico o documento gráfico o digital que hace referencia a los servicios que presta la empresa. Un catálogo empresarial abarca desde materiales como trípticos publicitarios de un producto o una carpeta con variedad de productos que se crearon para informar de manera interna o externa. (Admin, 2018).

**Comercio electrónico:** El comercio electrónico se basa en la transacción de la compra y venta de productos y/o servicios a través de internet, redes sociales y páginas web. Las personas ya pueden acceder a catálogos virtuales de productos y servicios en cualquier lugar y en todo momento. La mayoría de los establecimientos cuentan con redes sociales o páginas web que los ayudan a promover su marca.

**Emprendedores:** Es la persona que toma la decisión de crear una empresa tomando el riesgo.

**Emprendimiento:** El término “emprendimiento” tiene origen en el término francés entrepreneur. Viene del latín in, en, y prendere, coger, que significa acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro. (Significados, 2019).

**Evento multisectorial:** Evento organizado y planificado para empresas de diferentes sectores económicos compartiendo sus productos y servicios con motivo de incrementar sus alianzas.

**Financiación:** Una definición de financiación es la aportación de dinero que una empresa o persona física realiza y que se necesita para poder llevar a cabo una actividad o proyecto, como puede ser el desarrollo de un negocio propio o la ampliación de uno ya existente. (García, 2017).

**Innovador:** Se caracteriza por crear algo nuevo y diferente fuera de lo común.

**Plan de difusión:** Un Plan de Difusión es la ideación, planificación y gestión de las vías de distribución de un contenido para alcanzar el objetivo definido en su creación. Por lo general, se siguen cuatro pasos a la hora de difundir un contenido: planificar, adaptar o formatear, seleccionar canal o medio, y, por último, medir y analizar.

**Plan de negocio:** Es un documento que incluye objetivos empresariales, se analiza el mercado y se constituyen estrategias para que se realicen en un futuro.

**Práctica Empresarial:** Es una experiencia académica en la cual el estudiante entra en contacto e interactúa a través de proyectos específicos, con la realidad de contextos empresariales a nivel local, nacional o internacional en áreas de su profesión, en la cual aplica y fortalece competencias personales y profesionales.

**Universidad Emprendedora:** El término “Universidad Emprendedora” fue popularizado por Burton Clark en su investigación *Creating entrepreneurial universities: organization alpath ways of transformation*, publicada en 1998. Para Clark, las Universidades Emprendedoras son aquellas que maximizan el potencial de comercialización de sus ideas y crean valor en la sociedad. Asume que este tipo de universidades son organizaciones muy flexibles que se insertan en su entorno al responder de manera coherente, estratégica y oportuna ante las exigencias que éste les hace, sin que ello signifique una amenaza para su misión académica tradicional. (Tarapuez, Osorio, & Parra, 2012)

## Resumen

**Título:** Práctica empresarial para promover el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores a través de un medio de difusión digital. “Uis Compra Uis”.\*

**Autores:** Genny Paola Vargas López y Milen Caterine Bacca García\*\*

**Palabras claves:** Catalogo virtual, Emprendimiento, Visibilidad

### Descripción:

El presente trabajo desarrollado en la modalidad de práctica empresarial tuvo como objetivo general visibilizar los emprendimientos UIS promoviendo el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores, a través de medios de difusión digitales, tales como las redes sociales, correo electrónico, WhatsApp y un sitio web. Se implementó el estudio de tipo descriptivo, con el que se visualizan descripciones de las características y elementos que ayudan a detallar el propósito del proyecto, la búsqueda de nuevos emprendedores, la selección para el catálogo virtual y de esta forma poder realizar el catálogo virtual para la comunidad UIS en apoyo a sus emprendedores. Se crearon redes sociales para el proyecto UIS COMPRA UIS en Facebook, Instagram y correo electrónico. Por otro lado, se realizó una página web para mostrar a los emprendedores de una manera más llamativa y creativa. De este modo, se creó un espacio visual atractivo que ayude a la visibilidad y crecimiento de los emprendimientos, todo esto con el fin de que el catálogo virtual Uis Compra Uis se maneje en dos formatos uno en PDF y otro en un sitio web actualizado a las necesidades de los emprendedores y de las personas que visualizan este catálogo.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Gestión Empresarial. Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Director: Margarita Rodríguez Villabona, Magister en e-learning.

### **Abstract**

**Title:** Business practice to promote commercial exchange between the UIS community and its entrepreneurs through a digital dissemination medium. "Uis Buy Uis". \*

**Authors:** Genny Paola Vargas López and Milen Caterine Bacca García\*\*

**Keywords:** Virtual catalog, entrepreneurship, visibility

### **Description:**

The present work developed in the modality of business practice had as a general objective to make visible the UIS enterprises by promoting the commercial exchange between the UIS community and its entrepreneurs, through digital means of dissemination, such as social networks, email, WhatsApp and a website. The descriptive study was implemented, with which descriptions of the characteristics and elements that help to detail the purpose of the project, the search for new entrepreneurs, the selection for the virtual catalog and in this way be able to make the virtual catalog for the UIS community in support of its entrepreneurs. Social networks were created for the UIS PROJECT BUY UIS on Facebook, Instagram and email. On the other hand, a website was made to show entrepreneurs in a more striking and creative way. In this way, an attractive visual space was created that helps the visibility and growth of the ventures, all this in order that the virtual catalog Uis Purchase Uis is managed in two formats one in PDF and another in a website updated to the needs of entrepreneurs and people who view this catalog.

---

\* Bachelor Thesis

\*\* Business Management. Institute of Regional Projection and Distance Education. Director: Margarita Rodríguez Villabona, Master in e-learning.

## **Introducción**

El objetivo general de esta práctica empresarial fue visibilizar los emprendedores UIS promoviendo el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores, a través de medios de difusión digitales, tal como las redes sociales, correo electrónico, WhatsApp y un catálogo virtual.

La primera versión del catálogo virtual en esta segunda fase se actualizo, así mismo añadiendo nuevas categorías y emprendimientos para su segunda edición, por medio de la identificación de nuevos emprendedores. El diseño del catálogo virtual en línea fue creado aplicando estrategias de difusión.

Con esta práctica empresarial se buscó visibilizar los emprendimientos que se incluyeron en la primera edición del catálogo UIS COMPRA UIS, a través de medios digitales, también fue objetivo de la práctica identificar nuevos emprendedores UIS e invitarlos a participar en el catálogo para que den a conocer sus productos y/o servicios por medio de este.

En la segunda edición del catálogo se incluyeron veinte emprendimientos más y se diseñaron estrategias para promover los emprendimientos por canales de difusión como las redes sociales y correos electrónicos de la comunidad UIS. Con este escenario se pretendió influir en estudiantes que deseen participar, motivar a los emprendedores a darse a conocer teniendo una voz que los guíe y ayude.

La finalidad fue promover la interacción de la comunidad UIS con los emprendedores a través de un catálogo virtual exponiendo los productos y servicios que se ofrecen, de tal manera que se pueda obtener una conexión permanente y continua.

Esta actividad fue un mecanismo de apoyo del IPRED como objetivo para promover e impulsar la creación de empresas, aumentando así su visibilidad. Puede promover el desarrollo de las habilidades de los estudiantes, permitirles identificar y comprender los procesos comerciales creativos y promover ideas, aplicaciones y negocios innovadores. Conceptos relacionados con la empresa y la experiencia del papel como promotor del cambio empresarial en el contexto de la globalización.

Para desarrollar esta práctica se partió de las siguientes preguntas: ¿Qué se tiene que hacer para que los emprendedores UIS obtengan visibilidad? De esta manera, se generaron varias preguntas secundarias, con las que se buscó promover el catálogo virtual. Entre esas están: ¿Cómo hacer que la comunidad UIS tenga conocimiento e interés en los emprendedores?, ¿Qué tipos de emprendimientos les gustaría participar en el catálogo virtual?, ¿Qué emprendimientos llamarían la atención de la comunidad UIS?, ¿Cuál sería la plataforma o medio adecuado de contacto entre la comunidad y emprendedores UIS?, ¿De qué forma se evaluarían los resultados de la práctica empresarial UIS COMPRA UIS?

Este estudio fue de tipo descriptivo, se buscó observar y analizar con el fin de obtener una visión de la organización del catálogo virtual, con descripciones de las características y elementos que ayudan a detallar el propósito del proyecto, y de esta manera se pudo realizar el catálogo virtual para la comunidad UIS en apoyo a sus emprendedores.

La presente práctica empresarial fue la continuación del trabajo de grado llamado Práctica empresarial para promover el emprendimiento en la Universidad de Santander “UIS COMPRA UIS” del compañero Julián Andrés Roa Ayala. Así mismo, la propuesta que se buscó responder es el desarrollo de mejora en el catálogo digital y el incremento de los emprendimientos UIS. Por lo tanto, se realizaron estrategias de difusión del catálogo virtual y de estos emprendedores para crear visibilidad entre los miembros y la comunidad exterior.

Por medio de esta práctica se causa un efecto en la comunidad para poner en marcha sus ideas innovadoras y motivar a los que ya tienen sus proyectos en el mercado. Mediante esto, se pretendió establecer una conexión constante comercial entre la comunidad UIS y los emprendedores los cuales lo componen los estudiantes, profesores, egresados y personal administrativo.

El informe de la práctica empresarial tiene siete (7) capítulos, los cuales se describen a continuación: en el primer (1) capítulo, se exponen los objetivos que se alcanzaron en el transcurso del desarrollo de la práctica. El segundo (2) capítulo se expone los antecedentes de investigación sobre el emprendimiento que se han realizado en la UIS. De tal manera, que se tenga presente lo que se ha elaborado en el IPRED y en la Universidad Industrial de Santander. El tercer (3) capítulo data del diseño metodológico en el que se describe cada uno de los métodos que se utilizaron durante la practica empresarial. El cuarto (4) capítulo, se realiza una descripción de las estrategias de difusión que se ejercieron para promover el intercambio comercial y se muestra la creación de estos en redes sociales (Facebook, Instagram) y pagina web, de la misma forma, se muestra el diligenciamiento de un formulario de Google sobre una encuesta de satisfacción para los emprendedores que participaron en la primera versión del catálogo virtual. En el quinto (5) capítulo, los métodos de retroalimentación de la información de los emprendimientos, después de esto, se llevó a cabo una descripción de la identificación de nuevos emprendimientos, entre tanto,

se muestra otro diligenciamiento de un formulario Google para los nuevos emprendedores. En el sexto (6) capítulo, se genera el análisis y síntesis de los datos estadísticos que arrojó el formulario de Google Forms por parte de los emprendedores que participaron. Para finalizar, en el séptimo (7) capítulo, se explica el proceso metodológico, el diseño y construcción que se llevó a cabo en la realización y elaboración de la práctica y el catálogo virtual.

## **1. Generalidades**

### **1.1. Objetivo General**

Promover el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores a través de un medio de difusión digital.

### **1.2 Objetivos Específicos**

- a. Dar a conocer el catálogo UIS COMPRA UIS por los diferentes canales de difusión de la UIS y redes sociales para promover el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores.
- b. Conocer el desempeño del catálogo UIS COMPRA UIS, como medio de difusión, mediante una encuesta de satisfacción diligenciada por los emprendedores para establecer sus niveles de aceptación.
- c. Comparar el desempeño de los canales de difusión a través de los cuales se da a conocer el catálogo UIS COMPRA UIS, mediante una encuesta de satisfacción diligenciada por los emprendedores para establecer sus niveles de aceptación.
- d. Seleccionar los emprendimientos desarrollados por la comunidad UIS a través de una convocatoria abierta difundida por medios de comunicación institucionales para consolidar el grupo de proveedores.
- e. Establecer el proceso de selección de los emprendimientos UIS a través del diseño de un procedimiento que permita identificar las mejores propuestas.
- f. Diseñar y ejecutar la estrategia de comunicación a través de un plan de acción para divulgar el catálogo UIS COMPRA UIS

g. Documentar los resultados de la práctica empresarial a través de un informe que dé cuenta de las actividades realizadas y presente conclusiones y recomendaciones que sirva como referente para el mejoramiento de la estrategia de promoción del emprendimiento.

## **2. Marco de Referencia**

### **2.1. Antecedentes investigativos.**

Se consultó la base de datos de trabajos de grado de la Biblioteca de la Universidad Industrial de Santander de los programas de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial para presentar proyectos que aportaron a los eventos de emprendimiento.

**Práctica empresarial en los programas de Tecnología y Gestión Empresarial de la Universidad Industrial De Santander para gestionar la sección “ideas emprendedoras” del sitio web de emprendedores**

**Autores:** Marilin Moreno Solano y Viviana Andrea Díaz Parada

**Año:** 2011

**Alcance y objetivos:** La práctica consistió en modificar la metodología y sistema de evaluación de los planes de negocios presentados por los estudiantes de VI semestre del Programa Tecnología Empresarial, los cuales son dados a conocer en el Evento Académico y Científico Emprendedores.

La finalidad de este proyecto fue gestionar la sección "Ideas Emprendedoras" del sitio web de Emprendedores de la UIS para dar a conocer las ideas de negocio destacadas en el Evento Académico y Científico Emprendedores, promoviendo la creación de nuevas empresas.

**Principales aportes:** La práctica empresarial incluye mejorar los métodos de evaluación de los planes de negocios desarrollados por los estudiantes para seleccionar a los emprendedores más destacados en las actividades académicas y científicas, y publicarlos en el sitio web de emprendedores. Además, se desarrollaron estrategias para mejorar el sitio web empresarial.

El proyecto surgió en que la comunidad universitaria y el público del Programa de Tecnología de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander comprendieron la necesidad del emprendimiento, estos programas están diseñados para formar a los estudiantes como individuos. Emprendedores que tienen la capacidad de crear una empresa y fortalecer las capacidades de las empresas existentes. Esta práctica empresarial intentó contribuir al proyecto de convertir los planes de tecnología empresarial de modo a distancia a modo virtual, porque en el proceso se puede crear un sitio web de emprendedor.

La razón de esta modificación fue el hacer más riguroso el método de selección de los mejores planes de negocio para promover la creación de empresas con base en ideas innovadoras, con las cuales los estudiantes puedan participar en diferentes concursos a nivel nacional que ofrecen apoyo ya sea con capital semilla o con formación, tales planes de negocio se dieron a conocer a través del sitio web de Emprendedores específicamente en la selección “Ideas Emprendedoras”.

Otra finalidad del proyecto, es poder evidenciar las capacidades y conocimientos que se adquieren en el proceso de formación como Tecnólogos y Profesionales en Gestión Empresarial para crear su propia empresa y fortalecer las existentes.

#### **Conclusiones:**

- Esta práctica empresarial buscó impactar de una forma positiva a los estudiantes debido a que el sitio web brinda oportunidades para que la idea de negocio pueda ser conocida y tenga la oportunidad de la visibilidad ante la comunidad volviéndose realidad la idea.

**Divulgación del sitio web de emprendedores y dinamización del módulo ideas emprendedoras**

**Autores:** Bety Sofía Cáceres Manrique y Nancy Sarmiento Ochoa

**Año:** 2013

**Alcance y objetivos:** Uno de los fines fue ampliar la visión respecto a las plataformas virtuales que apoyan el emprendimiento y que permiten que los emprendedores den a conocer sus ideas de negocio, enriqueciendo la dinamización del módulo "Ideas Emprendedoras" del sitio web de la UIS Emprendedores Virtual, se tomaron en cuenta alternativas de páginas similares como Escuela de negocios de Harvard, Emprende Rioja España, Ángeles de Chile. Estas páginas están muy bien estructuradas, con diseños llamativos. Muestran información de asesorías a emprendedores, hacen concursos y algunos se basan en una red de ideas de negocio.

Este proyecto menciona las ideas y proyectos de emprendimiento de los estudiantes de cada semestre en el Evento Académico y científico de emprendedores, mediante una página web denominada Emprendedores virtual, se busca implementar ideas innovadoras en la página de Programa de emprendedores UIS, de esta manera poner elementos llamativos para que los visitantes se interesen.

**Principales aportes:** El plan de tecnología empresarial a través de esta carrera logró diseñar y crear un nuevo sitio web denominado Emprendedor Virtual, que utilizará las tecnologías de la información y la comunicación para impulsar el plan emprendedor de los estudiantes de quinto nivel, fomentando así la innovación.

La estrategia de promoción y difusión del sitio web se propone aprovechar las tendencias de comunicación interna y los canales que brindan las tecnologías de la información (tales como redes sociales, páginas institucionales y correos electrónicos) para dar a conocer a las comunidades internas y externas.

**Conclusiones:**

- Se realizó un análisis para el desarrollo del diseño, para que tuviera toda la información necesaria en la página web como opciones, ingreso, búsquedas, etc. Se presentó un diagrama para el proceso de Inscripción a Emprendedores Virtual. Se implementaron mecanismos para promoción y divulgación del proyecto por medios internos y externos.

**Práctica empresarial para la realización de la primera rueda de negocios en marco del evento académico y científico emprendedores UIS**

**Autores:** Norma Amparo Tarazona Hernández, Nikole Daniela Torres Gómez y Yeison Antonio Agudelo Herrera

**Año:** 2019

**Alcance y objetivos:** Realizar una Rueda de Negocios, como práctica empresarial en el Marco del Evento Académico y Científico Emprendedores de IPRED-UIS, que permita posicionar el evento en la región.

Este trabajo buscó crear por primera vez una rueda de negocio en el marco del Evento Académico y Científico Emprendedores UIS, generando un espacio idóneo para el desarrollo de alianzas estratégicas entre diferentes empresas.

**Principales aportes:** Este proyecto logró realizar la primera rueda de negocios de la Universidad haciendo que empresas a nivel regional asistieron obteniendo 73% de efectividad en las citas programadas. Es importante mencionar que dichas empresas se interesaron y contrataron a emprendedores de la UIS.

**Conclusiones:**

- La conducción de una rueda de negocios es un proceso dinámico que involucra varios elementos de planificación y ejecución, que además de las personas que organizan la reunión deben desarrollar una serie de habilidades, como liderazgo, trabajo en equipo, tolerancia, comunicación decidida, empatía, iniciativa y creatividad. Realizó la primera rueda de negociación empresarial y habilidades de negociación en el marco de las actividades académicas y científicas del emprendedor.
- Este proyecto buscó promover a los emprendedores de la UIS para que obtuvieran un reconocimiento. Es una ayuda y apoyo en cómo exponer la importancia de las ideas emprendedoras, que hay que darlas a conocer y llegar más allá de solo una idea dinamizando eventos emprendedores.
- La aplicación de medios de comunicación y el uso de las redes sociales aportaron significativamente a la rueda de negocio, permitiendo la visibilización de espacios de proyección.
- Para realizar una rueda de negocio, se debe realizar un muy buen plan de acción, organizando tiempos y buscando los espacios adecuados para que haya suficientes participantes en el Evento.

**Práctica empresarial para promover el emprendimiento en la universidad industrial de Santander UIS COMPRA UIS.**

**Autor:** Julián Andrés Roa

**Año:** 2020

**Alcance y objetivos:** Este proyecto tuvo como objetivo promover el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores, a través de la creación de un medio de difusión digital.

Con este proyecto se buscó la participación de los 20 primeros emprendimientos que en la actualidad participan en la primera edición del catálogo virtual, el cual también en esta primera parte se realizó el diseño y elaboración de este.

**Principales Aportes:** Ante todo, este antecedente marcó el comienzo del proyecto que ahora se continúa con la divulgación de dicho catálogo, sin embargo, en este proyecto se marcó las pautas a seguir para saber qué es lo que se quiere lograr con el catálogo virtual. Y da paso a la elaboración de unas estrategias de divulgación de dicha edición, en esta versión del proyecto.

**Conclusiones:**

- Cada uno de los antecedentes anteriormente expuestos contribuyeron en el fortalecimiento y continuación de la práctica empresarial para promover el intercambio comercial entre la comunidad Uis y sus emprendedores a través de un medio de difusión digital. "Uis compra Uis" 2021, en la que el enfoque fue crear un catálogo virtual en un sitio web el cual muestra toda la información de los emprendimientos que participan en el mismo.

## **2.2 Marco contextual**

La universidad Industrial de Santander tiene como objetivo estimular el espíritu emprendedor, la creación de empresas y el fortalecimiento de estas, a través del apoyo a estudiantes o egresados de programas de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado de la Universidad Industrial de Santander, en el proceso de formulación, búsqueda de financiación y puesta en marcha de sus proyectos de emprendimiento. (UIS, Universidad Industrial de Santander, 2018)

El Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia es la unidad académica administrativa de la Universidad Industrial de Santander responsable de fortalecer la acción de la Universidad en las regiones, mediante el cumplimiento de sus funciones de formación, investigación y extensión.

Promueve el desarrollo regional mediante la integración de los sectores sociales en la formulación e implementación de programas académicos de pregrado, posgrado y proyectos con identidad regional y perspectiva internacional se fomenta la formación integral de personas pensantes con una visión futurista, proactivas, dispuestas a emprender.

Sustenta su trabajo en la calidad humana de la comunidad universitaria, la efectividad de sus procesos administrativos, la innovación pedagógica y la incorporación significativa de tecnologías de la información y la comunicación.

La universidad ofrece diferentes modalidades de trabajo de grado (prácticas empresariales, seminarios de investigación, pasantías de investigación), para que el programa de gestión empresarial tuviera un apoyo brindado por la UIS y el IPRED con el fin de mejorar las habilidades de investigación y tecnología en las prácticas empresariales.

En lo referente al contexto geográfico del presente trabajo el enfoque es en la ciudad de Bucaramanga, y las sedes regionales, exactamente en la Universidad Industrial de Santander; aclarando que va dirigido a los programas del IPRED y la comunidad UIS en general.

### **2.3 Marco teórico conceptual**

El emprendimiento tiene sus orígenes desde los inicios de la humanidad, ya que los seres humanos por naturaleza son emprendedores, y es lo que ha llevado a la humanidad a alcanzar grandes logros y descubrimientos a lo largo de la historia, “El origen etimológico de la palabra emprendimiento deriva del término francés Entrepreneur que se usaba ya en el siglo XIII y tenía un significado general, que se aplicaba a “hacer cosas”. En inglés (entrepreneurship) se le agregó el sufijo ship, que significa crear algo de valor. En definitiva, la palabra originalmente significaba "proceso de descubrir nuevas formas de combinar los recursos". (Econoticias, 2015)

El emprendimiento puede definirse como el desarrollo de un proyecto con un fin económico, político o social y principalmente que es innovador en el mercado.

Ser una persona emprendedora significa tener la habilidad de crear algo nuevo y diferente, y de esta manera dar un impacto en la comunidad. Este tiene la capacidad de crear, asumir riesgos y de tomar decisiones. Por otro lado, también un emprendedor tiene autoestima, confianza en sí mismo y genera un ambiente positivo.

Como se mencionó anteriormente debe ser innovador. Esto significa hacer un cambio, puede incurrir en la elaboración de un producto y/o servicio generando ventajas en el mercado. El innovador se debe encontrar en un estado mental creativo y productivo para poder desarrollar lo que tiene en mente. La innovación es un proceso que no se queda detenido en una idea creativa, sino que va más allá; es la construcción y el desarrollo de la misma. En términos empresariales innovar es algo que no se ve a menudo, ya que muchos por miedo al riesgo e inversión no se atreven a generar cosas nuevas. La comodidad de seguir con lo ya establecido es el enemigo de la innovación. Pero esta actitud de enfrentar los negocios también tiene complicaciones, ya que la falta de innovación y riesgo pueden acabar con una compañía. (Visa, 2013)

El término entrepreneur fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía. (Castillo, 1999)

Cantillon define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Y afirma que es él quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado. (Thornton, 1998)

Schumpeter (1942) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan inestabilidad en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa así en su libro *Capitalismo, socialismo y democracia*: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”

#### **2.4 Marco de referencia legal**

Esta práctica empresarial está basada en el emprendimiento y a la vez en la promoción de un catálogo virtual y a partir de este tema proceden algunos conceptos que articulan legalmente la normatividad de estos temas.

Por otro lado, la Ley 34/2002 de servicios de las sociedades de la información y del comercio electrónico es la normativa que regula la compraventa de bienes a través de Internet. Esta norma regula tanto los e-commerce como los cobros mediante publicidad que se realizan por Internet. Establece unas obligaciones al propietario de las tiendas para regular la actividad empresarial. (SID, 2002)

En Colombia existe una ley nacional que busca fomentar la cultura del emprendimiento. Está, identificada como la ley 1014 de 2006, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales. (Anónimo, Sistema empresario Blogspot, 2012)

Otra ley que promueve el emprendimiento en Colombia es la ley 2069 de 2020, la cual tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. (Anónimo, Confecoop, 2020)

### **3. Diseño metodológico**

#### **3.1 Tipo de estudio.**

Este estudio fue de tipo descriptivo, con este método científico se buscó observar y analizar con el fin de obtener una visión de la organización del catálogo virtual, con descripciones de las características y elementos que ayudaron a detallar el propósito del proyecto, y de esta manera se pudo realizar el catálogo virtual para la comunidad UIS en apoyo a sus emprendedores.

También se identificaron conductas y comportamientos en el ámbito social y económico de los emprendedores UIS y del resto de la comunidad UIS para esta investigación, debido que así se piensa llegar al cliente. El catálogo virtual se creó muy detallado ya que debe contener toda la información de los emprendimientos participantes, la cual es muy importante para que los clientes conozcan la propuesta de valor de cada uno de los emprendimientos.

#### **3.2 Métodos de investigación.**

Se utilizaron tres métodos de investigación para adquirir el conocimiento en torno al catálogo virtual y la difusión a través de las redes sociales.

- Método de Observación: Consistió en observar cómo se llevó a cabo la planeación y ejecución del catálogo virtual.
- Método de Análisis: Se utilizó para realizar un análisis de la información sobre los emprendedores de la UIS, para llegar a buenas conclusiones y tomar decisiones.

- Método de síntesis: Se relacionaron los elementos objetos del análisis con el fin de identificar peculiaridades del estudio y ponerlo a prueba.

### **3.3 Población.**

La población de este trabajo fue conformada por los emprendedores de la Universidad Industrial de Santander y los compradores de la comunidad UIS.

Emprendedores: Se trata de la Comunidad UIS (docentes, estudiantes, egresados y administrativos), que tenga su idea emprendedora en producción, y que tenga el deseo de participar en el proyecto de UIS COMPRA A UIS, el método de selección se calificó por puntaje según la respuesta en la encuesta de selección de emprendedores. La cantidad de los emprendedores que se sumarán a participar en esta segunda fase serán 20, se añade esta cantidad debido a que se agregaron nuevas categorías.

- Compradores: De igual manera se trata de toda la Comunidad UIS (administrativos, estudiantes, docentes, egresados.) que se encuentren interesados en apoyar a los 20 emprendedores que participen activamente en el catálogo virtual.

### **3.4 Fuentes y técnicas para la recolección de la información.**

#### **3.4.1 Fuentes primarias**

La información que se usó es de tipo primario, ya que a través de un contacto con el emprendedor UIS por correo o vía llamada telefónica se obtuvieron los datos.

Las técnicas de recolección de la información que se usó serán la observación, encuestas y entrevistas.

- Observación: Se obtuvo información para trabajar en el catálogo virtual, de igual manera se investigó sobre marketing y otras formas de hacer publicidad para atraer clientes.

- Encuestas: Se reunió información por medio de preguntas estructuradas sobre el proyecto, las cuales fueron dirigidas a la comunidad UIS (emprendedores y compradores). En las encuestas hacia los compradores fue más como una consulta respecto a la calidad de los emprendimientos y su satisfacción.

- Entrevistas: Se comunicó con los emprendedores de forma virtual la propuesta de temas y se tomaron decisiones respecto a qué productos o servicios los emprendedores querían publicar en el catálogo virtual.

### **3.4.2 Instrumentos de recolección de información.**

Los instrumentos que se utilizaron para recolectar la información serán:

- Formularios de Google: este instrumento se utilizó para realizar y analizar las encuestas utilizadas para la recolección de información.

- Entrevistas: las entrevistas se realizaron vía telefónica, o mediante videoconferencias.

### **3.4.3 Procesamiento y análisis de la información.**

La información se analizó por medio de gráficas estadísticas las cuales son obtenidas por las encuestas realizada para el catálogo virtual, esto con el fin de conocer las necesidades y también la satisfacción tanto del emprendedor como de los compradores, facilitando el procesamiento de la información, con esto se tuvo conocimiento de los mercados a conectar por medio del catálogo virtual.

## **4. Catálogo virtual UIS COMPRA UIS primera versión**

### **4.1 Difusión por diferentes canales del catálogo virtual.**

El catálogo virtual UIS COMPRA UIS se divulgó por diferentes canales virtuales tales como las redes sociales (Instagram, Facebook) y correo electrónico, con el fin de llegar a más personas

pertenecientes a la comunidad universitaria UIS, de igual forma invitar a ayudar al crecimiento económico de los emprendimientos que hacen parte del catálogo virtual.

En noviembre del 2020, se inició con la creación de un fan page en Facebook y se realizó el lanzamiento de la primera edición del catálogo virtual UIS COMPRA UIS, con el cual se hizo el llamado a la comunidad UIS a que se uniera al proyecto, y que a su vez conocieran cada uno de los emprendimientos, tal como: ¿cuáles son los productos que ofrecen?, ¿en dónde están ubicados?, ¿Qué medios de pago manejan?, etc... dicha edición se dio a conocer mediante un video en el cual se exponía cada uno de los emprendimientos por categorías, en la primera edición del catálogo participaron 9 categorías estas son:

- Accesorios y Ropa.
- Arte.
- Productos Agroindustriales.
- Libros y Papelería
- Mascotas
- Productos de limpieza.
- productos sustentables.
- Restaurantes, pastelerías y panaderías.
- servicios.

Diciembre del 2020 con tan solo dos meses de creada la página en la red social Facebook UIS Compra UIS cuenta con 70 personas que siguen la página y que cada vez que se realice una publicación, la van a ver de inmediato.

En el mes de diciembre se creó una página en la red social de Instagram @uis\_compra\_uis con el fin de llegar a la comunidad UIS que utiliza con más frecuencia dicha red social, en esta se publican más fotografías, videos, y cortas historias al igual que Facebook, se estableció una estrategia para que los emprendedores siguieran la página del catálogo, etiquetándolos en cada una de sus respectivas secciones, y compartiendo en las historias de la página no solo los productos que ya están publicados en el catálogo virtual, sino también los artículos o servicios que ofrecen en el momento.

La red social Instagram en diciembre del 2020 el catálogo virtual UIS COMPRA UIS contaba con 72 seguidores, dos más que la red social Facebook para el mismo tiempo.

El catálogo también fue difundido a los estudiantes del IPRED por medio del correo electrónico, en el cual se les explicó en un párrafo breve sobre la misión del catálogo virtual, y una invitación a que se apoyara a los emprendimientos que exponían sus productos en el catálogo virtual.

#### **4.2 Estrategias de mercadeo para generar intercambio comercial**

La importancia del marketing influye en el reconocimiento de las empresas, en las ventas, nuevas oportunidades de negocio. Por esta razón, las estrategias de mercado que se llevaron a cabo, se hicieron con el propósito de llegar a la comunidad UIS de manera virtual, estratégica y accesible.

Como se mencionó anteriormente, para generar el intercambio comercial se publicó el catálogo virtual y se divulgó por diferentes redes sociales y canales virtuales. El marketing en redes sociales es una ayuda para elevar audiencia y poder convertirlos en clientes potenciales o personas interesadas, el contenido es de vital importancia para el funcionamiento de este. Con el fin de tener de igual manera contacto directo con la persona interesada, no solo mediante mensajes sino también por publicaciones y calificaciones, se creó una página de Facebook (ver apéndice 1) lanzando la primera edición del catálogo virtual, en esta específica plataforma virtual se mostró

todas las categorías del catálogo. Del mismo modo, se ha publicado el catálogo completo y categoría por categoría, etiquetando al responsable de la idea de negocio. Se han tenido interacciones como calificaciones de “me gusta”, comentarios y etc.

Las redes sociales hoy en día han logrado construir una autoridad tan grande que prácticamente las personas navegan en la web en su mayoría para hacer uso de ellas. Es allí donde los usuarios están el 80% del tiempo. Por lo tanto, el espacio ideal donde se tendrá la oportunidad de cautivarnos con contenido útil, atractivo y con un excelente servicio al cliente. Esto brinda la oportunidad de construir mayor visibilidad al igual que autoridad y confiabilidad. Todas estas características se tratan de la plataforma Facebook. Sin duda esta plataforma es una de las más importantes en la web. Hay billones de usuarios activos en esta red social y a más de 2,5 billones de contenidos que se generan en ella cada día. (DIGITAL, 2014)

Por otro lado, se creó una página de UIS COMPRA UIS en la plataforma virtual de Instagram (ver apéndice 2), en la cual también se ha publicado información del catálogo. En esta página se puede ver la actividad diaria de los emprendedores y del catálogo.

Actualmente, esta plataforma ha crecido al punto de tener más de 500 millones de usuarios activos diariamente. Instagram es usado para marketing digital por muchas empresas, ya que las redes sociales y en especial esta, puede ser usada de manera gratuita por múltiples usuarios o empresas para promocionar sus productos y servicios. Según numerosos estudios, Instagram es usado por más usuarios que Facebook y Twitter, pero las marcas comerciales usan más Facebook. Sin embargo, esta red está creciendo cada día más. (MEJIA, 2019)

Se analizó la situación de cómo dirigirse directamente a un público objetivo (comunidad UIS). Teniendo en cuenta que el correo electrónico es una plataforma masiva y efectiva, la estrategia del Email Marketing es una de las herramientas más útiles para llegar a ese público objetivo. Con la

ayuda del IPRED se logró enviar correos electrónicos a la base de datos del IPRED, los cuales contienen estudiantes, profesores y empleados.

Se envió un correo con una invitación (ver apéndice 3) atractiva para llamar su atención, invitándolos a que miren y revisen las redes sociales de UIS COMPRA UIS en las cuales está toda la información sobre el catálogo virtual.

En el mes de marzo del 2021, se empezó un borrador de nueva versión del catálogo en un sitio web de Google (<https://sites.google.com/view/uiscomprauiis/p%C3%A1gina-principal?authuser=4>), (ver apéndices 4 y 5) en la cual se pasó toda la información del catálogo anterior al sitio web, debido a que se quería cambiar y mejorar el modelo del catálogo digital. Esta nueva versión digital se realizó con el hecho de volver el catálogo llamativo para la comunidad UIS.

De igual manera, la versión es válida para celulares (ver apéndice 6).

#### **4.3 Nivel de satisfacción de los emprendedores con el catálogo virtual en la 1ra versión**

Como se sabe UIS COMPRA UIS presta un servicio de publicación y difusión a diferentes emprendedores de la UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER, por lo tanto, ellos son clientes del catálogo virtual UIS COMPRA UIS.

*“La satisfacción del cliente es esencial para una empresa puesto que ahí radica que siga consumiendo los productos y servicios de esa marca y que la pueda recomendar a otro tipo de usuarios. Los resultados de esta satisfacción pueden ser una de las claves para el aumento de las ventas de un negocio.”* (Peiro, 2021) Por lo anterior para medir la satisfacción de los emprendedores con el catálogo virtual de UIS COMPRA UIS, será por medio de una encuesta.

Utilizando una de las herramientas de Google, específicamente Formularios. Se realizó un cuestionario breve con preguntas puntuales acerca del catálogo virtual UIS COMPRA UIS, el cual se enviará a los emprendedores (ver apéndice 7), por los diferentes canales de difusión.

### **Análisis**

Para realizar la encuesta se realizó una actualización a la base de datos de los emprendedores, ya que se debía tener clara la información de contacto.

Esta encuesta se realizó con el fin de mejorar el catálogo y también de saber el impacto que ha tenido en la comunidad UIS emprendedora. Las redes sociales han podido dejar ver que la aceptación que ha tenido el catálogo virtual publicado por este medio, ya que los emprendedores UIS han dejado ver su apoyo siguiendo la cuenta en las diferentes páginas.

La encuesta de satisfacción fue divulgada por las diferentes redes sociales del catálogo virtual UIS COMPRA UIS, y por medio de WhatsApp a los 19 participantes del catálogo virtual en su primera edición, un 68% de los emprendedores diligenciaron la encuesta.

Algunas de las preguntas tales como (nombre del emprendedor y emprendimiento, redes sociales, etc..) son preguntas las cuales no necesitan análisis ya que son preguntas abiertas.

*Figura 1-gráfica de encuesta de satisfacción part 1*

¿Cuáles su grado de satisfacción general con el catalogo virtual UIS COMPRA UIS?

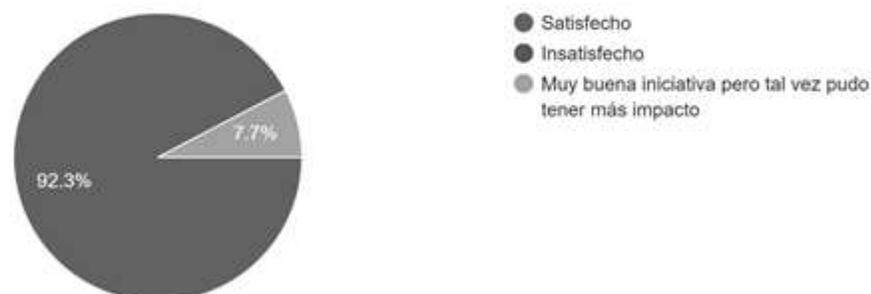


Tabla 1- pregunta de encuesta 1

<b>¿Cuáles su grado de satisfacción general con el catálogo virtual UIS COMPRA UIS?</b>		
	<b>CANTIDAD ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
<b>Satisfecho</b>	12	92,31%
<b>Muy buena iniciativa, pero tal vez pudo tener más impacto</b>	1	7,69%
<b>Insatisfecho</b>	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	13	100,00%

El grado de satisfacción para las personas encuestadas fue de un 92,3% a favor, lo cual demuestra que el catálogo ha sido del agrado para los emprendedores participantes en el catálogo virtual UIS COMPRA UIS, primera edición.

Figura 2- grafica de encuesta de satisfacción part 2

¿Participaría usted en la segunda edición del catalogo virtual UIS COMPRA UIS?

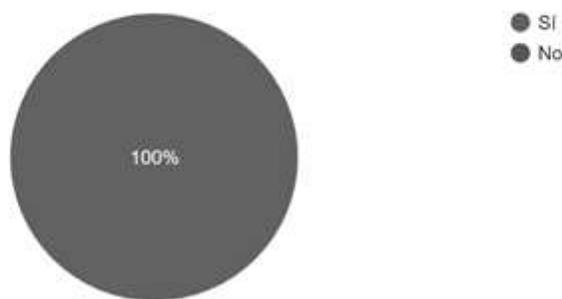


Tabla 2- pregunta de encuesta-2

<b>¿Participaría usted en la segunda edición del catálogo virtual UIS COMPRA UIS?</b>		
	<b>CANTIDAD ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
<b>SI</b>	13	100,00%

<b>NO</b>	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	13	100,00%

En su totalidad los emprendedores encuestados participarían de nuevo en la segunda edición del catálogo virtual UIS COMPRA UIS.

*Figura 3- grafica de encuesta de satisfacción part 3*

¿Ha recomendado usted el catalogo virtual UIS COMPRA UIS a otras personas?



*Tabla 3-pregunta encuesta 3*

<b>¿Ha recomendado usted el catálogo virtual UIS COMPRA UIS a otras personas?</b>		
	<b>CANTIDAD ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
<b>SI</b>	11	84,62%
<b>NO</b>	2	15,38%
<b>TOTAL</b>	13	100,00%

El 84,6% de los encuestados han recomendado el catálogo virtual UIS COMPRA UIS a otras personas, por otro lado, un 15,4% no lo han recomendado por falta de conocimientos sobre el catálogo virtual UIS COMPRA UIS y su finalidad.

*Figura 4- grafica de encuesta de satisfacción part 4*

¿Recomendaría usted el catalogo virtual UIS COMPRA UIS a otras personas?

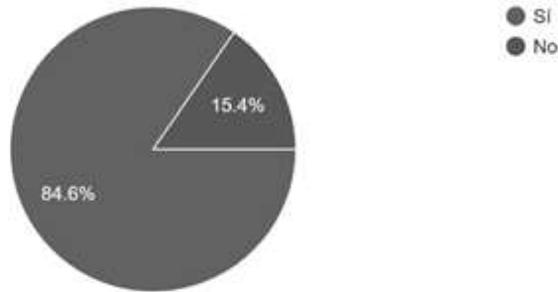


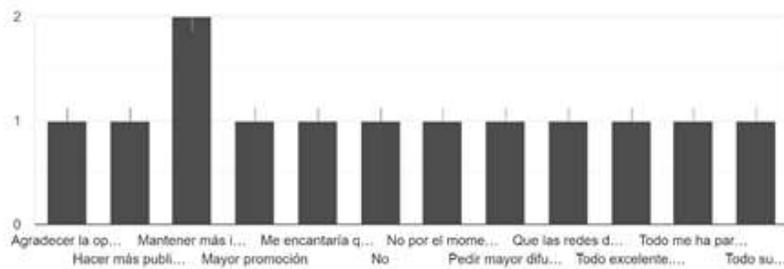
Tabla 4 - pregunta encuesta 4

¿Recomendaría usted el catálogo virtual UIS COMPRA UIS a otras personas?		
	CANTIDAD ENCUESTADOS	PORCENTAJES
<b>SI</b>	11	84,62%
<b>NO</b>	2	15,38%
<b>TOTAL</b>	13	100,00%

En esta pregunta se pudo evidenciar que el 84,6% de los emprendedores participantes y que respondieron la encuesta, están dispuestos a recomendar el catálogo virtual UIS COMPRA UIS, y al igual que en la pregunta anterior un 15,4% no lo recomendaría por falta de conocimientos sobre el catálogo virtual.

Figura 5- grafica de encuesta de satisfacción part 5

¿Hay alguna sugerencia que le gustaría dejar, respecto al servicio de el catalogo virtual UIS COMPRA UIS?



A continuación, se extrajo una tabla con las respuestas de cada uno de los participantes con respecto a la pregunta 13 del cuestionario, lo cual se tuvo en cuenta al momento de diseñar la segunda edición del catálogo virtual UIS COMPRA UIS

*Tabla 5-pregunta encuesta 5*

<b>¿Hay alguna sugerencia que le gustaría dejar, respecto al servicio del catálogo virtual UIS COMPRA UIS?</b>
Que las redes de comunicación institucionales apoyaran más el catálogo
Agradecer la oportunidad de permitirnos participar en esta edición :)
No por el momento, gracias por su iniciativa ✨
Me encantaría que cuando la pandemia sea superada organicemos talleres para emprendedores y Ferias de negocios. ¡Cuenten conmigo!
No
Todo me ha parecido excelente hasta el momento.
Pedir mayor difusión en las redes sociales de la universidad
Todo excelente. Quizá aumentar y visibilizar por parte de UIS al resto de la comunidad.
Mayor promoción
Hacer más publicidad para dar a conocer el catálogo
Mantener más informados a los participantes
Todo super
Mantener más informados a los participantes

Lo que se concluyó con la encuesta de satisfacción fue que se debe realizar más interacción con los emprendedores participantes en el catálogo, a su vez que se le explique en qué consiste.

### **5. Identificación de nuevos emprendimientos UIS COMPRA UIS 2da Edición**

En este capítulo se presentan las actividades realizadas para la actualización de los emprendedores que participaron en la primera versión del catálogo virtual y la identificación de los nuevos emprendimientos y/o empresarios que participaron en la segunda edición del catálogo

### **5.1 Actualización de base de datos**

Para la actualización de datos de nuestros emprendedores (Ver apéndice 8), se decidió contactarlos por medio de WhatsApp, asegurando que desearan seguir participando en el catálogo y luego, se les solicitaba actualizar información o imágenes de productos o servicios nuevos.

### **5.2 Identificación y clasificación de los nuevos emprendimientos**

Ya se tenía una base de datos de algunos emprendimientos que no alcanzaron a participar en la primera versión del catálogo, por esta razón, como ya se tenían los datos de esos emprendimientos, se contactaron igualmente por medio de WhatsApp, invitándolos a participar en el catálogo UIS COMPRA UIS.

### **5.3 Cuestionario de emprendedores**

El cuestionario para el proceso de selección de los emprendimientos, se realizó por medio de la herramienta virtual Google Formularios (ver apéndice 9), el cual se envió a toda la comunidad UIS a través de un correo con una invitación (ver apéndice 10) a postular cada uno de sus emprendimientos con su respectiva información.

### **5.4 Proceso de selección de los emprendimientos.**

El tema de selección de nuevos emprendedores es un proceso el cual se debe tomar en cuenta que tipo de impacto pueden tener los productos y servicios, y si este será un impacto positivo para la promoción del catálogo. Para esta selección, en primer lugar, se tomaron en cuenta los emprendimientos que quedaron por fuera en la primera invitación de UIS COMPRA UIS, se tomó uno por uno comunicándose por el medio de WhatsApp y por llamadas telefónicas, Se logró acceder a 39 emprendedores, confirmando que la idea de negocio siguiera en pie, y si estaban interesados en participar. Y, por otro lado, se envió un correo de invitación a la base de datos de la UIS. (Ver Apéndice 10)

Para crear los criterios de selección, se elaboró una lista de todos los emprendimientos interesados (Ver Apéndice 12), para posteriormente analizar qué tipo de criterios y puntaje de la selección sería mejor manejar para añadir emprendimientos diferentes y dedicados a su idea de negocio.

Se manejó un tipo de selección por puntos para escoger a los emprendedores que participarían en la segunda versión del catálogo. (Ver Apéndice 11)

## **6. Análisis y síntesis de la información**

En este capítulo se genera el análisis y síntesis de los datos estadísticos que arrojó el formulario de Google Forms por parte de los emprendedores que participaron.

### **6.1 Análisis de la información recolectada**

Para el desarrollo de esta práctica se usó un tipo de estudio descriptivo, con este método científico se busca observar, analizar el seguimiento y recopilación de datos básicos necesarios como información de contacto, nombre del emprendimiento, estado de funcionamiento y cuentas de redes sociales, con el fin de obtener una visión de la organización del catálogo virtual, con descripciones de las características y elementos que ayudan a detallar el propósito del proyecto, y de esta manera poder realizar el catálogo virtual para la comunidad UIS en apoyo a sus emprendedores.

Se implementaron técnicas estadísticas en la plataforma Excel, el cual se encarga de procesar y analizar la información. Es necesario tener presente que se utilizaron preguntas abiertas y de selección múltiple.

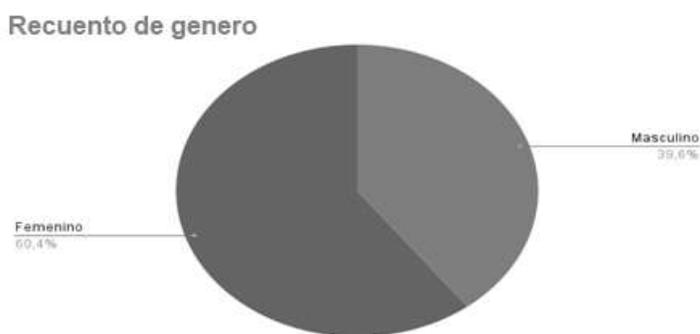
Las preguntas abiertas utilizadas en este tipo de encuesta se concede información de carácter textual (nombre, número de celular, listado de productos, nombre del emprendimiento, descripción

del emprendimiento). Esta información es necesaria para poder extraer datos. Por tal razón, este tipo de preguntas no se analizarán en este informe.

Es necesario tener en cuenta que el formulario se habilitó por aproximadamente dos semanas para su diligenciamiento, obteniendo un total de 46 respuestas.

## 6.2 Síntesis de la información recolectada

*Figura 6- emprendedores según género*



*Tabla 6- genero*

<b>GENERO</b>		
	<b>N° ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>MASCULINO</b>	19	40%
<b>FEMENINO</b>	29	60%
<b>TOTAL</b>	48	100%

Como se puede ver el gráfico 1, la participación en los emprendimientos tiene un total de 60 % de género femenino, y un total de 40% de género masculino, es decir, que los emprendimientos en su mayoría son realizados por mujeres. Cuestión que se puede resaltar al liderazgo femenino.

Figura 7- funcionamiento de la empresa

Tiempo de funcionamiento de la empresa o emprendimiento

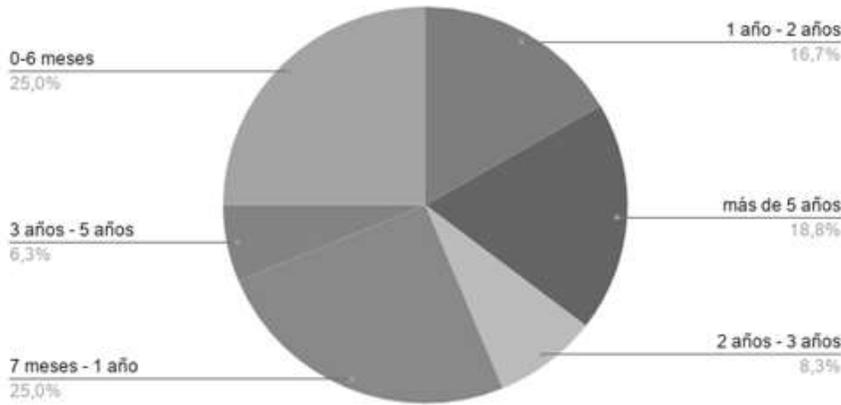


Tabla 7- tiempo de funcionamiento

Seleccione el tiempo de funcionamiento de la empresa o emprendimiento.		
	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<b>0-6 meses</b>	12	25%
<b>7 meses - 1 año</b>	12	25%
<b>1 año - 2 años</b>	8	17%
<b>2 años - 3 años</b>	4	8%
<b>3 años - 5 años</b>	3	6%
<b>más de 5 años</b>	9	19%
<b>TOTAL</b>	48	100%

que el 50% de las empresas que aplicaron llevan uno o menos de un año de funcionamiento. Sin embargo, como se observa en la imagen de los criterios aplicados para la selección de emprendedores, entre más tiempo tenga activa la empresa más alto era el punto. Lo que se quiere

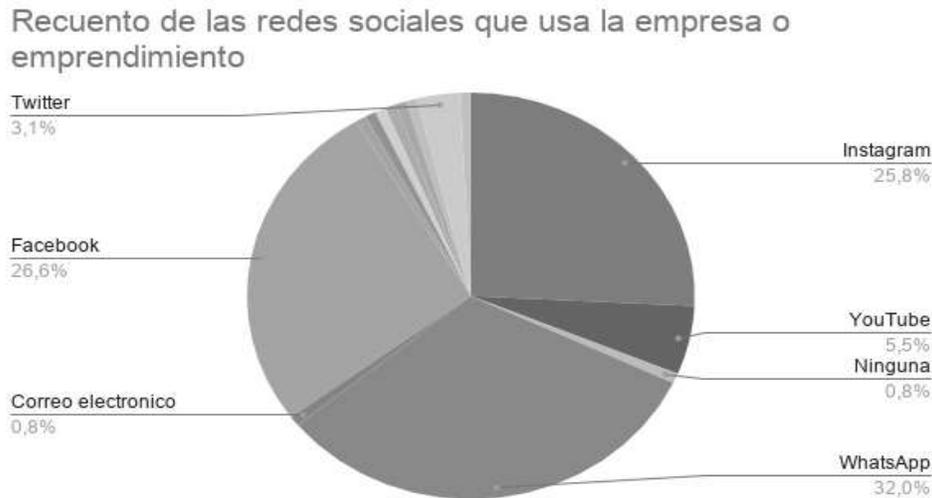
llegar con esta información, es el compromiso que se va a tener en el catálogo, se busca una empresa que no acabe y que pueda cumplir con la comunidad.

Muchas personas se aventuran a emprender sin tener las habilidades necesarias para hacerlo. Y es que, si bien es claro que no se puede ser experto en todo, es necesario que los emprendedores conozcan, además de la parte técnica de su negocio, de varios temas como finanzas, impuestos, ciclos de venta, marketing, entre otros. Sin embargo, no todo es conocimiento, también es necesario un set de habilidades que les permita afrontar las situaciones a las que se enfrentarán en su emprendimiento. Es clave entonces desarrollar habilidades como la comunicación asertiva, la inteligencia emocional, la resiliencia, el liderazgo, el manejo del tiempo, entre otras.

Algunos emprendedores esperan que ese financiamiento venga del gobierno, a través de programas de apoyo, los cuales nunca dan dinero a los emprendedores (principalmente por la problemática del punto 1) o de ángeles inversionistas (caídos del cielo) que van a invertir su dinero sólo porque tienes una buena idea. La realidad es que en los primeros años el financiamiento debe venir del propio emprendedor y de su círculo social. Por esto, es importante que los emprendedores dediquen tiempo a dos cosas: 1) el manejo de sus finanzas personales y las de su emprendimiento y 2) a crear y cuidar una buena red de contactos. Un cliente nos financia cuando nos paga por adelantado el producto o servicio, un proveedor nos financia cuando nos da plazos de pago flexibles, un amigo nos “financia” cuando nos recomienda con otros... y estas cosas sólo se logran cuando, desde lo personal, somos capaces de generar conexiones de valor con las personas que nos rodean. (tiempo, s.f.)

Como se mencionó anteriormente, los emprendimientos e ideas de negocio tienden a fracasar cuando no tienen metas, herramientas y gestiones claras. Por esta misma razón, se buscan emprendimientos que ya tengan en marcha su empresa.

*Figura 8- redes sociales*



*Tabla 8- selección de redes sociales*

<b>Seleccione las redes sociales que usa la empresa o emprendimiento</b>		
	<b>N° ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>WhatsApp</b>	42	88%
<b>Facebook</b>	34	71%
<b>Instagram</b>	33	69%
<b>YouTube</b>	7	15%
<b>Twitter</b>	4	8%
<b>Otros</b>	7	15%

Se reconoce que actualmente las redes sociales son una de las herramientas más importantes para las ventas en una empresa. Por lo tanto, como se observa en la imagen, entre más redes sociales maneje el emprendimiento mejor.

Día a día vemos cómo las redes sociales han transformado la manera de hacer negocios. Desde su aparición, las redes sociales han transformado la visión que teníamos no sólo del mundo, las

personas y culturas, también del mercado empresarial y de la manera de hacer negocios. De ahí su importancia.

En la actualidad sabemos más de los productos que nos interesan por campañas en redes sociales (tenis, comida, tecnología, música, etc...), lo que ha llevado a estas plataformas a renovarse de manera continua, para que el usuario logre una experiencia más completa sobre una marca en particular.

En este sentido, las redes sociales son una plataforma que nos permite informar e interactuar con los clientes de una manera más directa, además de contender por igual con nuestros competidores del mercado, sin importar tamaños, economías e importancia empresarial. (Perrusquia, 2017)

Figura 9- categoría de emprendimientos

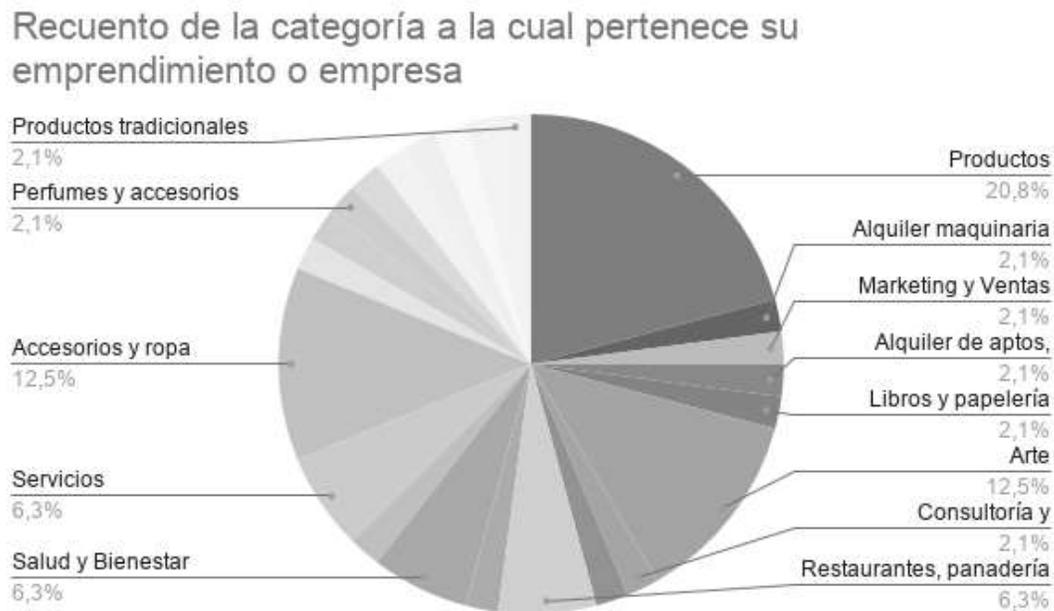


Tabla 9- selección de categoría de emprendimientos

<b>Seleccione la categoría a la cual pertenece su emprendimiento o empresa</b>		
	<b>N° ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJ E</b>
<b>Accesorios y Ropa</b>	6	13%
<b>Alquiler de aptos, Cabañas amoblados y autos</b>	1	2%
<b>Alquiler maquinaria construcción</b>	1	2%
<b>Arte</b>	6	13%
<b>Automotriz</b>	1	2%
<b>Belleza y cuidado personal</b>	1	2%
<b>Calzado</b>	1	2%
<b>Cocina, acompañamientos para comida</b>	1	2%
<b>Consultoría y asesoría/Mentoría y acompañamiento/Formación y capacitación/ Diseño y ejecución de proyectos/ Interventoría y auditoria</b>	1	2%
<b>Consultoría y Capacitación en Gerencia de Proyectos</b>	1	2%
<b>Libros y papelería</b>	1	2%
<b>Marketing y Ventas</b>	1	2%
<b>Perfumes y accesorios</b>	1	2%
<b>Productos agroindustriales</b>	10	21%

<b>Productos tradicionales</b>	1	2%
<b>Restaurantes, panadería y pastelería</b>	3	6%
<b>ropa y personalizados</b>	1	2%
<b>Ropa, relojes, tecnología</b>	1	2%
<b>Salud y Bienestar</b>	3	6%
<b>Servicios</b>	3	6%
<b>Sillas de oficina</b>	1	2%
<b>Tecnología</b>	1	2%
<b>Turismo</b>	1	2%
<b>TOTAL</b>	48	100%

En la interpretación de los datos de la gráfica 4, podemos ver que la mayor puntuación la tiene accesorios y ropa, así fue de igual manera en la primera versión del catálogo. Por tanto, como se observa en la imagen a lo que se quería llegar era a ver y promocionar nuevas opciones de categorías de emprendimientos.

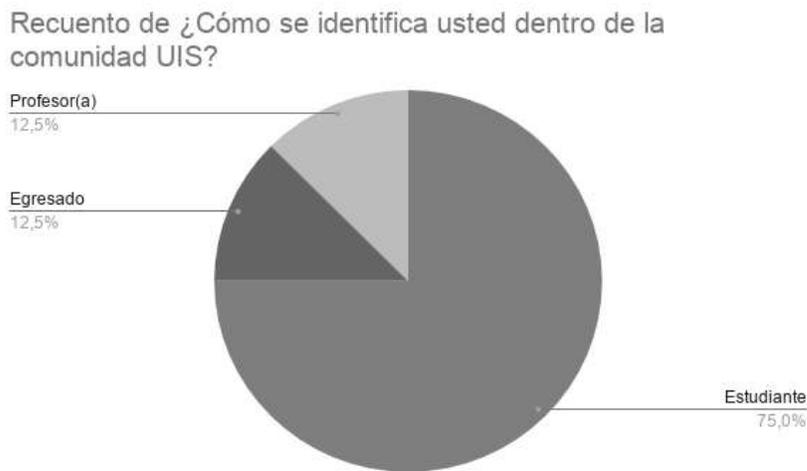
Como ya existían unas categorías de la primera versión del catálogo, las cuales son:

- Accesorios y Ropa.
- Arte.
- Productos Agroindustriales.
- Libros y Papelería
- Mascotas
- Productos de limpieza.
- productos sustentables.

- Restaurantes, pastelerías y panaderías.
- Servicios.

En la construcción de la segunda versión del catálogo digital, se analizó y seleccionó para que las categorías que no tenían muchos emprendimientos (Libros y papelería, Salud y Bienestar, servicios, etc.), valieran más en el proceso de clasificación y de igual manera, se tuvieron en cuenta en un mayor valor las que se encuentran en categorías que no están en el catálogo.

*Figura 10- identificación de participantes*



*Tabla 10- identificación de emprendedores*

¿Cómo se identifica usted dentro de la comunidad UIS?		
	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<b>Egresado</b>	6	13%
<b>Profesor(a)</b>	6	13%
<b>Estudiante</b>	36	75%
<b>TOTAL</b>	48	100%

Esta práctica invita a los emprendedores de la comunidad UIS. Hay que tener en cuenta que esta es la primera vez que participan profesores en un 13% aparte de estudiantes (75%) y egresados (13%). Ya que en la primera versión del catálogo solo se vieron emprendimientos de alumnos y graduados.

Figura 11- Programa académico - Unidad administrativa

Recuento de el programa académico o unidad académica - administrativa con la cual tiene vinculo en la UIS

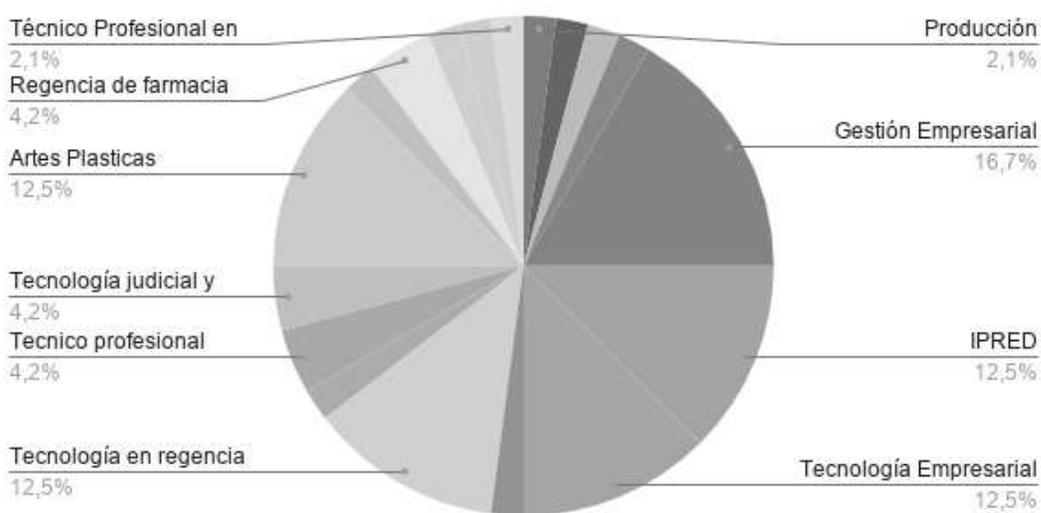


Tabla 11-Programa académico - Unidad administrativa

Indique el programa académico o unidad académica - administrativa con la cual tiene vinculo en la UIS		
	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<b>Gestión Empresarial</b>	8	16,7%
<b>Artes plásticas</b>	6	12,5%
<b>Técnico Profesional en Producción Agropecuaria</b>	1	2,1%

<b>producción</b>	1	2,1%
<b>regencia de farmacias</b>	2	4,2%
<b>tecnología judicial</b>	2	4,2%
<b>técnico profesional</b>	2	4,2%
<b>tecnología en regencia</b>	6	12,5%
<b>Tecnología empresarial</b>	6	12,5%
<b>IPRED</b>	6	12,5%
<b>Otros</b>	8	16,7%
<b>TOTAL</b>	48	100%

Según las estadísticas que todos los participantes corresponden al IPRED, se manifiesta que hay un 17% que pertenecen a la carrera de Gestión empresarial, siguiéndole con un 12,5% Tecnología empresarial, artes plásticas y tecnología en regencia de farmacia.

*Figura 12-Alcance de envío de producto*

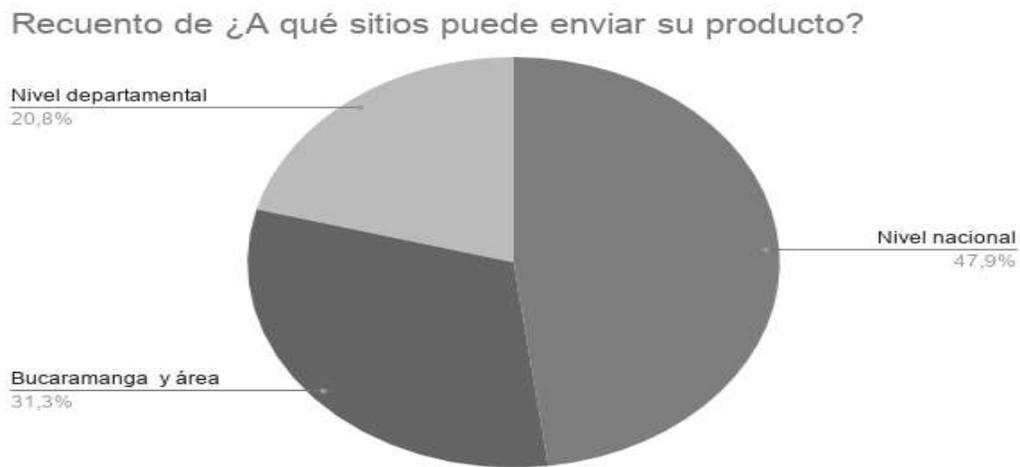


Tabla 12- Alcance de envío de producto

¿A qué sitios puede enviar su producto?		
	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<b>Bucaramanga y área</b>	15	31,3%
<b>Nivel departamental</b>	10	20,8%
<b>Nivel Nacional</b>	23	47,9%
<b>TOTAL</b>	48	100%

Un 47,9% de participantes aseguran que pueden enviar su producto a nivel nacional, seguidamente, un 31,3% respondieron que a nivel departamental y por último el 31,3% afirman que a Bucaramanga y área metropolitana. Con estos resultados se entiende que la mayoría de aplicantes pueden enviar su producto a nivel nacional, dejando un margen alto en el mercado interno de la zona metropolitana.

Figura 13- Medios de pago

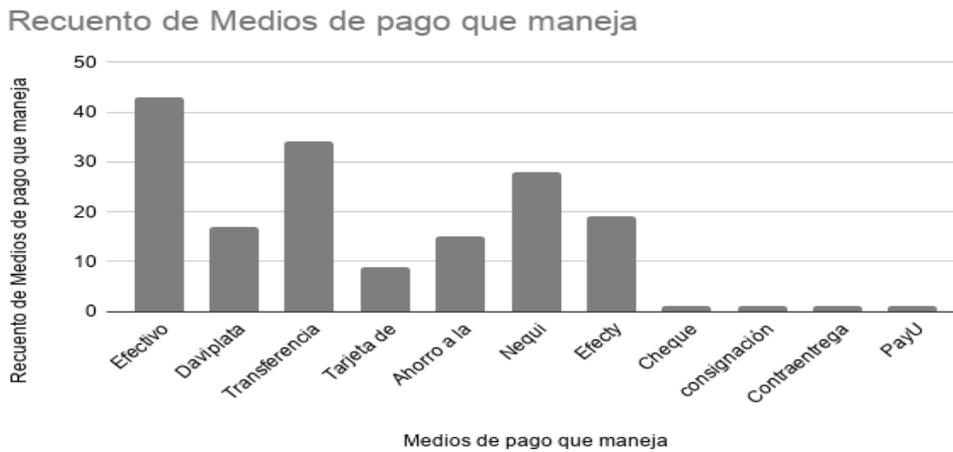


Tabla 13- Medios de pago

<b>Medios de pago que maneja</b>	<b>N° ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Efectivo</b>	43	89,6%
<b>Daviplata</b>	17	35,4%
<b>Transferencia</b>	34	70,8%
<b>Tarjeta de crédito y debito</b>	9	18,8%
<b>Ahorro a la mano</b>	15	31,3%
<b>Nequi</b>	28	58,3%
<b>Efecty</b>	19	39,6%
<b>Cheque</b>	1	2,1%
<b>Consignación</b>	1	2,1%
<b>Contra entrega</b>	1	2,1%
<b>PayU</b>	1	2,1%

Esta pregunta es sobre todos los medios de pago que usa cada emprendimiento, y se obtuvieron resultados de que prácticamente todos los emprendedores usan el efectivo, más de 30 encuestados usan transferencia bancaria, y le sigue el método de pago Nequi con casi 30 personas y luego Efecty con 19 personas. La finalidad de este criterio en la selección era entre más métodos de pago se tenga, mejor para el cliente.

La importancia de contar con diferentes métodos de pago en un negocio es clave hoy en día para que el cliente se sienta cómodo y seguro a la hora de realizar un pago y finalmente se materialice su intención de compra. A la vista de estos datos, una pasarela de pagos se convierte en una pieza indispensable en el comercio actual, tanto a nivel presencial como E-commerce, y más con un consumidor que ha evolucionado digitalmente y accede a través de varios canales y dispositivos.

“Los consumidores se han adaptado a las nuevas tecnologías, sobre todo a las que tienen que ver con los usos de un Smartphone, por ello los pagos con nuestro teléfono móvil o con tarjeta, son ya mayores que los realizados en metálico. Para satisfacer las necesidades de nuestros clientes

es necesario estar a la altura y adaptar nuestros negocios a las circunstancias. Es aquí donde cobra importancia disponer de una pasarela de pagos, que permitirá a los clientes pagar de la manera que ellos deseen, además de proporcionar muchas ventajas a los negocios como, por ejemplo, el ahorro en costes financieros, ya que permite trabajar con diferentes entidades bancarias, sin necesidad de estar ligado a un banco en concreto” señala José Luis Tapia, Director de desarrollo de negocio de Sipay, empresa especializada en soluciones de medios de pago. (Sipay, 2014)

## **7. Página Web del catálogo virtual UIS COMPRA UIS**

### **7.1 Proceso metodológico**

El catálogo virtual UIS compra UIS se diseñó en dos formatos, uno en la web (ver apéndices 4 y 5), y el otro en formato PDF descargable (ver apéndice 13).

El catálogo virtual UIS compra UIS Web, se realizó con herramienta virtual gratuita de Google Site en el que se les creó un espacio web a cada uno de los 39 emprendimientos que se están manejando en esta segunda fase del proyecto, en este espacio se evidencia el nombre del emprendimiento, los productos o servicios que ofrecen, los datos de contacto (dirección y WhatsApp), página web (en caso de que cuente con una), medios de pago y redes sociales.

Lo que se quiere alcanzar con esto es que el catálogo virtual UIS compra UIS cuente con un espacio en la web, en el que se pueda observar cada uno de los emprendimientos con los que cuenta la Universidad industrial de Santander y lo que ellos ofrecen a la comunidad.

El catálogo virtual UIS compra UIS en formato PDF se elaboró en la herramienta virtual Canva, al igual que el sitio Web cuenta con la misma descripción, este formato es más para compartir por redes sociales, correo electrónico y WhatsApp.

## 7.2 Diseño y construcción

El diseño del sitio Web como se dijo anteriormente se realizó en la herramienta virtual GOOGLE SITE (ver apéndices 4 y 5), la cual pertenece a Google Inc. En la cual se ingresó con el correo electrónico creado para el catálogo virtual UIS compra UIS, está diseñado de la siguiente forma:

- Página principal,
  - Logo UIS compra UIS.
  - Carrusel de imágenes de las diferentes categorías.
  - Las categorías de los emprendimientos.
  - Logo de Uis compra Uis más redes sociales.
  - Pie de página con logo de la UIS, IPRED y de UIS compra UIS.
  - Pie de página los datos de contacto del catálogo virtual UIS Compra UIS.
- Categorías.
  - Logo de la categoría
  - Logo y nombre de cada emprendimiento
  - Botón para regresar a la página principal
- Emprendimiento
  - Logo del emprendimiento.
  - Información del emprendimiento y el emprendedor.
  - Productos o servicios
  - Datos de contacto
  - Medios de pago

- Redes sociales
- Botón para volver a la categoría.

**Enlace del catálogo virtual UIS COMPRA UIS:**

**<https://sites.google.com/view/uiscomprauis/p%C3%A1gina-principal>**

La construcción del catálogo UIS COMPRA UIS versión PDF cuenta con 51 páginas (ver apéndice 13), el cual fue diseñado en la herramienta digital Canva, en el que al igual que la página web este cuenta con toda la información de los emprendimientos.

### 7.3 Revisión y correcciones

En algunas de las revisiones las correcciones que surgieron fueron el tamaño de letra, y el cambio de algunas imágenes borrosas que se actualizan de inmediato.

También se corrigió el nombre de algunos emprendimientos, como la eliminación de otros que dejaron de funcionar por la situación actual.

Se realizaron actualización de los productos que ofrecen los emprendimientos, ya que algunos emprendimientos manejan diferentes productos dependiendo de la temporada.

*Figura 14- cambios*



Al emprendimiento de la imagen anterior se le actualizó logo, nombre y los productos que ofrecía, debido a que los accesorios cambiaron y los anteriores ya no los tenían disponibles para la venta.

Cuando se agregaron los nuevos emprendimientos en la segunda edición del catálogo virtual UIS COMPRA UIS, se les envió el link del catálogo a los emprendedores por medio de WhatsApp, algunos de ellos vieron el link y no hicieron ningún comentario, otros en cambio les gusto la presentación y dieron las gracias por haber sido seleccionados.

También algunos de los emprendedores y/o empresarios al ver el catálogo virtual, brindaron más información de contacto que la que habían enviado por medio de la encuesta.

#### **7.4 Diseño de estrategias de comunicación**

La comunicación con los emprendedores en la segunda fase del catálogo ha sido a través de WhatsApp, medio por el cual los emprendedores nos hacen saber sus solicitudes e inquietudes.

Se eligió la estrategia de comunicación por medio de WhatsApp, ya que debido al problema de bioseguridad por el que atraviesa el mundo las empresas se vieron en la necesidad de comunicarse con sus clientes por una aplicación que sea popular en todas las generaciones.

Con WhatsApp las empresas y emprendimientos pueden tener un contacto de forma directa con los clientes, también de dar a conocer sus diferentes catálogos, por lo anterior expuesto fue que se llegó a la conclusión que la forma más rápida para contactar a los emprendedores aparte del correo electrónico era por medio de WhatsApp.

El catálogo virtual UIS compra UIS, busca estar en comunicación constante con los emprendedores y conocer el punto de vista respecto a los cambios que se realizan en el catálogo virtual UIS compra UIS, también es con el fin de tener un catálogo virtual actualizado, con productos que estén a la vanguardia en cada uno de los 40 emprendimientos que participan.

## 8. Conclusiones

En esta práctica se ha demostrado todas las actividades que se han realizado en el catálogo virtual UIS compra UIS para promover a su comunidad emprendedora, por lo que a la vez se ha venido estudiando los diferentes programas con los que cuenta la Universidad Industrial de Santander, para promover y fomentar el emprendimiento dentro de la comunidad UIS en general.

A través de eventos, la Universidad Industrial de Santander en mano con el IPRED han generado y apoyado un espacio donde los emprendedores puedan tener una oportunidad de visibilidad con las personas de la comunidad UIS como Unidad de emprendimiento, UIS Ingenium, Talento UIS Market, Rueda de negocios, entre otras, en algunos casos con personas externas como en el evento mercado campesino.

Se dejó en claro que son instancias temporales donde solo se puede apreciar el trabajo del emprendedor en el momento de la integración. Con el catálogo virtual UIS COMPRA UIS se ofrecen nuevos espacios de comunicación proponiendo una difusión de los emprendedores de la UIS, buscando un intercambio comercial permanente. En la segunda versión del catálogo, se evolucionó el diseño cambiando de un PDF a una página web para que fuera fácil, práctico y llamativo para las personas interesadas.

La principal categoría que predomina está enfocada en el arte, accesorios y ropa y, por otro lado, las categorías que no presentaron resultados elevados como salud y bienestar, tecnología y turismo se tuvieron en cuenta en un alcance mayor, ya que se quería agregar al catálogo emprendimientos diferentes.

Las redes sociales y la cantidad de medios de pago se han empoderado en el manejo y capacidad de un emprendimiento, es evidente que el uso de estas redes es un mecanismo para promociones y ventas. El alcance de envío de producto es un aspecto muy importante y según la encuesta se puede observar que los emprendedores optan por ofrecer sus productos más allá que al nivel nacional.

Con esta práctica empresarial, en compañía de informes, trabajos o estudios similares, se desea promover la importancia de realizar encuentros, espacios o eventos que hagan del emprendimiento una iniciativa de visibilidad de la innovación, liderazgo y una enseñanza del desarrollo tecnológico. Este tipo de propuestas hace que los emprendedores tengan la oportunidad de lucir su idea con orgullo. Proponiendo un trabajo innovador, hecho con dedicación y disciplina convirtiéndose en toda la aplicación de lo que es la gestión empresarial.

Es necesario reiterar, que uno de los propósitos de este proyecto de grado, era elaborar un encuentro virtual, pero debido a la afectación por la pandemia del COVID-19 y que no se obtuvieron respuesta de muchos emprendedores, lastimosamente no se alcanzó a lograr.

## 9. Recomendaciones

En vista de las buenas reseñas de los emprendedores según la encuesta de nivel de satisfacción del catálogo virtual en la primera versión. Es importante que otros estudiantes se encarguen de mantener este proyecto vivo, aumentando la cantidad de emprendedores semestralmente, realizar mantenimiento, soporte y arreglos a la página web de UIS COMPRA UIS, llevar un control de las redes sociales, gestionar y aplicar estrategias que permitan que el proyecto crezca.

Es esencial que al momento de realizar la selección de nuevos emprendedores, se maneje un tipo calificación que conlleve tiempo de funcionamiento, redes sociales, tiempo de entrega, medios de pago, etc.; Para que se agreguen emprendedores con una idea de negocio fija y una actividad económica de negocio constante.

La página web del catálogo virtual UIS COMPRA UIS debe mantener el atractivo ante la comunidad UIS. Por lo tanto, es necesario investigar métodos de diseño y estrategias de promoción que permitan fortalecer la visibilidad de los emprendedores.

En este escenario, los medios de difusión tanto de la Universidad Industrial de Santander como los de UIS COMPRA UIS deben ser aprovechados, fomentando la opción de que la comunidad vea este proyecto como una oportunidad de compra y una meta de participar con un emprendimiento propio.

Publicar por redes sociales y enviar por correo electrónico el nuevo diseño del catálogo virtual UIS COMPRA UIS 2da edición versión PDF.

Realizar con los emprendedores un video en el que ellos expliquen con sus propias palabras el objetivo de su emprendimiento y/o empresas y publicarlo por las diferentes redes sociales del Catálogo Virtual Uis Compra Uis.

Interactuar más con los emprendedores, si es posible visitar los emprendimientos.

### Referencias

- Admin. (18 de diciembre de 2018). *Zipvisual.com*. Obtenido de <http://www.zipvisual.com/blog/el-brochure-empresarial-y-sus-beneficios-para-mi-empresa/>
- Anónimo. (20 de octubre de 2012). *Sistema empresario Blogspot*. Obtenido de <http://sistema-empresario.blogspot.com/2012/10/ley-10-14-de-2006.html>
- Anónimo. (31 de diciembre de 2020). *Confecoop*. Obtenido de <https://confecoop.coop/actualidad/actualidad-2020/ley-2069-de-2020-ley-de-emprendimiento-una-ley-para-el-fomento-y-desarrollo-cooperativo-y-de-la-economia-solidaria/#:~:text=El%20Presidente%20de%20la%20Rep%C3%BAblica,el%20fin%20de%20aumentar%20el>
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Chile: INTEC.
- centro de comercio internacional. (01 de 01 de 2011). *centro de comercio internacional*. Obtenido de obstáculos arancelarios: <https://www.intracen.org/guia-del-cafe/los-mercados-del-cafe/Obstaculos-arancelarios/>
- DIGITAL, M. (26 de DICIEMBRE de 2014). *MASDIGITAL*. Obtenido de <https://www.masdigital.net/nuestro-blog/la-importancia-de-facebook-en-una-estrategia-de-inbound-marketing#:~:text=Esta%20plataforma%20es%20la%20herramienta,medio%20de%20contenido%20bien%20dirigido.>

- Econoticias. (17 de septiembre de 2015). *Econoticias*. Obtenido de <https://www.ecoticias.com/tecnologia-verde/166225/Emprendedores-origen-funcionalidad-espiritu-empresarial>
- García, I. (30 de noviembre de 2017). *Economía simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/financiacion>
- Hernández, D., & Muñoz, P. (2015). *Evaluación de la creación de empresas en el IPRED de la Universidad Industrial de Santander*. Bucaramanga.
- Hernández, D., & Paula, M. (2015). *EVALUACION DE LA CREACION DE EMPRESAS EN EL IPRED DE LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER*. Bucaramanga.
- MEJIA, J. C. (17 de septiembre de 2019). *Juancmejia*. Obtenido de <https://www.juancmejia.com/y-bloggers-invitados/que-es-instagram-importancia-y-como-destacarse-en-este-red-social/>
- Peiro, R. (20 de 03 de 2021). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html#:~:text=El%20concepto%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente,y%20servicios%20de%20una%20empresa.&text=Los%20resultados%20de%20esta%20satisfacci%C3%B3n,las%20ventas%20de%20un%20negocio.>
- Perrusquia, R. (09 de marzo de 2017). *Funnel.mx*. Obtenido de <https://funnel.mx/blog/importancia-redes-sociales-empresa/>
- Reader. (s.f.). *Reader.digitalbooks*. Obtenido de <http://reader.digitalbooks.pro/content/preview/books/43197/book/OEBPS/xhtmll/chapter01.xhtml#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20fue%20introducido%20a,el%20economista>

%20franc%C3%A9s%20Richard%20Cantillon.&text=Se%20dice%20del%20proceso%20de,empresas%20y%20modelos%

Roa, J. (2020). *PRACTICA EMPRESARIAL PARA PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER "UIS COMPRA UIS"*. Bucaramanga.

Roa, J. (2020). *Práctica empresarial para promover el emprendimiento en la Universidad Industrial de Santander "UIS COMPRA UIS"*. Bucaramanga.

Santos, H. (04 de agosto de 2020). *Vanguardia*. Obtenido de <https://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/los-negocios-emblematicos-de-bucaramanga-que-han-cerrado-sedes-NM2709870>

Santos, H. (04 de agosto de 2020). *Vanguardia*. Obtenido de <https://www.vanguardia.com/area-metropolitana/bucaramanga/los-negocios-emblematicos-de-bucaramanga-que-han-cerrado-sedes-NM2709870>

School, B. (10 de enero de 2019). *OBS*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas>

SID. (7 de diciembre de 2002). *Servicio de información sobre incapacidad*. Obtenido de <https://sid-inico.usal.es/legislacion/ley-34-2002-de-11-de-julio-de-servicios-de-la-sociedad-de-la-informacion-y-de-comercio-electronico/>

Significados. (05 de agosto de 2019). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/emprendimiento/>

Sipay. (07 de Julio de 2014). *Sipay.es*. Obtenido de <https://sipay.es/medios-de-pago-pieza-clave-en-el-proceso-de-compra/#:~:text=La%20importancia%20de%20contar%20con,materialice%20su%20intenci%C3%B3n%20de%20compra.>

- Tarapuez, E., Osorio, H., & Parra, R. (2012). *Dialnet.unirioja*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4242056>
- Thornton, M. (1998). *The Origin of Economic Theory: A Portrait of Richard Cantillon*.
- tiempo, E. (s.f.). *Cursos.el tiempo.com*. Obtenido de <https://cursos.eltiempo.com/4-razones-por-las-que-los-emprendimientos-fracasan-en-colombia/Publrreportaje>
- UIS. (02 de mayo de 2011). *Universidad Industrial de Santander*. Obtenido de <http://ead.uis.edu.co/emprendedores/index.php/resena-historica>
- UIS. (05 de octubre de 2011). *Universidad Industrial de Santander*. Obtenido de <http://ead.uis.edu.co/emprendedores/index.php/resena-historica>
- UIS. (2018). Universidad Industrial de Santander. Santander, Colombia. Obtenido de <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/investigacionExtension/convocatoriasProgramasApoyo/programasApoyoConvocatoriasInternas/documentos/terminosReferenciaEmprendimiento.doc>
- UIS, & IPRED. (s.f.). *Universidad Industrial de Santander*. Obtenido de <https://www.uis.edu.co/webUIS/es/sedes/malaga/presentacion.jsp>

### Apéndices

Apéndice a-página de Facebook



Apéndice b-página de Instagram



Apéndice c-invitación



Apéndice d-google site part 1



Apéndice e-google site part 2



*Apéndice f-google site celular*



Apéndice g- cuestionario de satisfacción

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN EMPRENDEDORES CATALOGO VIRTUAL UIS COMPRA UIS

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para mejorar el catálogo virtual UIS COMPRA UIS.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por el catálogo virtual UIS COMPRA UIS.

\*Obligatorio

1. Correo electrónico

\_\_\_\_\_

2. Nombre del emprendimiento \*

\_\_\_\_\_

3. nombre de el/los emprendedores? \*

\_\_\_\_\_

4. redes sociales \*

\_\_\_\_\_

5. ¿Cuáles su grado de satisfacción general con el catalogo virtual UIS COMPRA UIS? \*

Marca solo un óvalo.

Satisfecho

Insatisfecho

Otros: \_\_\_\_\_

6. Si su respuesta a la pregunta anterior es INSATISFECHO, ¿Por que?

\_\_\_\_\_

7. ¿Participaría usted en la segunda edición del catalogo virtual UIS COMPRA UIS? \*

Marca solo un óvalo.

Si

No

8. Si su respuesta a la pregunta anterior es NO, ¿Por que?

\_\_\_\_\_

9. ¿Ha recomendado usted el catalogo virtual UIS COMPRA UIS a otras personas? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

10. Si su respuesta a la pregunta anterior es NO. ¿Por que?

---

11. ¿Recomendaria usted el catalogo virtual UIS COMPRA UIS a otras personas? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

12. Si su respuesta a la pregunta anterior es NO. ¿Por que?

---

13. ¿Hay alguna sugerencia que le gustaría dejar, respecto al servicio de el catalogo virtual UIS COMPRA UIS? \*

---

---

Google no cree ni aprobó este contenido.

Google Formularios

*Apéndice h-tabla base de datos*

<b>Nombres y apellidos del emprendedor o emprendedora:</b>	<b>Correo electrónico</b>	<b>Nombre de la empresa o emprendimiento:</b>	<b>Incluya la dirección en la cual funciona su emprendimiento o empresa.</b>	<b>Numero de celular</b>
Pablo Antonio Álvarez Álvarez	reinadelacuesta@gmail.com	Reina de La Cuesta	Finca Miraflores, Vereda El Volador, Piedecuesta	3112961070
Erika Patricia Luna Sánchez	Erika.luna1007@gmail.com	LUNA SANCHEZ SAS	Cra 15 # 14 - 25 Bucaramanga	3167556283
Juan Carlos Acevedo	inboundmarketingcrm@gmail.com	Inbound Marketing y CRM	<a href="http://www.inboundmarketingcrm.com">www.inboundmarketingcrm.com</a>	3158071332
ROSALBA PÉREZ DE MONTOYA	Rosalbamontoya@traveland.co	TRAVELAND HOLDING EMPRESARIAL	Cra 28 número 50-54 Sotomayor Bucaramanga	3212053948
Arbey Flórez Peña	arflorez09@gmail.com	Ediciones A&P S.A.S	Calle 6 # 5E-72 Cúcuta	3122887050
Querubín Sánchez Martínez- Representante Legal	info@corporacionalanti.org/quesamario@gmail.com	CORPORACION ALANTI	AVDA 17 7W-51 TRAPICHE APTO 212A	316 7551953 304 5647263
Jenifer Ariza	jeviar13@gmail.com	SERVILLANTAS EL PUENTE	Calle 70 No 20w38 local 3	3166191047
Liseth Rueda Ardila	cleopatra_uts@hotmail.com	Antojitos Mati	Cra 20 #46-29	3186589532
Edwing Jhovann Hernández Zafra	edwing.hernandez89@gmail.com	Dakini Vinyasa Yoga	Finca El Diviso, vereda La Tigra, Rionegro, Santander	3015893589
Katherin DANIELA Guzman Galvis	Katherin Daniela Guzmán	BONDIE TECHNOLOGY	Solo virtual	3229512230
Lina María Martínez Otero	Immartinezot@gmail.com	Hospedaje Los Capuchinos	Carrera 8 # 11-25	311 237 4638
Rafael Herrera	dsanti05@hotmail.com	Diseños Samara	Calle 50a # 14-120 San Miguel	3174854591
Jamer Arley Granados Hormiga	Jamergranados@gmail.com	JN STORE	Digital	3209130293

Sara Lizeth Uribe Hernández	Sarauh27@hotmail.com	Hometech espacios	carrera 15 #11-33 SOCORRO SANTANDER	3144364170
Sergio alexander Contreras caballero	sergioacontreras95@gmail.com	avatelco legal tech	calle 41 # 11- 05	3132635226
María José García Leal	mariajogarcialeal.17@gmail.com	Tamaleando	No tenemos punto físico de ventas	3219797959
Mauricio Rodríguez González	mauuroo802@gmail.com	Mauricio Rodríguez Decorador	Carrera 15 # 8-66 San Rafael, Piedecuesta.	3115961235
José Antonio Maldonado pacheco	Drofarmanatural@gmail.com	G-M Alterpharma lab	Calle 8 número 6-60	3104765295
Lina María Valencia Hernández	lmvalencia31@misena.edu.co	Brombers	Vereda Zaragoza	3213259107
Leidy Luengas	alimentosgranados@gmail.com	Industria alimenticia Granados	Cra 6 # 9 -13	3123832887
yulieth casallas Ardila	yuliethcasallas@gmail.com	bonsais.art	manzana U casa 20 barrio mirador de san juan	3158784336

*Apéndice i-cuestionario de selección de emprendimientos*

## PRÁCTICA EMPRESARIAL PARA PROMOVER EL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE LA COMUNIDAD UIS Y SUS EMPRENDEDORES A TRAVÉS UN MEDIO DE DIFUSIÓN DIGITAL. "UIS COMPRA UIS"

Le invito a participar en esta practica empresarial UIS COMPRA UIS. Respondiendo el siguiente cuestionario.

El objetivo de esta actividad es actualizar el catálogo digital adicionando nuevos emprendimientos UIS, de tal forma que impulse el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores de manera permanente. El proyecto de igual manera, quiere ser una ayuda a la visibilidad de su emprendimiento.

"El emprendimiento no es ni ciencia ni arte, es una práctica" - Peter Drucker, filósofo de management.

\*Obligatorio



1. Nombres y apellidos del emprendedor o emprendedora: \*

---

2. Correo electrónico: \*

---

3. Sexo: \*

Marca solo un óvalo.

Masculino

Femenino

4. Ha participado en el Catálogo Virtual UIS COMPRA UIS? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No

5. ¿Usted estaría dispuesto a hacer parte del catálogo "UIS compra UIS"? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No

6. Nombre de la empresa o emprendimiento: \*

\_\_\_\_\_

7. Seleccione el tiempo de funcionamiento de la empresa o emprendimiento. \*

Marca solo un óvalo.

- 0-6 meses  
 7 meses - 1 año  
 1 año - 2 años  
 2 años - 3 años  
 3 años - 5 años  
 más de 5 años

8. Seleccione las redes sociales que usa la empresa o emprendimiento \*

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- YouTube  
 Instagram  
 Facebook  
 WhatsApp  
 Twitter

Otros:  \_\_\_\_\_

Incluya las redes sociales de su empresa o emprendimiento

9. YouTube

\_\_\_\_\_

10. Instagram

\_\_\_\_\_

11. Facebook

---

12. WhatsApp

---

13. Twitter

---

14. Seleccione la categoría a la cual pertenece su emprendimiento o empresa \*

Marca solo un óvalo.

- Accesorios y ropa
- Arte
- Deportes y tiempo libre
- Herramientas y ferreteria
- Productos agroindustriales
- Libros y papelería
- Mascotas
- Productos de limpieza
- Productos sustentables
- Restaurantes, panadería y pastelería
- Salud y Bienestar
- Servicios
- Tecnología
- Turismo
- Otros: \_\_\_\_\_

15. Incluya la dirección en la cual funciona su emprendimiento o empresa. \*

---

---

---

---

---

16. Numero de celular \*

---

17. ¿Cómo se identifica usted dentro de la comunidad UIS? \*

Marca solo un óvalo.

- Estudiante
- Egresado
- Profesor(a)
- Administrativo
- Jubilado

18. Indique el programa académico o unidad académica - administrativa con la cual tiene vinculo en la UIS \*

---

19. Describir brevemente su emprendimiento (máximo 1000 caracteres sin espacio) \*

---

---

---

---

20. Haga un listado de los productos o servicios que ofrece su empresa o emprendimiento \*

---

---

---

---

21. ¿A qué sitios puede enviar su producto? \*

Marca solo un óvalo.

- Bucaramanga y área metropolitana
- Nivel departamental
- Nivel nacional

## 22. Medios de pago que maneja \*

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Efectivo
- Tarjeta de crédito o débito
- Transferencia bancaria
- Efecty
- Daviplata
- Nequi
- Ahorro a la mano

Otros:  \_\_\_\_\_

## 23. Añada fotos de tus productos o servicios ofrecidos, que sean los mas relevantes . (preferiblemente comprimidos en zip o rar). \*

Archivos enviados:

## 24. Envie foto del logo del emprendimiento \*

Archivos enviados:

## 25. Autoriza a UIS compra UIS a publicar la información de su negocio y datos de contacto en las diferentes redes sociales y canales de difusión, con el fin de promover el emprendimiento en la universidad industrial de Santander. \*

Marca sólo un óvalo.

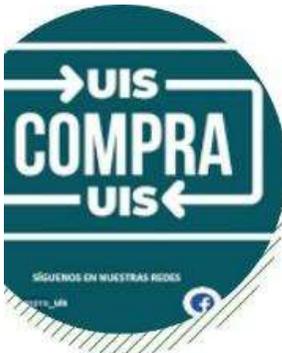
- Si
- No

---

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

*Apéndice j- invitación a emprendedores*



## PRÁCTICA EMPRESARIAL PARA PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

El objetivo de este proyecto es actualizar el catálogo digital UIS COMPRA UIS, adicionando nuevos emprendimientos desarrollados por los miembros de la comunidad UIS.

Si usted es emprendedor o empresario y está interesado en visibilizar su producto o servicio en la comunidad UIS, lo invitamos a diligenciar el siguiente formulario:

<https://forms.gle/isxcw7XweqThF9P67>

Agradecemos su apoyo.

Milen Caterine Bacca Garcia  
Genny Paola Vargas Lopez

Estudiantes de Gestion  
Empresarial



*Apéndice k-criterios de selección*

<b>Redes sociales</b>	<b>Puntos</b>
Whatsapp	1
Instagram	3
Facebook	2
Twitter	2
Youtube	3
Otros	1

<b>Tiempo de funcionamiento</b>	<b>Puntos</b>
0-6 meses	0
7 meses - 1 año	1
1 año - 2 años	2
2 años - 3 años	3
3 años - 5 años	4
5 años o más	5

<b>Categoría del emprendimiento</b>	<b>Puntos</b>
Accesorios y ropa	1
Arte	2
Deportes	3
Libros y papelería	4
Productos agroindustriales	4
Productos sustentables	4
Restaurantes, panadería y pastelería	3
Salud y Bienestar	5
Servicios	3
Tecnología	5
Turismo	5
Otros	3

<b>Sitios donde envía el producto</b>	<b>Puntos</b>
Bucaramanga y área metropolitana	1
Nivel departamental	2
Nivel nacional	3

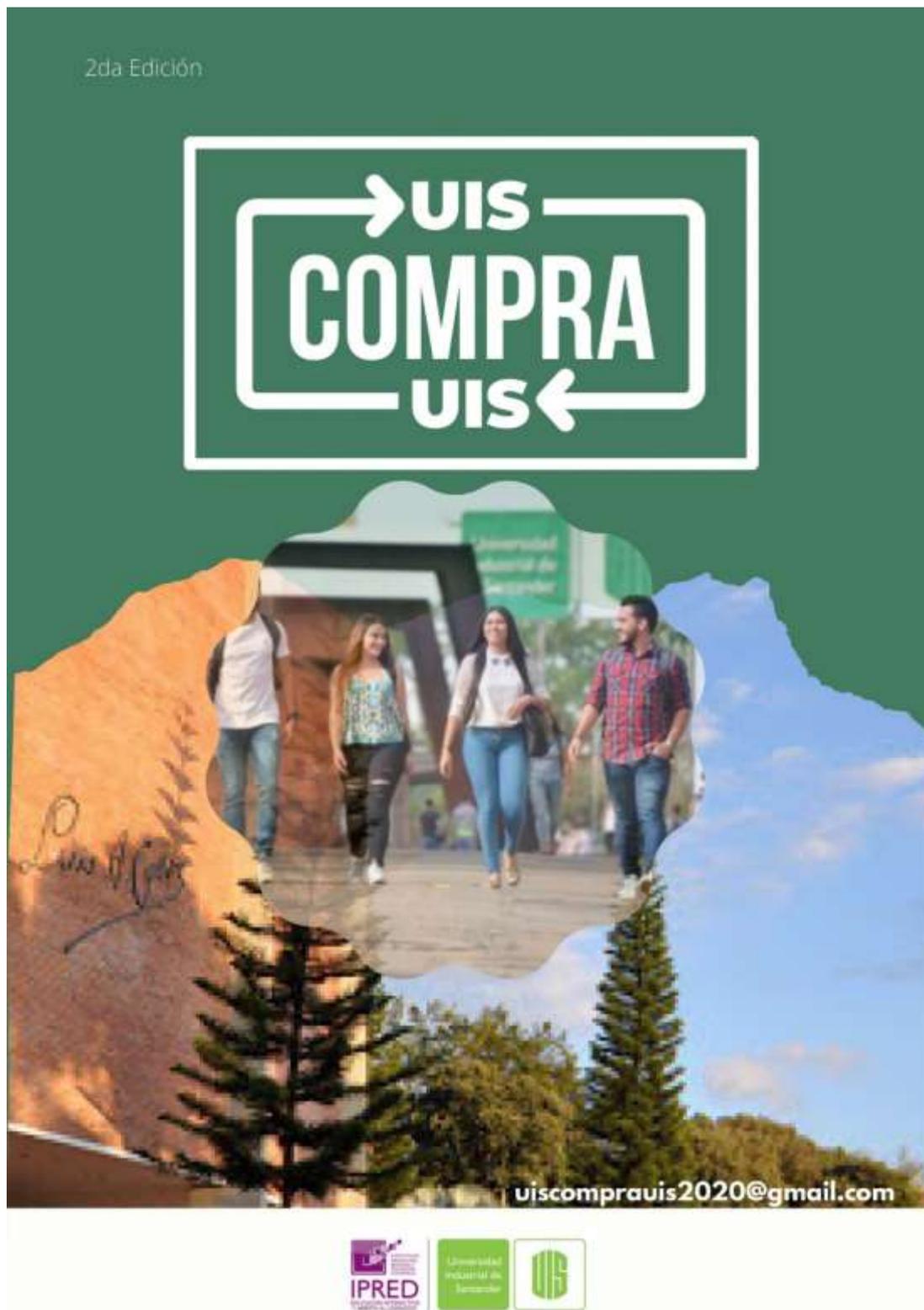
<b>Medios de pago</b>	<b>Puntos</b>
Efectivo	0
Tarjeta debido o crédito	3
Transferencia bancaria	1
Efecty	2
Daviplata	3
Nequi	3
Ahorro a la mano	2
Otros	2

*Apéndice l-tabla puntaje de criterios de selección*

<b>Emprendimiento</b>	<b>Tiempo de funcionamiento</b>	<b>Redes sociales</b>	<b>Categoría del emprendimiento</b>	<b>Sitios donde se envía el producto</b>	<b>Medios de pago</b>	<b>TOTAL, PUNTAJE</b>
Ediciones A&P S.A.S	5	11	4	3	12	35
TRAVELAND HOLDING EMPRESARIAL	5	9	3	3	11	31
Inbound Marketing y CRM	3	11	3	3	7	27
Industria alimenticia Granados	3	6	4	3	11	27
Hospedaje Los Capuchinos	4	6	5	3	8	26
CORPORACION ALANTI	1	12	3	3	6	25
G-M Alterpharma lab	2	1	5	3	14	25
Mauricio Rodríguez Decorador	5	6	2	1	11	25
Reina de La Cuesta	5	6	4	1	7	23
SERVILLANTAS EL PUENTE	5	3	3	2	10	23
avatelco legal tech	5	1	3	2	11	22
Diseños Samara	2	7	3	3	7	22
JN STORE	0	4	3	3	11	21
LUNA SANCHEZ SAS	5	5	3	2	6	21
BONDIE TECHNOLOGY	1	6	5	3	5	20
bonsais.art	1	5	2	3	9	20
Data Enterprise Sas	5	1	3	3	8	20
Tamaleando	1	6	3	1	9	20
Hometeck espacios	5	3	3	3	6	20
Dakini Vinyasa Yoga	2	6	5	3	4	20
Abu bek coffee	1	6	4	2	6	19
Brombers	0	1	4	1	11	17
Café Asomavir	1	6	4	1	5	17
Detalles personalizados en Porcelanicron	0	6	2	3	6	17
Dun_1705	1	6	2	3	5	17

Jorge Suarez. Medicina al servicio del Deporte	1	4	5	1	6	17
Lookeratin	0	6	3	1	7	17
Yogurteria batifrut	2	7	4	1	3	17
Belca diseño y confección de ropa interior femenina	3	6	1	3	3	16
Strawberry Boutique	1	6	3	3	3	16
Asesorías especializadas en el cultivo de cannabis psicoactivo y no psicoactivo.	2	3	3	3	4	15
Dakini Vinyasa Yoga	2	4	5	3	1	15
Hacienda Valentina	0	3	4	2	6	15
Arte Cacao	0	6	4	1	3	14
Valú arte	1	6	2	1	4	14
Brave_love	0	6	1	3	3	13
lupita lengüita	1	6	1	1	3	12
el baul de los sueños luxury	0	6	1	3	1	11
Granja Porcicola El Diviso	4	1	3	2	1	11
Julicamacho	0	6	1	3	1	11
Mermelada artesanal	2	1	3	2	2	10
Perfumes y accesorios maleja	3	1	3	2	1	10
Tu dulce Aroma M y A	2	2	1	2	3	10
La Vuelta al Mundo	0	3	3	1	0	7
Girasol	0	1	1	1	3	6
Antojitos Mati	0	0	3	1	0	4

Apéndice m- catálogo virtual UIS COMPRA UIS 2da edicion pdf





**Cordial saludo, querida comunidad UIS,**

**Los invitamos a observar esta segunda edición del catálogo virtual UIS COMPRA UIS, el cual es una propuesta de la practica empresarial para promover el intercambio comercial entre la comunidad UIS y sus emprendedores a través de un medio de difusión digital. "UIS COMPRA UIS".**

**Viene renovado con nuevas categorías y nuevos productos.**





# ACCESORIOS Y ROPA





# ANDREA AMARILLO JOYERIA

**INFORMACION**  
Joyería y belleza la moda en la, con esencia de la cadena.

Jhoana Andrea Amarillo Cárdenas  
[joanacardenas@andreaamarillo.com](mailto:joanacardenas@andreaamarillo.com)

**PRODUCTOS**

 <p>ANILLO ASTILLA</p>	 <p>ARETES ARCO IRIS</p>	 <p>ARETES GUACAMAYA</p>	 <p>CADENA ESENCIA</p>
 <p>CADENA FLORESMILA</p>	 <p>CADENA MANO INTERIOR</p>	 <p>CANDONGA VELINTONIA MINI</p>	 <p>EAR CUFF</p>

**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

Dirección: Tarata virtual. **WhatsApp:** 316 661 81 40  
**Página web:** [www.andreaamarillo.com](http://www.andreaamarillo.com)

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Sucursal bancaria, Nequi

**REDES SOCIALES**

 <a href="https://www.instagram.com/andreaamarillojoyeria">andreaamarillojoyeria</a>	 <a href="https://www.facebook.com/andreaamarillojoyeria">andreaamarillojoyeria</a>
---	--

**ACCESORIOS Y ROPA**





# COLLART ACCESORIOS

**INFORMACION**

Empresa santandereana apasionada por el arte de crear accesorios elaborados a mano con fines y sofisticadas piedras naturales y diseños exclusivos, que convierten cada pieza en joya única, elegante y moderna que resaltan la belleza femenina.

**Silvia Alexandra Gamboa Cáceres**  
ESTUDIANTE - JOYERÍA ORFEBRERÍA

**PRODUCTOS**



PULSERAS



ARETES



ARETES



COLLARES



PULSERAS

**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**Dirección:** Cra 27 # 30 26 apto 201 **WhatsApp:** 300 424 01 77

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Nequi.

**REDES SOCIALES**



collart.designers



collart.designers

ACCESORIOS Y ROPA








# LOVE AND ART

### INFORMACION

Tienda de arte que diseña y comercializa productos personalizados en madera y dibujos impresos.

**Silvia Lizeeth Hernández Pabón**  
[loveandartbga@gmail.com](mailto:loveandartbga@gmail.com)  
<https://www.instagram.com/loveandartbga>

### PRODUCTOS



CUADROS



CUADROS



PORTARETRATOS



PORTARETRATOS



ALCANCÍAS



PORTA LÁPICES

### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**Dirección:** Tierra Virtual **WhatsApp:** 300 540 86 86

**MEDIOS DE PAGO:** Transferencia bancaria, Efectivo y contra entrega.

### REDES SOCIALES



loveandartbga



Love & Art

ACCESORIOS Y ROPA








**INFORMACION**

LUCHADOR es un espacio que fue creado para generar diferentes alternativas comerciales y artísticas, en la actualidad hemos trabajado con más de 60 marcas tanto locales como nacionales, teniendo en cuenta que nuestro principal objetivo ha sido impulsar el talento local, por eso nuestra agenda va direccionada al diseño independiente y mostrar a Colombia como un país que manufactura y comercializa productos de alta calidad y con identidad país.

**Daniela Jiménez Posada**  
ESTUDIANTE Diseño Industrial

**PRODUCTOS**



CAMIBUZOS



CAMISETAS OVERSIZED



BUZOS



CAMIBUZOS



MORUNOS



MORUNOS

**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

DIRECCION: CLL 52 # 35A-20 WhatsApp: 314 280 76 23

MEDIOS DE PAGO: Efectivo, Transferencia bancaria, Píeety, Dapipata, Nequi.

**REDES SOCIALES**



ACCESORIOS Y ROPA





**INFORMACION**

Somos una tienda de productos creativos, únicos, que te transportan a un viaje fantástico por tus gustos y aficiones a través de estampados, imágenes, logos, frases, canciones o simplemente si quieres comunicarle al mundo a través del diseño una parte de ti.

Marisol Julieth Vanegas Duarte  
EGRESADA: Diseño Industrial

**PRODUCTOS**



TULA



TULA



CARTUCHERA



PAÑOLETA



ACCESORIOS



CAMISETAS

**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

DIRECCION: CLL 36 427-11 | WhatsApp: 318 494 04 97

MEDIOS DE PAGO: Transferencia bancaria, Daviplata, Nequi, Mercado Pago

**REDES SOCIALES**



ACCESORIOS Y ROPA





**INFORMACION**

Somos una empresa 100% digital con envíos a todo Colombia, actualmente llevamos 20 días operando y ya contamos con 700 seguidores en Facebook, tenemos los mejores productos a un bajo precio.

**Jamer Arley Granados Hormiga**  
 ESTUDIANTE - Regencia de farmacia

**PRODUCTOS**



**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** Tienda Virtual WhatsApp: 320 913 02 93

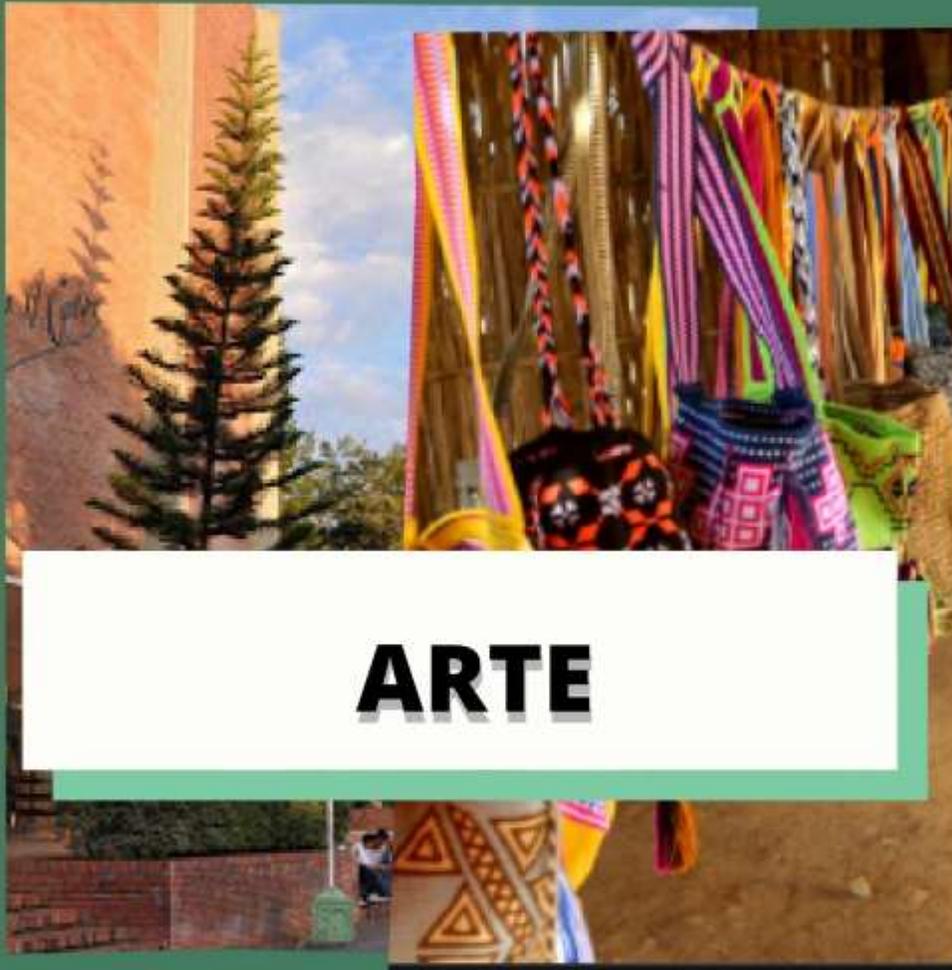
**MEDIOS DE PAGO:** Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Pósto, Ahorro a la mano, Contraentrega solo en Bogotá y a mango

**REDES SOCIALES**



ACCESORIOS Y ROPA





# ARTE





# ANDROMEDARTE

**INFORMACION**  
Perchero e imanes para el refrigerador personalizados con la cara de sus mascotas, helados y paseos para perros.

**Astrid Juliana Duarte Mateus**  
ESTUDIANTE: Ingeniería eléctrica

**PRODUCTOS**



IMANES      IMANES      PERCHERO



**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** CLJ-14 # 27-11 WhatsApp: 323 200 89 04

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Efecty, Ocioplate, Nequi.

**REDES SOCIALES**



andromedarte13

**ARTE**





**ARTE INGA**  
Nuchichi Rurraska

**ARTE INGA**

**NUKANCHI RURRASKA**

**INFORMACION**

Arte Inga ofrece diferentes accesorios para las personas (cualquier género e edad) elaborados en mosaico checa. Estos productos artesanales se caracterizan por la diversidad de diseños y colores que surgen de la memoria colectiva del pueblo indígena Inga y su relación con la naturaleza. Además, se establece como un emprendimiento liderado por estudiantes indígenas que hacen parte de la comunidad universitaria UIS, con el propósito de apoyar la recuperación, el fortalecimiento y la vitalización del tejido en mosaico checa que devela la historia, lengua nativa, espiritualidad y relación porfiria organizativa a través de sus diferentes accesorios.

**Liliana Y Mariela Pujimay Janamejoy**  
ESTUDIANTE: ingeniería Industrial/creatividad en español e literatura

**PRODUCTOS**



PULCERAS



COLLAR



COLLAR



COLLAR

**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** CL 10 # 268 - 04 PISO 2 **WhatsApp:** 320-873-82-15

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Efecty

**REDES SOCIALES**



arte.inga



arte.inga

ARTE








### INFORMACION

Este emprendimiento se basa en la personalización de macetas, tarjetas y detalles elaborados a mano con madera, porcelanabrom, entre otros materiales.

Daniel Andrés Román Silva  
ESTUDIANTE Logística DUAJ

### PRODUCTOS



DETALLES  
PORCELANABROM



DETALLES  
PORCELANABROM



MACETAS



MACETAS



MACETAS

### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

DIRECCION: COL 32 # 42-59 WhatsApp: 311 472 1874

MEDIOS DE PAGO: Efectivo, Nequi

### REDES SOCIALES





**INFORMACION**

Somos dos estudiantes de Biología que nos dedicamos a plasmar la biodiversidad colombiana y la impresión creativa a través de productos hechos a mano en diferentes técnicas, como la acuarela, el croché, el bordado a mano, acrílico, manualidades con resina, bisutería y aprovechamiento de materiales.

**Sebastián Plata Cadena - María Fernanda Suarez cosa**  
[ESTUDIANTE.Biologia](mailto:ESTUDIANTE.Biologia)

**PRODUCTOS**



**BOLSO TEJIDO**



**ILUSTRACIONES**



**ILUSTRACIONES**



**VASOS PERSONALIZADOS**

**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** CLL 94 8 3 43 Prodecaja **WhatsApp:** 310 481 72 68

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Intesa

**REDES SOCIALES**


eukary.art

ARTE






# MAURICIO RODRIGUEZ DECORADOR

### INFORMACION

Empresa de decoraciones y eventos. Somos los encargados de realizar sus fechas especiales de manera creativa.

**Mauricio Rodríguez González**  
ESTUDIANTE Años 14 y 15

### PRODUCTOS

### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** Carrera 15 # 8-56 San Rafael, Pedernales. **WhatsApp:** 311 596 12 35

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplata, Ahorro a la mano.

### REDES SOCIALES

ARTE



### INFORMACION

Creación de flores y bonsaís artesanales hechas a mano con mostacilla y alambre de cobre.

**Yulieth Casallas Ardila**  
ESTUDIANTE: FARMACIA DE FARMACIA

### PRODUCTOS



### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** marodón U casa 20 barrio mirador de san juan **WhatsApp:** 315 878 43 36

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Efecty, Nequi

### REDES SOCIALES



**ARTE**





# CALZADO





# DISEÑOS SAMARA

### INFORMACION

Fabricación y comercialización de calzados para dama.  
Venta de calzados de dama.

Rafael Herrera  
[ESTUDIOS@DISEÑOSAMARA.COM](mailto:ESTUDIOS@DISEÑOSAMARA.COM)

### PRODUCTOS



### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

Dirección: Calle 50a # 14-120 San Miguel | **WhatsApp:** 317 898 04 62

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Doplatá, Nequi

### REDES SOCIALES



diseñoscompra



Diseños Samara

CALZADO



Universidad  
Industrial de  
Santander







# CASTILLO STORE

### INFORMACION

Castillo Store nació en el año 2016 en una feria escolar de economía, iniciando haciendo sólo manías y bolígrafos y desde el año 2019 hacemos Papelería personalizada. Hemos aumentado los costos que hacemos & vendemos al igual que hemos mejorado su calidad con el fin de ofrecer productos innovadores.

**Valentina Hincapié Castillo**  
ESTUDIANTE-ajp@unlv.edu.ni

### PRODUCTOS



LAPICEROS



BOLIGRAFOS



CUADERNOS



LIBRETAS



VARIEDADES

### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** TIENDA VIRTUAL. **WhatsApp:** 300 398-47 29

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia Bancaria, Néqui.

### REDES SOCIALES



castillostorecol



castillostore

LIBROS Y PAPELERIA








### INFORMACION

Ediciones A&P crea, produce y comercializa textos educativos para el área de educación artística.

Arbey Flórez Peña  
EDICIONES

### PRODUCTOS



### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

DIRECCION: Calle G # 56-72 Cúcuta. WhatsApp: 312 288 70 50

MEDIOS DE PAGO: Efectivo, Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplaza, Nequi

Página Web: <http://www.edicionesayp.com/>

### REDES SOCIALES



LIBROS Y PAPELERIA







**INFORMACION**

Ellos hemos destacado por ser una empresa pionera en Santander trabajando en el concepto de un portafolio dedicado a la nutrición responsable para animales en compañía, participando en una de las categorías de consumo con gran crecimiento a nivel mundial, y nos proyectamos como una marca que da respuesta a necesidades clínicas concretas donde la nutrición es el principal componente. Esto nos ha permitido tener un crecimiento acelerado en nuestra línea de alimentación completa y suplementos nutricionales y al mismo tiempo ser vistos como una marca con alto valor emocional gracias a nuestras líneas de fechas especiales.

**Eddy Brigitte Delgado Tarazona**  
 CREADORA: Ingeniería Industrial

**PRODUCTOS**



**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** CRA 35 # 62 34 CONJUNCO. **WhatsApp:** 301 339 41 41

**PAGINA WEB:** [www.petbrunchpr.com](http://www.petbrunchpr.com)

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Becta, pago en línea a través de página web, datafono virtual, Rappi y Domestios.com.

**REDES SOCIALES**



**MASCOTAS**





# MOBILIARIO DE OFICINA





**INFORMACION**

Estamos una microempresa dedicada al diseño y la comercialización de mobiliario, buscamos asesorar a nuestros clientes en la toma de decisiones frente a la elección de nuestros productos para así permitirles convertir sus espacios en lugares con diseño y ergonomía, a su vez nuestro objetivo es brindar las mejores opciones en mobiliario a nuestros clientes, y de esta manera evitar problemas en productividad laboral y salud.

Sara Lizeth Uribe Hernandez  
 ESTUDIANTE: Gestión jurídica y comercializa

**PRODUCTOS**



**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** Carrera 15 #11-33 SOCORRO SANTANDER WhatsApp: 314 496 41 70

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Liberty, Nequi

**PAGINA WEB:** [www.hometechspacios.com](http://www.hometechspacios.com)



# PRODUCTOS DE LIMPIEZA





**INFORMACION**

PissPou «Tranquilidad que se acompaña», es un producto de aseo personal, creado para uso y consumo de mujeres y hombres, a partir de los 11 años de edad, su presentación es un Spray de 60ml/3.2 Fl.oz. porción para llevar sin complicaciones en el bolso, envasado en envase plástico, de tamaño de 10 cm de alto x 4.5 de diámetro, su propósito es desinfectar el asiento del inodoro, compuesto por productos químicos y naturales de limpieza y de agradable aroma, para el cuidado de la piel, en óptimas condiciones y con vigencia de dos años desde su producción, según estudio del INMMA.

**Leidy Acelas y Genny Ardila**  
 CORSAVADOS Gestión empresarial

**PRODUCTOS**

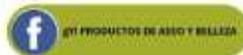


**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** CRA 27 # 41 - 14 **WhatsApp:** 300 516 61 12 / 316 899 96 99.

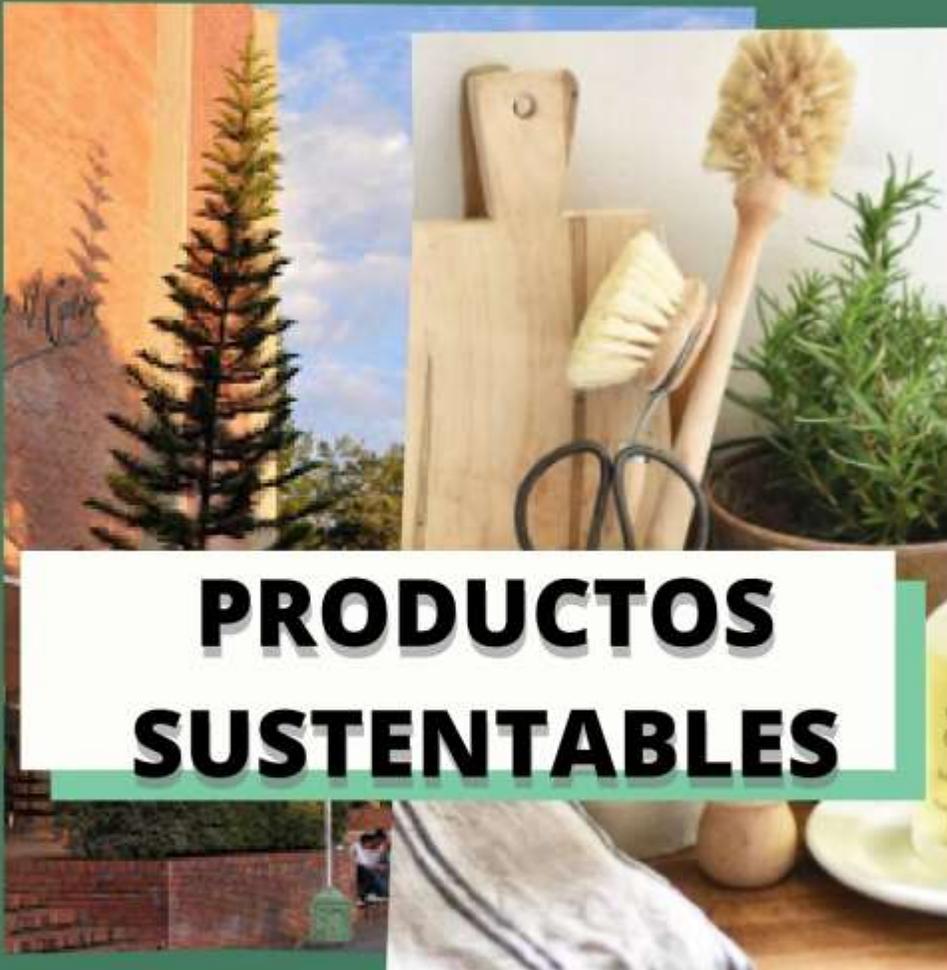
**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Daviplata.

**REDES SOCIALES**



PRODUCTOS DE LIMPIEZA





# PRODUCTOS SUSTENTABLES





**INFORMACION**

Mientras una idea que surge de la mente de dos biólogos en procura de la UIS, que mediante la traer de sus conocimientos de la naturaleza y ante la preocupación de la degradación ambiental, crean una alternativa que promueva, mediante productos ecológicos que van desde el cuidado personal, la estética y el hogar. Este proyecto genera en la población una mentalidad y estilo de vida sostenible más amigable con el planeta, ya que es la única nave que tenemos para viajar por el universo.  
Somos Terranauta, somos navegantes de la Tierra.

**Laura Angélica Fernández Rangel**  
ESTUDIANTE, Bogotá

**PRODUCTOS**



CEPELLO DE BAMBU -  
CABELLO



CEPELLO DE BAMBU -  
DIENTES



CUBIERTOS DE BAMBU



PITILLOS DE ACERO



VASO DE ACERO

**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** TIENDA VIRTUAL. **WhatsApp:** 317 390 51 75

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Efters, Oxxiplata, Nequi.

**REDES SOCIALES**



**PRODUCTOS SUSTENTABLES**





# RESTAURANTE, PANADERIA Y PASTELERIA





**INFORMACION**

Galletitas Mini MUA son galletas 100% artesanales. Receta receta original es la receta de mi abuelo. Años después decidí retomar de nuevo este emprendimiento y realizarle algunas modificaciones a la receta para obtener galletitas con vitaminas y bajas en azúcar, esta formulación la realicé con el apoyo de alimentos de la Universidad Industrial de Santander, obteniendo así unas galletitas nutritivas.

**Brenda Juliana Jacome Mayorga**  
 @BrendaJ.Mayorga

**PRODUCTOS**



GALLETITAS

GALLETITAS

GALLETITAS

GALLETITAS

**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** CRA 38 # 32 - 37 CABECERA **WhatsApp:** 315 634 51 56

**MEDIOS DE PAGO:** Transferencia Bancaria, Efectivo

**REDES SOCIALES**



RESTAURANTE, PANADERIA Y PASTERIA





# CAFE PUEBLITO VIEJO

## INFORMACION

Tienda de café especiales de Colombia, principalmente de Santander, con bebidas preparadas a partir de los mejores granos de café seleccionados a mano. O adquiere también nuestras bolsas de café molido o en grano.

**Andrés Leonardo Niño Solano**  
[EGBERARD@pueblito.com](mailto:EGBERARD@pueblito.com)

## PRODUCTOS



## CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** CLL 70 # 22-36 **WhatsApp:** 317-420-9412

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia Bancaria, Nequi, Daviplat

## REDES SOCIALES



**RESTAURANTE, PANADERIA Y PASTERIA**



# TAMALENADO

### INFORMACION

Somos una empresa santanderense que ofrece productos alimenticios de excelente calidad típicos de nuestra

**María José García Leal**  
ESTUDIANTE Artes Plásticas

### PRODUCTOS



### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** TIENDA VIRTUAL: **WhatsApp:** 521 979 79 59

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Dólarplata, Néqui, Ahorro a la mano

### REDES SOCIALES



**RESTAURANTE, PANADERIA Y PASTERIA**



# SALUD Y BIENESTAR





# G-M ALTERPHARMA LAB

## INFORMACION

Productos nutraceuticos que ayudan a prevenir y tratar patologias como, problemas articulares, metástasis hepática, digestivo, diabetes, colesterol y triglicéridos, dermatitis y dermatosis, gastritis, próstata, errogante natural. 10 productos nutraceuticos con registro sanitario interno, todos con investigación documental y experimental.

Elkos, doolmag, atrog, cibient, lesterolit, prualerg, liver plus, litares, glukams, kolun b.

**José Antonio Maldonado pacheco**  
 DCCENTE: Tecnología regional de farmacia

## PRODUCTOS



DOOLMAG



LESTEROLIT



PRUALERG



ELKOS



LITARES



KOLUN B



LIVER PLUS



CIBIENT

## CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** Calle 8 # 4-5-60 WhatsApp: 310 470 53 95

**MEDIOS DE PAGO:** Cheque, Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Efectivo, Davipata, Nequi, Ahorro a la mano.

SALUD Y BIENESTAR





# DAKINI VINYASA YOGA

### INFORMACION

Dakini Vinyasa Yoga es un centro enfocado en impartir clases de vinyasa yoga y meditación con el propósito del crecimiento físico, mental y espiritual del practicante.  
Clases de yoga y meditación online. Clases grupales y personalizadas. Curso para principiantes de yoga y meditación.

**Edwing Jhovani Hernández Zafrá**  
[ESTUDANTE Tecnología Empresarial](#)

### PRODUCTOS

VINYASA YOGA  
ONLINE  
HORARIOS

Lunes y Viernes 06:00PM  
Martes, Jueves y Sábado 06:30AM  
Domingo 06:00AM




### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** Calle 8 # 4-60 WhatsApp: 310 470 53 95

**MEDIOS DE PAGO:** Cheque, Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Efectivo, Daviplata, Nequi, Ahorro a la mano.

### REDES SOCIALES



[dakini.vinyasa.yoga](#)



Dakini Vinyasa Yoga

SALUD Y BIENESTAR








# SERVICIOS





# BG CONSULTORIA

### INFORMACION

Consultoría empresarial y Gestor de Proyectos Empresariales.

Servicios de estado de producción y servicios, análisis estratégico y financiero empresarial, mejoramiento de procesos, manuales de cargos y funciones, planes de negocio y métodos de negocio, marketing digital y tradicional, sistemas de gestión de la calidad, copywriter web, gestión documental, sistemas de seguridad y salud en el trabajo.

**Gusman Andrés Peña García**  
EGRESADO: Ingeniería Industrial

### SERVICIOS





*Consultora empresarial que genera soluciones reales de forma innovadora con calidad humana y empática, que permite aumentar la rentabilidad y productividad de su organización.*



**PLANES BG PARA EMPRESARIOS**

Consultoría, Asesoría y Acompañamiento Empresarial

Conocimiento que Resuelve tus Problemas.

### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** CRA 10 # 32-37 **WhatsApp:** 310 755 50 75

**MEDIOS DE PAGO:** Transferencia bancaria, Efectivo

### REDES SOCIALES



RECONSULTORIA.ING



BGCONSULTORIA.ING

SERVICIOS











**INFORMACION**

Ofrecemos servicios de consultoría y acompañamiento profesional en la solución a problemas de investigación o necesidades de estudiantes, personas naturales, micro, pequeños y medianos empresarios. Nuestra principal razón de ser es acompañar al estudiante recién egresado en su empoderamiento de orientación laboral, empoderamiento personal, afiliación de mentorías, logrando con ello su mejor target y de las empresas su fortalecimiento de acuerdo con las actuales exigencias de la economía global.

Asesoría en proyectos de grado en cualquier nivel y área del conocimiento, desarrollo de habilidades blandas, poscura de normas internacionales, apoyo a preparación de sustentaciones, apoyo a emprendedores en sus ideas y planes de negocio.

**Trina Gualdrón Pinto**  
EGRESADO: Gestión empresarial

**SERVICIOS**



**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCIÓN:** crd 33 # 86- 144 torre 2 apto 1109 **WhatsApp:** 316 331 02 46

**MEDIOS DE PAGO:** Sucursal bancaria, Western union, Efectivo

**REDES SOCIALES**





# AVATELCO LEGAL TECH S.A.S

## INFORMACION

Somos una empresa que ha visto un cambio social en aplicaciones de las TIC, por eso destinamos nuestros servicios en brindar apoyo a las empresas y a personas naturales en temas jurídicos, delitos informáticos y el cumplimiento de sistemas de seguridad de la información. Para ello contamos con los mejores profesionales en las materias que sean de necesidad para el mejor resultado.  
*Asesorías, defensas jurídicas, implementación de SGI, evidencias digitales, investigaciones.*

**Sergio Alexander Contreras Caballero**  
ESTUDIOS DE Tecnología Judicial y Criminológica

## SERVICIOS

			
DERECHO PENAL	DERECHO DISCIPLINARIO	DERECHO CIVIL	DERECHO ADMINISTRATIVO
			
CONTRATACION ESTATAL	DERECHO INFORMATICO	DELITOS INFORMATICOS	EVIDENCIAS DIGITALES

## CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** calle 41 # 11-05 **WhatsApp:** 313 268 52 28

**MEDIOS DE PAGO:** (Efectivo) Transferencia bancaria, Débito, Débito automático, Negotio, Ahorro a la mano

**SITIO WEB:** WWW.AVATELCO.NET

## REDES SOCIALES

 <a href="#">lavatelco</a>	 <a href="#">avatelco.net</a>
---	--

SERVICIOS








**INFORMACION**

Consultoría y Capacitación en Gerencia de Proyectos PMI y metodologías ágiles. Asesoría para diseñar e implementar Oficina de Gerencia de Proyectos, Capacitación y Consultoría en Microsoft Project Profesional

**Juan Carlos Ribero Gómez**  
EGRESADO: Ingeniero de Sistemas

**SERVICIOS**



Cursos y Consultoría empresarial en Gerencia de Proyectos PMI® (Project Management Institute).



Cursos de Preparación para la Certificación PMP® (Project Management Professional) o CAPM® (Certified Associate in Project Management).



Cursos y Consultoría empresarial en Diseño e Implementación de una oficina de gerencia de proyectos PMO (Project Management Office).



Cursos de Software de Gestión de proyectos: Microsoft Project Professional Nivel Básico y Nivel Avanzado, Gestión, Great Project.



Cursos y Consultoría empresarial en Indicador de Gestión.



Cursos y Consultoría empresarial en Balanced Scorecard (BSC, o CSI: Cuadro de Mando Integral).

**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** Virtual WhatsApp: 315 332 47 89

**MEDIOS DE PAGO:** Deposito, Nequi, Cheque, cotización en cuenta bancaria

**REDES SOCIALES**





# ALANTI CORPORACIÓN

### INFORMACION

Un equipo de profesionales de diversas especialidades con experiencia a nivel empresarial, en docencia universitaria e investigación, que forma y asesora con un sentido humano a emprendedores, empresarios, entidades públicas y privadas, para generar capacidades de gestión, innovación y creatividad que les permitan ser competitivos y sostenibles.

Consultoría y asesoría/Memoria y acompañamiento/Formación y capacitación/Diseño y ejecución de proyectos/Intervención y auditoría.

**Querubín Sanchez Martínez- Representante Legal**  
DOCENTE-IPRED - Tecnología y Gestión Empresarial.

### SERVICIOS

 <p><b>SERVICIOS CREATIVOS</b> Producción de material publicitario y utilización de los medios.</p>	 <p><b>PROYECTOS</b> De responsabilidad social.</p>	 <p><b>OPERACIÓN</b> De sostenibilidad en el área social y ambiental.</p>	 <p><b>MÉTODOS</b> De gestión para el incremento de la productividad.</p>
 <p><b>EJECUCIÓN</b> De contratos civiles, comerciales y administrativos.</p>	 <p><b>PROYECTOS</b> De investigación aplicada y <math>abc + D + I</math></p>	 <p><b>CREACIÓN</b> De empresas.</p>	 <p><b>CONTABLE</b> tributario y jurídico.</p>

### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCIÓN:** AVDA 17 7W-51 TRAPICHE APTD 212A **WhatsApp:** 316 755 19 53/ 304 564 72 63

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Efecty

**SITIO WEB:** [www.corporacionalanti.org](http://www.corporacionalanti.org)

### REDES SOCIALES

 corporacion alanti	 corporacion alanti
 corporacion alanti	 corporacion alanti
	 corporacion alanti

**SERVICIOS**





# INBOUND MARKETING Y CRM

## INFORMACION

Marketing Digital - CRM - Marketing Interno

**Juan Carlos Acevedo**  
DOCENTE IPRED - Gestión Empresarial

### SERVICIOS



Inbound Marketing



Marketing Interno



Estrategia CRM



Capacitación Comercial

### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

DIRECCION: VIRTUAL WhatsApp: 315 807 13 32

MEDIOS DE PAGO: Efectivo, transferencia bancaria, Daviplata, Nequi.

SITIO WEB: [www.inboundmarketingycrm.com](http://www.inboundmarketingycrm.com)

### REDES SOCIALES



[inboundmarketingycrm](#)



[Inbound Marketing y CRM](#)

SERVICIOS



IPRED



Universidad Industrial de Santander



UIS



UIS COMPRA UIS



**INFORMACION**

Fabrica, reparación y alquiler de maquinaria liviana para construcción.

Bloquera, mezcladoras, elevadores, vibradores, compactadores, apisonadores, cortadoras de piso y ladrillo, taladros, demolidores, compresores, formaleta metálica y madera, andamios, poleas colgantes.

**Erika Patricia Luna Sánchez**  
DUEÑA - Gerente Empresarial

**SERVICIOS**



**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** Cra 15 # 14 - 20 Guaramanga **WhatsApp:** 315 759 62 83

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Pledy, Nequi.

**SITIO WEB:** www.lunasanchez.com

**REDES SOCIALES**





*El Aliado de tu Automóvil*

# SERVILLANTAS EL PUENTE

## INFORMACION

Empresa del sector automotriz dedicado a la venta de llantas, Baterías, Rines, Cambio de Aceite, Seguros Obligatorios entre otros.

venta de llantas, Baterías, Rines, Cambio de Aceite, Seguros Obligatorios entre otros Servicio como Alineación de Vehículos, Balanceo y montaje de llantas para vehículos livianos y pesados.

**Jennifer Ariza**  
ESTUDIANTE - Gestión Empresarial

### SERVICIOS



**Servicio 24 Horas**

- Reparación de Neumáticos
- Rotación
- Montaje
- Despinche
- Balaceo y Alineación
- Venta de Llantas y Rines
- Baterías






Apreciado Cliente,  
Tenemos las mejores promociones en nuestros productos y servicios para ustedes.

¡Los esperamos!



ACCESORIOS  
Llantas - Rines  
Baterías



SEGUROS  
Obligatorio para Automóviles

ALINEACIÓN  
Balanceo y Balanceo

**CONTACTO** 316 619 1047

### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** Calle 70 No 20438 local 3 WhatsApp: 316 619 10 47

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Gwepagos, Nequi

**SITIO WEB:** [www.servillantaselpuente.com](http://www.servillantaselpuente.com)

### REDES SOCIALES



Servillantas el puente



Servillantas el puente

SERVICIOS








# TECNOLOGÍA





# BONDIE TECHNOLOGY

### INFORMACION

BONDIE es una tienda que ofrece servicio y tecnología, venta de accesorios y telefonía celular.  
 Telefonía celular (Samsung, Huawei, iPhone, Xiaomi)  
 SMARTWATCH, Minifras inteligentes, teclas para celular, AirPods, Audífonos, Parlantes, Cargadores, Cargadores inalámbricos

**Katherin Daniela Guzmán Galvis**  
[ESTUDIANTE Tecnología Empresarial](#)

### PRODUCTOS










### CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO

**DIRECCION:** Tienda Virtual [WhatsApp: 312 951 22 30](#)

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Nequi, Axbank a la mano

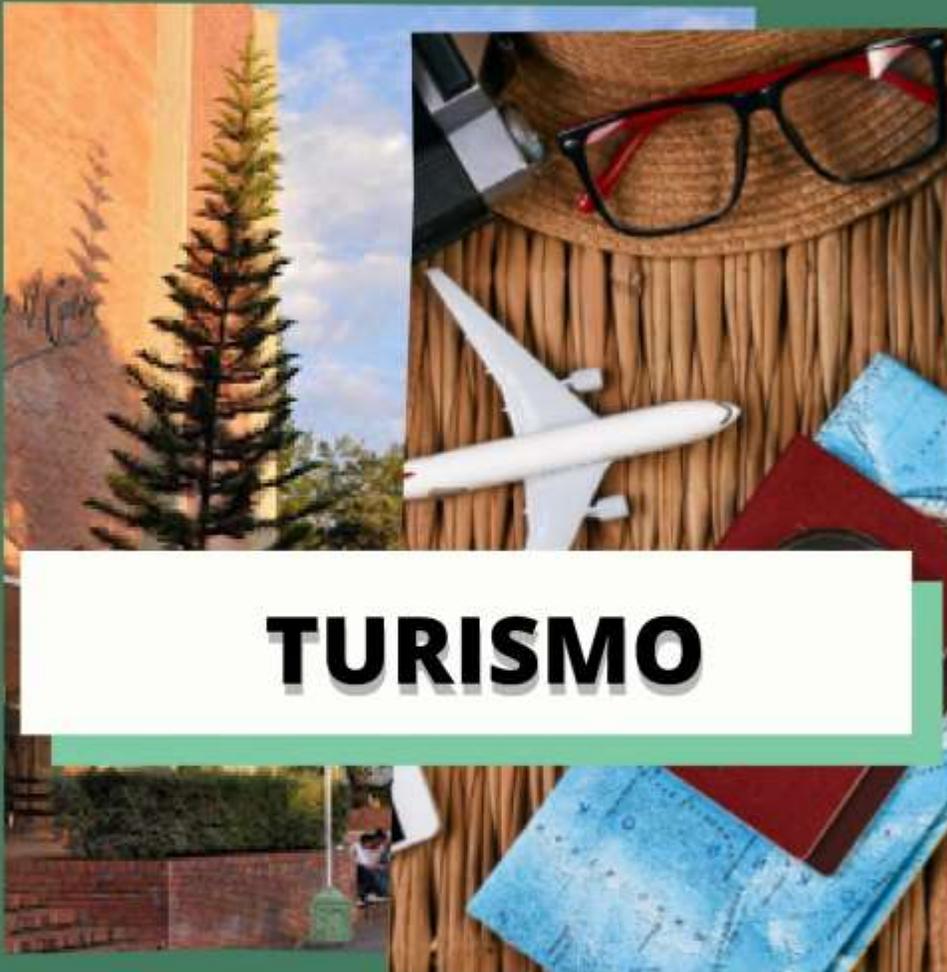
### REDES SOCIALES


BONDIE MOVIL ACCES

TECNOLOGÍA







# Capuchinospedaje HOSPEDAJE LOS CAPUCHINOS

**INFORMACION**

Somos un establecimiento de alojamiento que ofrece el servicio de apartamentos turísticos para grupos familiares o amigos.  
Alojamiento turístico

Lina María Martínez Otero  
BOITR-54003. Profesional en Turismo #1907

**PRODUCTOS**



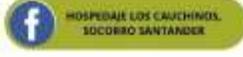


**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCIÓN:** Carrera 8 # 11-25 Socorro Santander **WhatsApp:** 311 237 46 38

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Transferencia bancaria, Efecty, Daviplata, Abanco a la mano

**REDES SOCIALES**

**TURISMO**








**INFORMACION**

Somos una familia de empresas, de capital común, relacionadas entre sí y con independencia operativa que utiliza la sinergia como estrategia para maximizar los recursos y ofrecer una excelente experiencia a personas, familias y grupos, con un portafolio de servicios y productos enfocados en la salud y el bienestar.

TRAVELAND turismo de salud y bienestar, Alquiler de autos, Cobijas amobobados y autos.

TRAVELAND turismo inclusivo comunidad LGBT

TELDOLQUELO alquiler autos, apartamentos físicos y VMs de recreo.

MOMENTOS DE FELICIDAD tienda virtual

**ROSALBA PÉREZ DE MONTOYA**

DOCENTE: Gestión Empresarial - IPRED

**SERVICIOS**



**CONTACTO Y MEDIOS DE PAGO**

**DIRECCION:** Cra 28 # 50-54 **WhatsApp:** 321 205 39-48 / 310 542 76 09

**MEDIOS DE PAGO:** Efectivo, Tarjeta de crédito o débito, Transferencia bancaria, Efecty, Nequi, Payú.

**SITIO WEB:** [www.turismo.traveland.co](http://www.turismo.traveland.co)

**REDES SOCIALES**



