

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADÉMICO		i(77)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	EDITH MENESES JAIME LORENA OSORIO PATIÑO		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	TECNOLOGIA EN GESTION COMERCIAL Y FINANCIERA		
DIRECTOR	DAMARYS VERGEL QUINTERO		
TITULO DE LA TESIS	INVESTIGACION DE MERCADOS PARA CONOCER EL IMPACTO GENERADO EN LA EXPOFERIA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>CON EL PRESENTE ESTUDIO SE BUSCA CONOCER EL IMPACTO GENERADO EN LA EXPO FERIA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA Y CON LOS OBJETIVOS SE PROCEDIO A ELABORAR UN DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA EXPOFERIA, DETERMINANDO LOS FACTORES QUE INCIDEN A QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LA EXPOFERIA UNIVERSITARIA E IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE MEJORAS PARA FORTALECER LOS PROCESOS DESDE EL IMPACTO UNIVERSITARIO, EN LOS CUALES SE OBTUVIERON ALGUNOS RESULTADOS.</p>			
CARACTERISTICAS			
PAGINAS: 77	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



Via Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA CONOCER EL IMPACTO GENERADO EN LA
EXPOFERIA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

AUTORES

EDITH MENESES JAIME

LORENA OSORIO PATIÑO

Trabajo de grado presentado para optar el título de Tecnólogo en Gestión Comercial y Financiera

DAMARYS VERGEL QUINTERO

Directora

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PLAN DE ESTUDIOS TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA

Ocaña, Colombia

Mayo de 2021

Agradecimientos

Expresamos los agradecimientos a nuestra directora la profesora DAMARYS VERGEL QUINTERO, por guía y colaboración en el desarrollo de la investigación, de igual forma a los docentes y administrativos de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Índice

Capítulo 1. Investigación de mercados para conocer el impacto de la Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.3. Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.	3
1.4. Justificación.....	3
1.5. Delimitaciones.....	5
1.5.1 Conceptual.	5
1.5.2 Operativo.	5
1.5.3 Temporal.....	6
1.5.3 Geográfica.....	6
Capítulo 2. Marco referencial.....	7
2.1. Marco histórico	7
2.1.1. Marco histórico a nivel internacional.	7
2.1.2. Marco histórico a nivel nacional.....	8
2.1.3. Marco histórico a nivel local	10
2.2 Marco teórico	15
2.2.1 Modelo pedagógico constructivista social.....	15
2.2.2 Investigación de mercados.....	18
2.2.3 Emprendimiento.....	22
2.2.4 Estrategia pedagógica	22
2.2.5 Expoferia.....	23
2.2.6 Indicadores de gestión.	23
2.3. Marco legal.....	24
2.3.1 Ley 1014.	24
2.3.2 Proyecto Educativo Institucional (PEI).	26
Capítulo 3. Diseño metodológico	35
3.1. Tipo de investigación	35
3.2. Población.....	35
3.3. Muestra	35
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección	36

3.5. Procesamiento y análisis de la información	36
Capítulo 4. Presentación de resultados	37
4.1.Elaboración de un diagnóstico situacional de la Expoferia Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.....	37
4.2.Determinación de los factores que inciden a que los estudiantes participen en la Expoferia Universitaria	40
4.3.Identificación de oportunidades de mejoras para fortalecer los procesos desde el impacto de la Expoferia Universitaria.....	47
Capítulo 5. Conclusiones	57
Capítulo 6. Recomendaciones	59
Referencias.....	61

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA	38
Tabla 2. Interés en la participación de la Expoferia Universitaria.....	40
Tabla 3. Codificación de las variables de las competencias emprendedoras desarrolladas después de la Expoferia	41
Tabla 4. Competencias emprendedoras desarrolladas después de la Expoferia	41
Tabla 5. Nivel de satisfacción obtenido por los estudiantes de decimo semestre después de su participación en la expoferia Universitaria	43
Tabla 6. Ideas de negocio a emprender.....	44
Tabla 7. Apreciación sobre la evolución de la Expoferia Universitaria	47
Tabla 8. Promoción de emprendimiento empresarial después de la Expoferia	48
Tabla 9. Competitividad de los productos de la Expoferia en el mercado	49
Tabla 10. Importancia de la participación del sector productivo interno y externo	50
Tabla 11. Aspectos a mejorar en la Expoferia	51
Tabla 12. Contribución al desarrollo económico de la región	52

Lista de figuras

Figura 1. Interés en la participación de la Expoferia Universitaria.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2. Competencias emprendedoras desarrolladas después de la expo-feria.	42
Figura 3. Nivel de satisfacción.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 4. Ideas de negocio a emprender.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 5. Evolución de la expo-feria.....	47
Figura 6. Promoción de emprendimiento empresarial después de la expo-feria.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 7. Competitividad de los productos de la Expoferia en el mercado.	49
Figura 8. Importancia de la participación del sector productivo interno y externo.	50
Figura 9. Aspectos a mejorar en la expo-feria.	51
Figura 10. Contribución al desarrollo de económico y social de la región.....	53

Lista de Apéndices

Apéndice A. Modelo de encuesta para los participantes de la expoferia.....	64
Apéndice B. Modelo de encuesta para los estudiantes de decimo semestre del programa de Administración de Empresas.	2

Resumen

La presente investigación da a conocer toda la información pertinente a las acciones ejecutadas durante las 300 horas (8 semanas) para el desarrollo del proyecto, acciones que permitieron obtener la información necesaria para llegar al cumplimiento de los objetivos propuestos antes de iniciar la investigación y la importancia de los mismos.

Además, este proyecto fue desarrollado en busca de conocer el impacto generado en la expo feria de la UFPSO, con los objetivos claros se procedió a elaborar un diagnóstico situacional de la Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, determinando los factores que inciden a que los estudiantes participen en la Expoferia universitaria e identificar oportunidades de mejoras para fortalecer los procesos desde el impacto de la Expoferia Universitaria, en los cuales se obtuvieron algunos resultados y posibles soluciones que fueron reflejadas al finalizar el proyecto.

Al terminar la aplicación de los objetivos y el análisis de los mismos, se plantearon una serie de conclusiones y recomendaciones que permitirán aumentar la participación de los estudiantes de administración desde sus primeros semestres, con el fin de promover en ellos la cultura del emprendimiento y como a través de la expoferia pueden materializar sus ideas.

Introducción

La Expoferia Universitaria, es un evento que se realiza cada semestre por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, la cual tiene como propósito fortalecer las capacidad y habilidades en los estudiantes y la institución en general, en pro de la construcción de sus ideas de negocios, ya que por medio de esta, son empleados todos los conocimientos que han sido adquiridos durante la carrera; de esta manera, la investigación de mercados se realiza con el fin de conocer el impacto que tiene dicho evento en la comunidad universitaria.

Teniendo en cuenta lo anterior, el proyecto presenta una fundamentación teórica respecto al estudio, que respalda con argumentos claros y precisos los antecedentes históricos, los referentes teóricos, conceptuales y legales, que dan soporte y facilitan la solución de los objetivos que han sido planteados por las investigadoras, de igual manera, se expone el diseño metodológico a través del cual se busca hallar las técnicas y herramientas necesarias para poder alcanzar los objetivos, y por último, los hallazgos teniendo en cuenta los datos obtenidos con la entrevista y la encuesta.

Finalmente, se llevan a cabo las conclusiones y las recomendaciones en donde se expone la importancia que tiene y debe tener el profesorado con la realización del evento y el apoyo que representan para los estudiantes en la construcción de sus ideas de negocios.

Capítulo 1. Investigación de mercados para conocer el impacto de la Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

1.1 Planteamiento del problema

Según un informe del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en 2011, el emprendimiento actualmente es considerado como un factor determinante en el desarrollo económico y social; el cual ha permitido la inclusión en políticas públicas y en las agendas académicas de las instituciones de educación; y es que en Colombia, el gobierno a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ha venido asumiendo importantes retos relacionados con la aplicación de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011).

En este sentido, la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, a través de los diferentes programas académicos de las facultades y los grupos de investigación, realizan actividades tendientes a fortalecer y promover iniciativas emprendedoras encaminadas al aprovechamiento de oportunidades y el desarrollo del tejido social empresarial local, regional y nacional, fundamentado en procesos investigativos, con responsabilidad social.

Con respecto a lo anterior, la Expoferia Universitaria fue una iniciativa que surgió al interior de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, pero que luego fue extendida a las demás facultades para que toda la comunidad universitaria y también el sector productivo

expongan sus productos, servicios o ideas de negocio (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

Por tanto, el objetivo de este espacio es impulsar la creatividad y la innovación en la comunidad universitaria y también brindar al sector externo la oportunidad para dar a conocer sus productos, desde luego, es un ejercicio académico que busca incentivar especialmente a los estudiantes a que sean personas emprendedoras, creativas y propositivas, que salgan de la Universidad a generar empleo y contribuir en el desarrollo socioeconómico de la región (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

Sin embargo, existe un desconocimiento sobre el impacto que ha generado la Expoferia en la comunidad, ya que muy pocas veces son analizadas las fortalezas y oportunidades de mejoras que se presentan antes, durante y después del evento; así como, aquellas estrategias a través de las cuales sea posible hallar soluciones, y es que uno de los principales inconvenientes que se presentan es el no realizar un diagnóstico.

Luego de la actividad con el cual se pueda evidenciar el estado en el que se encuentra la Expoferia tanto en el ámbito interno como externo; de igual manera, el no identificar con claridad los factores que inciden a que los estudiantes participen en la Expoferia Universitaria, hace que sea complicado poder tomar buenas decisiones en pro del beneficio de todos; ahora bien, la falta de realización de todos estos procesos hacen que no se puedan identificar con exactitud las falencias y por ende mejorar dichas dificultades.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el impacto que ha generado la Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña en la comunidad Universitaria?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general. Determinar el impacto que ha generado la Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña en la comunidad Universitaria.

1.3.2 Objetivos específicos. Elaborar un diagnóstico situacional de la Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña.

Determinar los factores que inciden a que los estudiantes participen en la Expoferia universitaria.

Identificar oportunidades de mejoras para fortalecer los procesos desde el impacto de la Expoferia Universitaria.

1.4 Justificación

En la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña se ha venido realizando desde el año de 1992 la Expoferia Universitaria, organizada por la Facultad de Ciencias Administrativas y

Económicas, con el objetivo de lograr que haya en la comunidad un buen desarrollo académico en cuanto a la creación de empresa, incentivar el emprendimiento y producción de nuevos productos que satisfagan de manera directa y eficaz a una población.

De tal manera, con el fin de brindarle una solución a la problemática que se viene presentando, se desarrollara una investigación de mercados para conocer el impacto de la Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña desde la percepción de los estudiantes que cursan el último semestre y relacionado dicha información con la percepción que tiene la coordinadora de la Expoferia.

De igual forma estará apoyada de un diagnóstico situacional, a través del cual será posible determinar cuáles son las falencias que se están presentando en cuanto a la organización del evento, y a su vez el impacto y la acogida que genera el mismo dentro de la comunidad, también se analizarán aquellas estrategias que deberían ser implementadas por el comité de la misma con el fin de tomar mejores decisiones que apoyen el mejoramiento continuo de la actividad.

Por tanto, se aplicará una encuesta a los estudiantes, para que de esta manera se pueda determinar con exactitud cuáles son los factores que inciden a que los mismos participen del evento, de igual forma, una entrevista a la coordinadora de la Expoferia, con el fin, de poder realizar un análisis más profundo desde dichas percepciones, a su vez, facilitara a los directivos de la actividad, conocer el impacto generado por esta y por ende determinar estrategias para

reducir considerablemente dicha problemática, dado que con el proyecto será posible identificar aquellas oportunidades de mejora para poder fortalecer los procesos que se realizan en ella.

Finalmente, lo que se pretende con la investigación no solo es que se beneficie la comunidad universitaria, sino también aquellas personas y entidades externas a la Universidad que participan de la Expoferia, ya que será posible mejorar todas aquellas falencias que se vienen presentando, pues el interés del proyecto es sugerir nuevas y mejores ideas, que estén apoyadas de estrategias para que tan magno evento cumpla con sus objetivos de enseñar y hacer que los estudiantes desde la práctica apliquen los conocimientos básicos y conozcan las competencias empresariales, y al tiempo que quienes participan del sector productivo tengan con la actividad la oportunidad de darse a conocer.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Conceptual. Para el desarrollo del proyecto se tuvieron en cuenta aspectos relacionados con: Modelo pedagógico constructivista social, procesos para lograr una investigación de mercados, estrategia pedagógica, emprendimiento y Expoferia.

1.5.2 Operativo. En el trabajo de campo, fue aplicada una encuesta a la población objeto de estudio, cuya realización transcurrió sin ningún problema, pues tanto la coordinadora de la Expoferia como los estudiantes del último semestre de administración de empresas, dieron respuesta a los interrogantes que se tenían sobre el impacto del evento en la comunidad universitaria.

1.5.3 Temporal. El desarrollo del proyecto se realizó en 8 semanas, después de la aprobación del anteproyecto.

1.5.4 Geográfica. La investigación se llevó a cabo en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Sede Algodonal.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Marco histórico a nivel internacional. Las ferias representaron un papel importantísimo en el proceso comercial a lo largo de los siglos, las cuales surgieron para solventar los primeros problemas de distribución, ya que permitían realizar demostraciones e intercambio de ideas y productos mediante la concentración de la oferta y la demanda en determinadas poblaciones durante ciertas épocas concretas.

Por tanto, dicho evento es uno de los más antiguos instrumentos de comunicación y el “centro comercial” por excelencia, cuyos precedentes se remontan al segundo milenio ac., durante la civilización fenicia (Fernandez & Velazquez, 2010, pág. 5).

De esta manera, durante el Imperio Romano, se celebraban ferias en el norte de Europa con solo con el objetivo de promover el comercio en las provincias próximas a los límites; sin embargo, luego de la desintegración del Imperio, a finales del siglo V d. d. C., toda la actividad comercial en Europa desapareció por completo hasta el siglo VII, y es sólo con la llegada de Carlomagno cuando el comercio vuelve a florecer y las ferias surgen nuevamente en aquellas poblaciones, donde las personas se congregaban para celebrar sus actos religiosos (Fernandez & Velazquez, 2010, pág. 5)

Ahora bien, hacia finales de la Edad Media, con el crecimiento y estabilidad de las ciudades y la regulación progresiva del comercio y el transporte, se hizo necesaria la celebración de mercados diarios, y la decadencia de las grandes ferias se hizo patente, por tanto, durante la Revolución Industrial la viabilidad de las grandes ferias tradicionales estaba ya agotada y muchas desaparecieron y otras tuvieron que cambiar su estilo, por lo que en algunas ocasiones evolucionaron hacia festivales religiosos o se transformaron en lugares de entretenimiento y diversión.

Razón por la cual, es indudable que las ferias y exposiciones han ido experimentado una sorprendente evolución al alza en el último lustro, siempre de la mano de las tendencias del mercado, las cuales han pasado de ser una herramienta centrada en el sector profesional a ser un lugar de encuentro con todos los públicos de la empresa: desde clientes, hasta proveedores, pasando por distribuidores, sin dejar de lado a la sociedad en general (Fernandez & Velazquez, 2010, págs. 5, 8)

2.1.2 Marco histórico a nivel nacional. Las expoferias han sido el primer paso para la construcción y el reconocimiento de un proyecto o empresa, por tanto, en Colombia son muchas las ferias, entidades y universidades que se han organizado en los últimos años, tales casos como la Feria Empresarial y de Emprendimiento de la Universidad Cooperativa de Colombia -Sede Bogotá, la cual durante el año 2014 la sede Bogotá de la Universidad ha institucionalizado la Feria Empresarial y de Emprendimiento como un escenario académico para el dialogo y el fortalecimiento de proyectos interdisciplinarios que contribuyan a impulsar y posicionar el emprendimiento en los miembros de la comunidad universitaria, a partir de los ejercicios de

generación de ideas de negocio innovadoras y fortalecimiento a las iniciativas productivas identificadas en fase de desarrollo, desde los distintos escenarios y programas direccionados por la Universidad a través de sus Facultades (Universidad Cooperativa de Colombia, 2015, pág. 1)

De igual manera, otra de las entidades que realiza eventos con el fin de fortalecer y promover esta actividad de exposición de productos y servicios en Colombia es la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, la cual para el año (2015) realizó la Feria de Innovación y emprendimiento donde participaron alrededor de mil estudiantes de quinto y sexto semestre de los diferentes programas de la institución.

Quienes presentaron sus proyectos de aula orientados a la innovación y el emprendimiento en la feria realizada el 20 de abril en el Centro de Convenciones de Cartagena; dicho escenario sirve para ejercitar la creatividad y el trabajo en equipo y a su vez poner en evidencia la misión institucional de formar profesionales integrales con una cultura investigadora, emprendedora e innovadora; en la cual padres de familia, estudiantes, personal administrativo y la ciudadanía en general tuvieron la oportunidad de conocer los 180 proyectos de áreas como tecnología, servicios logísticos, turismo, contenido social, entre otros (Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, 2015).

Igualmente, durante los ocho años que lleva el proyecto, 120 empresas han logrado consolidarse gracias a la gestión posterior a la feria, en la que personal del plantel guía a los nacientes empresarios sobre la consecución de formas de financiación para continuar las ideas productivas (Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, 2015).

Finalmente, durante un informe brindado por la Corporación Universitaria Unitec en (2013), se dio cita para que en Corferias más de 120 expositores ofrecieran a los bogotanos Educación del Continente, y Estudios en el exterior, y una de ellas fue la Corporación Universitaria Unitec, institución de Educación Superior con 35 años de trayectoria; la cual desde sus inicios en el año 1978, se ha dado a la tarea de crear una institución con propuestas innovadoras y coherentes al adelanto del quehacer profesional, evolucionando constantemente de acuerdo a las demandas que el mercado y el mundo cambiante imponen para el desarrollo del país (Corporación Universitaria Unitec, 2013).

2.1.3 Marco histórico a nivel local. La Expoferia Universitaria realizada por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, es un escenario convertido en una plataforma para visualizar los resultados de las estrategias pedagógicas utilizadas por los docentes que orientan asignaturas relacionadas con la formación y el fortalecimiento de competencias emprendedoras en los estudiantes, lo que obedecen el modelo pedagógico constructivista social adoptado por la institución (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

Por tal motivo, estas estrategias se han venido trabajando desde el año de 1992, cuando en una de las asignaturas del programa de Tecnología en Administración Comercial y Financiera se inició un ejercicio académico tendiente a investigar sobre la historia empresarial de Ocaña, seguido de unas prácticas en el diseño, elaboración y comercialización de productos y posteriormente, con otro grupo de estudiantes, se dio paso al diseño, elaboración y lanzamiento de productos a través de la realización de una feria universitaria, donde se convocaba a la

comunidad estudiantil y población en general para que hiciera presencia en esta actividad académica (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

Y es así como, de allí en adelante semestre a semestre se realiza esta actividad y hoy en día la Expoferia Universitaria es un evento académico institucionalizado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas que brinda la oportunidad a estudiantes de la Universidad, de otras instituciones educativas y al sector productivo para que den a conocer sus ideas de negocios, con el propósito de impulsar la creación de nuevas empresas y fortalecer las existentes y de esta manera contribuir al desarrollo socioeconómico regional (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

De esta manera, los diferentes programas académicos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, han venido aplicando diferentes actividades para el desarrollo del espíritu empresarial en sus estudiantes con el fin de formar como lo plantea (Varela , 2001)

Seres humanos capacitados para actuar independientemente, en forma innovadora, recursivos, con capacidad de logro y realización que estén dispuestos a correr riesgos moderados que creen nuevas fuentes de riqueza y empleo, que actúen bajo un marco ético y en un concepto de responsabilidad social intenso, dispuestos a alterar su negocio cada vez que las condiciones ambientales lo exijan, determinados a definir y aprovechar todas las nuevas oportunidades que el mercado plantee, interesados en estar en un proceso de capacitación, actualización, aprendizaje y mejoramiento continuo (Universidad ICESI, 2002, pág. 1).

Por tanto, el reto entonces es implementar una educación empresarial que produzca empresarios y genere en las personas características, actitudes, habilidades, atributos, conocimientos, destrezas, valores, creencias e ideas especiales que los diferencien de los no empresarios y que les permitan acometer una carrera empresarial con mayores posibilidades de éxito (Varela , 2001).

Es así como la docente, Marilce Pacheco Carrascal, comenzó a aplicar una estrategia pedagógica en la asignatura de fundamentos de mercados, del programa de Tecnología en Administración Comercial y Financiera orientada hacia el fortalecimiento de las competencias emprendedoras, e implementó varios modelos, hasta consolidar la Feria, como mecanismo para socializar el trabajo ejecutado durante el semestre académico (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

La primera fase fue desarrollada en 1992 con el fin de investigar un poco sobre la industria Ocañera, lo que sirvió de base para realizar un estudio sobre las curtiembres y las tostadoras de café que existieron en la ciudad de Ocaña, analizar su situación y sus características, así como observar directamente las empresas de estos dos sectores que aún sobrevivían en esa época, para que sirviera de punto de referencia y de comparación entre los conceptos vistos y su aplicación en el medio (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

En donde, la visita directa a las empresas existentes hizo posible la determinación del sistema de procesamiento, la maquinaria utilizada, las cualidades del personal que laboraba, los

productos, sus características, el sistema de establecimiento de precios, el proceso de distribución entre otros.

El motivo por el cual se escogieron solamente la industria del cuero y del café se fundamentó en el hecho de que fueron las industrias más antiguas y que en la época se pudo recolectar información, toda vez que en la ciudad habitan miembros o familiares de las personas que fundaron dichas empresas logrando recuperar algo de historia y archivos fotográficos (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

La Segunda fase se ejecutó en el año de 1993 y se enfocó al diseño de nuevos productos con la posibilidad de colocarlos en el mercado de Ocaña; es así como resultan ocho proyectos, presentados por cada uno de los grupos de trabajo y sometidos a un análisis previo sobre la factibilidad de cada uno de ellos, con base en la disponibilidad de materiales y materias primas, mano de obra, tecnología, proveedores, posibilidades de distribución, costos que garantizaran su elaboración y disposición.

En el mercado local o regional, siendo el proyecto ganador el Guante de Estropajo “Sensoguante”, el cual fue diseñado, elaborado y distribuido durante el año de 1993 y parte del 94 por los estudiantes del IV semestre del programa de Tecnología en Administración Comercial y Financiera en algunos puntos de venta como fueron: Almacén La Proveedora, Supermercado Herima y Cacharrería Central (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

La tercera fase, se hizo como otro tipo de experiencia de aprendizaje donde los estudiantes, luego de aplicar los conocimientos durante el semestre, elaboraban un producto con todas las características y en un evento programado al finalizar, lo lanzaban en una feria en las instalaciones de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña donde se invitaban a algunas autoridades de la localidad y a la comunidad de los colegios de secundaria.

Esta actividad se desarrolló a partir del primer semestre del año 1994; cabe resaltar que algunas de estas ideas se continuaron perfeccionando a través de las asignaturas posteriores y sirvieron de base para desarrollar el proyecto de grado (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

Desde ese momento, semestre a semestre se ha ido perfeccionando esta estrategia pedagógica, que se convirtió hoy en día como el espacio donde se hace un lanzamiento de ideas de negocios, productos y/o servicios innovadores derivados del trabajo de los estudiantes en los diferentes programas de la Universidad, de otras instituciones educativas y del sector productivo con la exposición de sus productos (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

Ahora bien, actualmente este evento académico es denominado Expoferia Universitaria, el cual cuenta con un protocolo para su realización, debidamente aprobado por el Consejo de Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, ajustado periódicamente a medida que surjan necesidades; de tal manera que hoy se cuenta con un evento estructurado y debidamente organizado, cuyo objetivo general es fomentar el espíritu emprendedor, impulsando la

creatividad hacia la productividad, calidad y competitividad, a través de la realización de diseños de proyectos innovadores, lucrativos o no lucrativos, que contribuyan al desarrollo regional o que ofrezcan beneficios directos a la sociedad; ya que, para la realización de la Expoferia Universitaria se cuenta con cuatro comités:

Comité Directivo, Comité Organizador, Comité Científico y el Comité de Logística, cada uno con funciones específicas, que permiten el buen desarrollo de las actividades de este evento (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2016).

2.2 Marco teórico

Se basó en los conceptos de los siguientes subtemas relacionados con la Investigación: modelo pedagógico constructivista social, investigación de mercados, estrategia, emprendimiento y Expoferia entre otros.

2.2.1 Modelo pedagógico constructivista social. La presente investigación toma como fundamento teórico el modelo educativo Constructivismo Social que implementa la Universidad, el cual se encuentra consagrado en el Proyecto Educativo Institucional (PEI) (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2012) y dice lo siguiente:

“El constructivismo es una posición compartida por diferentes tendencias de la investigación psicológica y educativa. Entre ellas se encuentran las teorías de Piaget (1952), Vigotsky (1978), David Ausubel (1963), Jerome Bruner (1960), entre otros y aun cuando

ninguno de ellos se denominó como constructivista sus ideas y propuestas claramente ilustran las ideas de esta corriente”.

El constructivismo sostiene que el aprendizaje es esencialmente activo. Una persona que aprende algo nuevo, lo incorpora a sus experiencias previas y a sus propias estructuras mentales. Cada nueva información es asimilada y depositada en una red de conocimientos y experiencias que existen previamente en el sujeto, como resultado podemos decir que el aprendizaje no es ni pasivo ni objetivo, por el contrario es un proceso subjetivo que cada persona va modificando constantemente a la luz de sus experiencias (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2012).

Por tanto, lo que busca el constructivismo ayudar a los estudiantes a reacomodar, o transformar la información nueva. Esta transformación ocurre a través de la creación de nuevos aprendizajes y esto resulta del surgimiento de nuevas estructuras cognitivas (Grennon & Brooks, 1996), que permiten enfrentarse a situaciones iguales o parecidas en la realidad. Así el constructivismo percibe el aprendizaje como actividad personal enmarcada en contextos funcionales, significativos y auténticos (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2012).

Desde la anterior perspectiva, el enfoque constructivista tiene como eje fundamental el aprender haciendo, donde la experiencia de los alumnos los hace progresar continuamente, desarrollarse y evolucionar secuencialmente en las estructuras cognitivas para acceder a conocimientos cada vez más elaborados.

Así, el aprendizaje se concibe como un proceso en el que el sujeto construye su conocimiento en interacción con los demás. Esto implica tener claro que el conocimiento no es producto de la sola asimilación y acomodación de la realidad; que el conocimiento no es tener una fotocopia de la realidad en nuestro cerebro; que el conocimiento no es repetir lo que dicen los textos y guías de trabajo.

De la misma manera, el constructivismo considera como parte fundamental el trabajo en equipo, la interacción social del sujeto que aprehende el mundo junto con los otros sujetos, lo cual permite avanzar más en grupo que individualmente, la visión constructivista le ofrece al docente un marco para analizar y fundamentar muchas de las decisiones que toma en la planificación y en el curso de enseñanza, por ejemplo, de ellas se desprenden criterios para comparar materiales curriculares, para elaborar instrumentos de evaluación coherentes con lo que enseña, de esa manera la tarea del docente deja de ser ecléctica.

Es importante resaltar que el enfoque constructivista social, exige un esfuerzo mayor por parte del docente con respecto al que normalmente está acostumbrado, pues debe romper su esquema de transmisor de conocimiento y convertirse en un organizador, coordinador, asesor y director del proceso de adquisición de conocimiento, proceso que le corresponde primordialmente al estudiante (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2012).

Ya que, el constructivismo social exige una acción activa de los estudiantes, los cuales aportan con sus conocimientos previos; una calidad en la organización interna que se refleje en los contenidos; docentes que tengan la capacidad de ayudar a establecer relaciones entre el

conocimiento previo y el nuevo; por tanto enseñar es posibilitar, desde las más variadas estrategias y técnicas, que el otro asigne significados con sentido a unos contenidos compartidos por la comunidad (científico técnico, ético-morales, normativos, subjetivos) (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2012).

Por consiguiente, las diversas estrategias pedagógicas que se implemente en la Universidad deben estar enmarcadas dentro del modelo educativo constructivista social, de tal manera que el docente se convierte en un mediador entre el alumno y el contenido de enseñanza, a través de una atmósfera afectiva, de respeto y tolerancia en la cual, entre todos, cada uno construye su conocimiento mediante situaciones que se caracterizan entre otras cosas por sus problemas y conflictos cognoscitivos, posibles de solucionar y generadores del desarrollo (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2012).

2.2.2 Investigación de mercados. Según Naresh Malhotra, la investigación de mercados es "la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia" (Thompson, 2007)

En este orden de ideas, hay que decir que dicho proceso de investigación de mercados posee una secuencia o pasos la cual debe ser tenida en cuenta al momento de llevarla a cabo como lo son:

Paso 1: definición del problema. El primer paso en cualquier proyecto de investigación de mercados es definir el problema, al hacerlo el investigador debe considerar el propósito del estudio, la información antecedente pertinente, la información que se necesita y la forma en que se utilizará para la toma de decisiones; la definición del problema supone hablar con quienes toman las decisiones, entrevistas con los expertos del sector, análisis de los datos secundarios y, quizás, alguna investigación cualitativa como las sesiones de grupo.

Una vez que el problema se haya definido de manera precisa, es posible diseñar y conducir la investigación de manera adecuada.

Paso 2: desarrollo del enfoque del problema. El desarrollo del enfoque del problema incluye la formulación de un marco de referencia objetivo o teórico, modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, e identificación de la información que se necesita. Este proceso está guiado por conversaciones con los administradores y los expertos del área, análisis de datos secundarios, investigación cualitativa y consideraciones pragmáticas.

Paso 3: formulación del diseño de investigación. Un diseño de investigación es un esquema para llevar a cabo un proyecto de investigación de mercados, expone con detalle los procedimientos necesarios para obtener la información requerida y su propósito es diseñar un estudio que ponga a prueba las hipótesis de interés, determine las posibles respuestas a las preguntas de investigación y proporcione la información que se necesita para tomar una decisión.

El diseño también incluye la realización de investigación exploratoria, la definición precisa de las variables y el diseño de las escalas adecuadas para medirlas, por lo que debe abordarse la cuestión de cómo deberían obtenerse los datos de los participantes (por ejemplo, aplicando una encuesta o realizando un experimento).

También es necesario diseñar un cuestionario y un plan de muestreo para seleccionar a los participantes del estudio. De manera más formal, la elaboración de un diseño de investigación incluye los siguientes pasos:

- Definición de la información necesaria.
- Análisis de datos secundarios.
- Investigación cualitativa.
- Técnicas para la obtención de datos cuantitativos (encuesta, observación y experimentación).
- Procedimientos de medición y de escalamiento.
- Diseño de cuestionarios.
- Proceso de muestreo y tamaño de la muestra.
- Plan para el análisis de datos.

Paso 4: trabajo de campo o recopilación de datos. La recopilación de datos implica contar con personal o un equipo que opere ya sea en el campo, como en el caso de las encuestas personales (casa por casa, en los centros comerciales o asistidas por computadora), desde una oficina por teléfono (telefónicas o por computadora), por correo (correo tradicional y encuestas en panel por correo en hogares preseleccionados), o electrónicamente (por correo electrónico o

Internet). La selección, capacitación, supervisión y evaluación adecuadas del equipo de campo ayuda a minimizar los errores en la recopilación de datos.

Paso 5: preparación y análisis de datos. La preparación de los datos incluye su revisión, codificación, transcripción y verificación; cada cuestionario o forma de observación se revisa y de ser necesario, se corrige, también se asignan códigos numéricos o letras para representar cada respuesta a cada pregunta del cuestionario.

Los datos de los cuestionarios se transcriben o se capturan en cintas o discos magnéticos, o se introducen directamente a la computadora, estos se analizan para obtener información relacionada con los componentes del problema de investigación de mercados y de esta forma, brindar información al problema de decisión administrativa.

Paso 6: elaboración y presentación del informe. Todo el proyecto debe documentarse en un informe escrito donde se presenten las preguntas de investigación específicas que se identificaron; donde se describan el enfoque, el diseño de investigación y los procedimientos utilizados para la recopilación y análisis de datos; y donde se incluyan los resultados y los principales resultados.

Los hallazgos deben presentarse en un formato comprensible que facilite a la administración su uso en el proceso de toma de decisiones. Además, debe hacerse una presentación oral para la administración, en la cual se usen tablas, figuras y gráficas para mejorar su claridad e influencia. Internet sirve para difundir los resultados e informes de la investigación

de mercados, colocándolos en la Web para que estén disponibles para los administradores de todo el mundo (Malhotra, 2008, págs. 10,11).

2.2.3 Emprendimiento. La palabra emprendimiento viene del francés “entrepreneur”, que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Así mismo, este término se atribuyó a aquellas personas que fueron innovadoras o agregaban valor a un producto ya existente. Por lo tanto, la acepción que se tomó es la que se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más.

Una persona emprendedora es capaz de aprovechar las situaciones de insatisfacción, los momentos de rutina, de poco crecimiento personal y laboral para desencadenar situaciones de satisfacciones (Jaramillo, 2008, pág. 1)

2.2.4 Estrategia pedagógica. Las estrategias pedagógicas usualmente están ligadas a la metodología de la enseñanza, sin duda alguna, si no existe un acuerdo entre los espacios de acción para el aprendizaje, el interés en la actualización del modelo educativo donde se tome en cuenta la proximidad con el contexto, las opiniones y el pensamiento de toda la comunidad académica (directivos, docentes, administrativos, estudiantes), no estarían cumpliendo su función principal, que no es solo la referida a la labor docente, sino que también corresponde a todos los que forman parte del quehacer educativo, con un propósito como el de desarrollar competencias (aprendizaje, laborales, cívicas, etc.) para la deconstrucción del trabajo formativo en individuos

íntegros, autónomos y reflexivos, que aporten a la sociedad nuevas estrategias de enseñanza y aprendizaje, y de esta manera mejorar la calidad educativa (UFPS, 2012, pág. 1)

2.2.5 Expoferia. La palabra Expoferia, tiene su origen en la Edad Media, cuando los mercaderes se reunían a las puertas de las murallas de una ciudad para comerciar sus productos durante varios días. Estas ferias se organizaban en coincidencia con la fiesta local, bajo la advocación de un santo patrón.

Un uso similar del concepto se mantiene en estos días, para nombrar a la instalación de puestos de venta en una plaza u otro espacio público. Por ejemplo: “Mañana llega la feria al barrio: voy a aprovechar para comprar frutas y verduras”, “Juan compró un libro de historia en la feria del parque”.

Se conoce como feria, por otra parte, al conjunto de las instalaciones recreativas que se instalan con motivo de determinadas fiestas. Circos, carruseles y puestos de venta de dulces suelen formar parte de estas ferias: “ Cuando era chico, amaba las ferias ya que me pasaba horas y horas jugando” “La semana próxima instalarán una feria con un hermoso carrusel” (Definicion de , 2010)

2.2.6 Indicadores de gestión. Cuando se habla de la teoría de los indicadores de gestión y su aplicación práctica lo que se hace es brindar información sobre las medidas utilizadas para determinar el éxito de un proyecto u organización. Indicadores de gestión son establecidos por

los líderes de la organización o proyecto, y luego se utiliza continuamente durante todo el ciclo de vida, para evaluar el desempeño y resultados (Silva, 2010).

Uno de los factores determinantes para que todo proceso, llámese logístico o de producción, se lleve a cabo con éxito, es implementar un sistema adecuado de indicadores para medir la gestión de los mismos, con el fin de que se puedan implementar indicadores en posiciones estratégicas que reflejen un resultado óptimo en el mediano y largo plazo, mediante un buen sistema de información que permita medir las diferentes etapas del proceso logístico (Silva, 2010).

Además, que apoyados del mejoramiento continuo se logran obtener grandes resultados pues es considerado como una estrategia para la supervivencia con un nuevo conjunto de valores que continuamente mejoran la calidad y la productividad.

Trabajar con la filosofía de mejoramiento continuo permite obtener beneficios como: mejoramiento en calidad, alta productividad, mejor disponibilidad y confiabilidad de cada uno de los equipos (Silva, 2010).

2.3 Marco legal

2.3.1 Ley 1014. Establece que el emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar centrada las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que

beneficia la empresa, la economía y la sociedad, ley 1014 del artículo 2 del 26 de enero del 2006 Fomento a la cultura del emprendimiento, la presente ley tiene por objeto promover el espíritu emprendedor en todos los estamento educativos del país en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establecen la constitución (Congreso de Colombia, 2006).

Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de estado y un marco jurídico e institucional que promuevan el emprendimiento y la creación de empresa, establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y del emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos del fomento productivo (Congreso de Colombia, 2006).

En la política pública colombiana para la creación de empresas se cuenta con un marco normativo que tiene una gran trayectoria cronológica, teniendo como eje central la constitución política (1991) en su título 12 “Del régimen económico y de la hacienda pública” (artículo 333) se establece la libertad económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo.

El emprendimiento empresarial es una de las características fundamentales del desarrollo económico y social de los países con economía de mercados con la nuestra donde la empresa se presenta como el núcleo esencial de generación de la riqueza que conlleve al bienestar general (Congreso de Colombia, 2006).

2.3.2 Proyecto Educativo Institucional (PEI). Funciones sustantivas. La Ley 30 de 1992, mediante la cual se organizó la educación superior, define unos objetivos generales para las instituciones educativas de este nivel.

Las instituciones de educación superior, deben profundizar en la formación integral de los colombianos, capacitándolos para cumplir las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que requiere el país; deben trabajar por la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento en todas sus formas y expresiones y promover su utilización en todos los campos para contribuir a señalar y solucionar las necesidades del país; deben prestar a la comunidad un servicio con calidad; deben ser factor de desarrollo científico, cultural, económico, político y ético en el ámbito nacional y regional.

Los Lineamientos para la Acreditación, la educación superior debe ser un espacio de búsqueda y transmisión de conocimiento en un ambiente de convivencia, de paz y de libertad, en un clima democrático, participativo y pluralista. En tal sentido la calidad está determinada por la universalidad, la integridad, la equidad, la idoneidad, la responsabilidad, la coherencia, la transparencia, la pertinencia, la eficacia y la eficiencia.

Formación y docencia. La formación vista desde el quehacer docente para potencializar el desarrollo del ser humano integralmente. Este objetivo se traduce en la interacción del docente y el estudiante para la construcción del nuevo conocimiento a través de un Enfoque Constructivista Social, donde las estrategias y la didáctica permiten un estudiante activo y contextualizado.

Desde esta perspectiva el docente facilita las condiciones para el desarrollo individual y colectivo de sus educandos en un ambiente sociocultural indicado para apropiarse del conocimiento y construir sus propios conceptos.

Para el ello la Institución diseña y actualiza los currículos que permitan estimular el trabajo individual, autónomo, mediado y colectivo, a través de estrategias innovadoras y las prácticas dentro y fuera del aula.

En síntesis el estudiante de la UFPS Ocaña, es el pilar del proceso educativo y desarrolla el proceso hasta alcanzar todas las dimensiones: saber, saber hacer y saber ser. Bajo estas premisas la formación y el desarrollo curricular de la UFPS Ocaña, busca flexibilizar el currículo, nuevos procedimientos de evaluación y práctica, movilidad estudiantil y docente, nuevas alternativas de formación, segundas lenguas, transversalidad de la virtualidad, ambientes de aprendizaje propicios y demás elementos que permitan apuntar al perfil profesional que se requiere (Comite de Apoyo Académico UFPSO, 2012, pág. 23)

2.3.3 Protocolo de la Expoferia Universitaria. Protocolo Expoferia Universitaria, descripción de la Expoferia Universitaria.

Artículo 1. Denominación. El evento será denominado: “Expoferia Universitaria”

Artículo 2. Periodicidad. La periodicidad de realización de la Expoferia Universitaria será semestral.

Artículo 3. Cobertura: Facultades UFPSO, sector productivo, instituciones públicas y privadas locales, regionales, nacionales e internacionales, fondos y agencias de cofinanciación.

Parágrafo 1. El Comité Curricular de cada Plan de Estudios, presentará al Centro de Proyección Empresarial el listado de las asignaturas que participarán en la Expoferia Universitaria, en las fechas designadas.

Artículo 4. Categorías de participación. Las categorías de participación en la Expoferia Universitaria quedan establecidas de la siguiente manera.

Propuesta académica de bien o servicio

Unidades productivas

Artículo 5. Descripción del evento. Lanzamiento y exposición de ideas de negocios, bien y/o servicios innovadores derivados del trabajo de los estudiantes de los diferentes programas de la Universidad y vinculación del sector productivo.

Artículo 6. Objetivo General. Fomentar la cultura del emprendimiento, para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, generando así desarrollo social y económico en la región.

Artículo 7. Estructura Organizacional de la Expoferia Universitaria. Estará conformada por el Comité Organizador y el Comité Científico, como a continuación se describe:

Comité Organizador. Estará conformado por el director del Centro de Proyección Empresarial y los coordinadores de los procesos de consultoría administrativa, consultoría contable y tributaria, coordinador emprendimiento, coordinador de práctica administración de empresas, coordinador de práctica contaduría pública y coordinador egresados.

Parágrafo 2. Son funciones del comité Organizador.

Elaborar la propuesta para la organización del evento y presentarla al comité de seguimiento y evaluación del CEPREM para su aprobación.

Promocionar el evento, a nivel institucional, local, regional y nacional con la finalidad de garantizar la participación.

Gestionar la consecución de recursos a nivel interno y externo para la realización del evento.

Recepcionar y organizar las propuestas de participación (estudiantes, egresados y sector productivo), en las fechas establecidas.

Garantizar la logística necesaria para la realización del evento (stands, medios de comunicación, expresiones artísticas y culturales y demás requerimientos).

Tomar decisiones inherentes a la viabilidad del desarrollo del evento.

Definir la premiación, reconocimientos y certificación a los participantes del evento.

Evaluar y presentar informe final del evento al comité de seguimiento y evaluación del CEPREM.

Establecer criterios de evaluación de las propuestas

Definir el instrumento o sistema de evaluación

Solicitar a la subdirección académica el respectivo permiso académico para los estudiantes participantes en la Expoferia Universitaria.

Solicitar a los Jefes de Departamento de la Facultad, el respectivo acompañamiento del personal docente y estudiantil para garantizar participación en el evento.

Realizar las respectivas invitaciones a las diversas instancias académicas de la Universidad, sector productivo, así como las demás instituciones de la región.

Parágrafo 3. El Coordinador de la Expoferia Universitaria es el coordinador del proceso de emprendimiento, quien es el responsable del evento.

Comité Científico. Estará conformado por expertos en cada una de las líneas a las que pertenecen los proyectos inscritos y docentes con el dominio de las diferentes temáticas.

Parágrafo 4. Son funciones del Comité Científico.

Evaluar las propuestas y emitir oportunamente el concepto correspondiente

Asignar la premiación

La evaluación de las propuestas estará sujeta a los siguientes criterios:

Calidad de la propuesta.

Factibilidad económica del proyecto.

Factibilidad técnica del proyecto.

Impacto social y/o económico.

Presentación del stand.

Exposición del proyecto.

Artículo 8. Líneas en las cuales se pueden presentar las propuestas a la Expoferia

Agroindustria

Artesanías

Aseo personal y hogar

Alimentos y bebidas

Confecciones y textiles

Tecnologías de información y comunicación

Marroquinería y calzado

Salud

Equipamiento y maquinaria

Obras civiles e infraestructura

Medio ambiente y desarrollo sostenible

Servicios

Artículo 9. Impacto de la Expoferia Universitaria.

Exposición y lanzamiento de iniciativas de negocios

Fomento de la cultura del emprendimiento

Proyección social de la Universidad

Fortalecimiento de alianzas Universidad – Empresa –Estado.

Capítulo 2: Presentación y evaluación de propuestas

Artículo 10. Presentación de propuestas. La inscripción de los participantes y asistentes es gratuita. Sin embargo, los cupos son limitados y los organizadores del evento se reservan el derecho de admisión. Los emprendedores registrarán sus propuestas en las fechas límites establecidas, cumpliendo con los siguientes requisitos:

Carta de presentación. El documento de la propuesta debe ser presentada en la secretaria del Centro de Proyección Empresarial, mediante oficio dirigido al comité organizador.

Parágrafo 1. En caso de que la propuesta involucre directamente a una empresa constituida, esta deberá contar con el aval respectivo del representante legal.

Ficha técnica de la propuesta. Los participantes diligenciarán la ficha técnica que corresponda de acuerdo a las categorías establecidas, como son:

Propuesta académica de productos

Empresa constituida

Unidades productivas

Parágrafo 2. No clasificarán los proyectos que no cumplan el 100% de los requisitos.

Artículo 11. Incentivos. Con anterioridad a la realización de la Expoferia Universitaria se tramitarán los incentivos correspondientes a cada una de las categorías.

Parágrafo 1. Los ganadores podrán acceder a los incentivos previo cumplimiento del 100% de los requisitos para la participación en el evento, la premiación e incentivos, serán entregados al finalizar la jornada de la Expoferia Universitaria.

Artículo 12. Evaluación. La evaluación de las propuestas la realizará el comité científico, quienes evalúan las propuestas asignadas y emiten oportunamente el concepto correspondiente.

Parágrafo 1. No podrá hacer parte del comité evaluador los docentes encargados de las asignaturas que participan en la Expoferia.

Capítulo 3: realización de la expoferia universitaria

Artículo 12. Lugar y fecha de Realización de la Expoferia Universitaria. La Expoferia Universitaria se desarrollará en el lugar y la fecha seleccionada por el comité organizador.

Artículo 14. Publicidad. El Comité Organizador está encargado de la publicidad del evento, tanto al interior como exterior de la Universidad, para lo cual deberá solicitar los servicios de publicidad disponibles a través del Centro de Multimedia.

Transitorios. Primero.- El presente protocolo entró en vigor a partir del día de inicio de la X versión de la Expoferia Universitaria, y por lo tanto dicha actualización regirá para XXII versión de la Expoferia Universitaria.

Segundo. Se deja establecida el protocolo de la Expoferia Universitaria, el cual se sujetará a lo dispuesto por el Comité de seguimiento y evaluación del CEPREM y al Consejo de Facultad (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña)

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Para el desarrollo de la investigación de mercados se llevó a cabo un tipo de investigación descriptiva, puesto que es una metodología que permite observar, identificar, analizar y comprobar el impacto que ha generado antes, durante y después el evento académico, realizado por la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, partiendo desde la percepción que tiene el estudiante y la coordinadora de la Expoferia.

3.2 Población

La población objeto de estudio estuvo conformada por 67 estudiantes en el décimo (10) semestre académico del segundo semestre lectivo 2019 y la coordinadora de la Expoferia Universitaria.

3.3 Muestra

Considerando que el tamaño de la población es pequeña y que el objeto de estudio es evaluar el impacto de la Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, se aplicó a 67 estudiantes del X semestre y a la coordinadora de la Expoferia.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección

Las técnicas de recolección utilizadas fueron la encuesta, la entrevista, y el instrumento fue el cuestionario cuya aplicación se hizo a los elementos de la muestra que fue establecida.

3.5 Procesamiento y análisis de la información

Una vez fueron desarrolladas las encuestas se procedió a realizar un análisis cuantitativo a través de tablas y gráficas, luego, se llevó a cabo un análisis cualitativo de acuerdo a información suministrada por la entrevista, para lograr un diagnóstico general, y de esta manera se logró dejar en evidencia los resultados obtenidos de mayor relevancia luego de aplicados los instrumentos de recolección de datos.

Capítulo 4. Presentación de resultados

Teniendo en cuenta que el propósito que se tiene con el proyecto que es por determinar el impacto que ha generado la Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña en la comunidad Universitaria, fue necesaria la aplicación de dos instrumentos (entrevista y encuesta), con el fin de poder dar solución a la investigación, de esta manera, a continuación se presentan los resultados obtenidos con los mismos.

4.1 Elaboración de un diagnóstico situacional de la Expoferia Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Teniendo en cuenta el objetivo que fue planteado dentro de la investigación, fue necesaria la aplicación de una entrevista a la coordinadora de la Expoferia Universitaria, de manera que se pudiera obtener la información correspondiente para la elaboración del diagnóstico situacional del evento que es realizado cada semestre por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la UFPSO. De esta manera, a continuación se presenta la matriz DOFA, en la que se analizan cada una de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene la realización del evento.

Tabla 1
Matriz DOFA

MATRIZ DOFA EXPOFERIA UNIVERSITARIA DE LA UFPSO		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Fortalecimiento de las competencias empresariales de los estudiantes F2. Fomento del emprendimiento F3. Integración del sector externo en el evento	D1. Falta de compromiso y dedicación del profesorado con los estudiantes D2. Poca motivación de los estudiantes a la hora de estructurar sus ideas de negocio D3. No hay seriedad y compromiso por parte de los estudiantes
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1. La situación económica de la región A2. Los problemas de orden público que afronta el municipio	F1-F2-F3-A1-A2 Brindar capacitación y estímulos a los estudiantes y a la ciudadanía en general para motivarlos a emprender, con el propósito de mejorar su calidad de vida y contribuir al desarrollo económico de la región.	D1-D2-D3-A1-A2 Direccionar desde el plan de estudios el acompañamiento que deben dar los docentes a los estudiantes para la estructuración de ideas de negocio que puedan llevarse al mercado.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1. Búsqueda de nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades de la comunidad O2. Exponer a la comunidad en general las ideas de negocios realizadas en las aulas de clase O3. Convertir las ideas de negocios en empresas establecidas.	F1-F2-F3-O1-O2-O3 Realizar alianzas estratégicas con entidades públicas y empresarios de la región, con el fin de poder cristalizar las ideas de negocios.	D1-D2-D3-O1-O2-O3 Incentivar a los estudiantes y profesorado a trabajar en equipo en la construcción de las ideas de negocio, de manera que, se presenten productos y/o servicios dignos de ser comercializados.

Nota: La tabla presenta información sobre el análisis de las diferentes variables internas y externas de la Expoferia universitaria. Fuente: Autores del proyecto.

Con base en lo anterior, se obtiene que esta es una actividad que ha tenido un gran impacto en toda la comunidad universitaria, pues, con el paso de los años ha venido evolucionando y generando en los participantes motivación en la generación y construcción de sus ideas de negocio, además de fortalecer sus capacidades y adquirir nuevos conocimientos, a

través del desarrollo de ponencias y conferencias, que no solo los instruyen sino que les brinda la oportunidad de cristalizar sus iniciativas.

Mientras tanto, hay que decir que existen ciertas falencias que deben ser mejoradas si lo que se desea es continuar con dicho proceso, pues por lo general hay muy poco compromiso y dedicación por parte del profesorado en la realización del evento, al mismo tiempo el acompañamiento y/o asesoría para la participación en la expoferia universitaria por parte del cuerpo de docentes para con los estudiantes es muy poco, haciendo referencia a la guía y seguimiento de los avances en el desarrollo de las ideas de negocio y/o productos y servicios, dejando que estos mismo busquen las alternativas y los medios necesarios para materializar cada una de las ideas productivas, para que lleven productos o servicios que tengan todas las características de un producto digno de ser comercializado en el mercado, de igual forma, la falta de compromiso y seriedad por parte de los alumnos en este ejercicio, es otro de los inconvenientes que se poseen, por lo que se hace necesario generar una mayor motivación, en donde se comprenda que no es sólo un requisito para una asignatura, sino que es una oportunidad para iniciar con su proyecto de vida.

Finalmente, es importante la generación de nuevas y mejores estrategias para la realización del evento, de manera que se genere un mayor impacto, sobre todo en aspectos relacionados con la logística, pues es indispensable que se busquen nuevos espacios fuera de la institución para llevarlo a cabo, indicando que tan solo ha sido realizada Dos veces de las 23 veces que se ha desarrollado, de manera que se vayan fortaleciendo cada vez más las capacidades

y competencias del estudiantado, así como, la realización de alianzas estratégicas que apoyen a los estudiantes para continuar con sus proyectos.

4.2 Determinación de los factores que inciden a que los estudiantes participen en la Expoferia Universitaria

Tabla 2
Interés en la participación de la Expoferia Universitaria

Mayor interés en la participación de la Expoferia Universitaria	Frecuencia	Porcentaje
Aprovechar una oportunidad de negocio	19	28%
Fortalecer su capacidad de emprendimiento e innovación	48	72%
Total	67	100%

Nota: La tabla presenta información respecto al interés que tienen los estudiantes de décimo semestre al momento de ser partícipes de la Expoferia Universitaria. Fuente: Autores del proyecto.

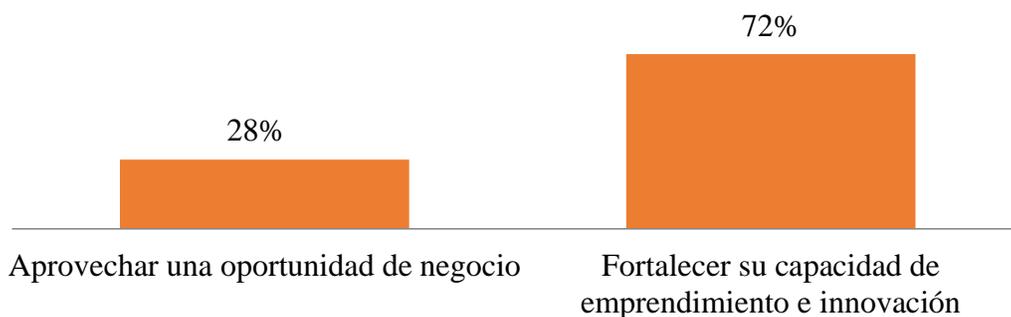


Figura 1. Interés en la participación de la Expoferia Universitaria. Fuente. Estudiantes encuestados.

Conforme a los datos arrojados por la encuesta, se evidencia que para la mayoría de los estudiantes de décimo semestre que participan en la realización de la Expoferia Universitaria (72%), muestran un gran interés en el fortalecimiento de sus capacidades de emprendimiento e innovación, seguido de un 28% que expresan interés en el aprovechamiento de oportunidades de negocio, pues para ellos, este espacio resulta propicio ya que permite sacar a flote habilidades y

destrezas en la elaboración de productos o servicios novedosos que posiblemente puedan llegar a ser una idea de negocio exitosa.

Tabla 3

Codificación de las variables de las competencias emprendedoras desarrolladas después de la Expoferia

Variable	Codificación
Competencia para la conformación redes	A
Competencia para la resolución de problemas	B
Competencias para asumir riesgos	C
Orientación al logro	D
Trabajo en equipo	E
Autonomía	F
Creatividad	G
Iniciativa	H

Nota. La tabla muestra descripción de la variable con su codificación para el análisis de las competencias emprendedoras desarrolladas por los estudiantes de décimo semestre luego de participar en la Expoferia Universitaria de la Ufpo. Fuente: Autores del proyecto.

Tabla 4

Competencias emprendedoras desarrolladas después de la Expoferia

Competencias emprendedoras desarrolladas después de la expo-feria	Frecuencia	Porcentaje
B	5	7%
C	6	9%
E	8	12%
B,E	5	7%
C,E	7	10%
E,G	5	7%
E,H	5	7%
G,H	6	9%
C,E,G	6	9%
E,F,G	5	7%
E,G,H	5	7%
B,C,D,E,F,G,H	4	6%
Total	67	100%

Nota: En la tabla se puede observar las competencias que han desarrollado los estudiantes de décimo semestre luego de participar en la Expoferia Universitaria de la Ufpo. Fuente: Autores del proyecto.

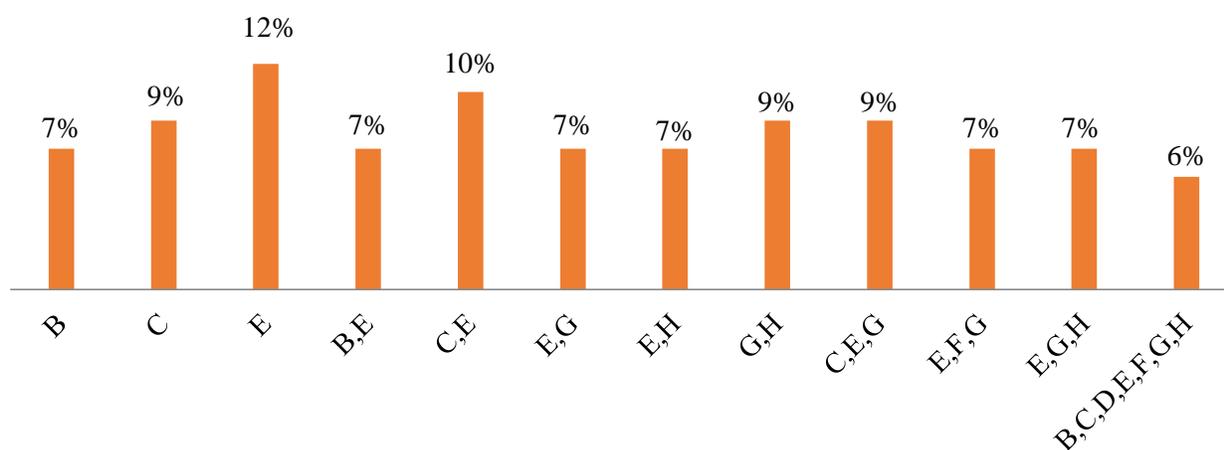


Figura 2. Competencias emprendedoras desarrolladas después de la expo-feria. Fuente. Estudiantes encuestados.

Partiendo de los datos suministrados por la encuesta, se puede observar que la competencia con mayor prominencia o que han logrado desarrollar los estudiantes con la participación en la Expoferia con un 12% y alta presencia en las opciones de respuesta es el trabajo en equipo, pues mencionan que la colaboración grupal es fundamental, ya que facilita los procesos y la carga de tareas, además del aprovechamiento del tiempo y la productividad; seguidamente con un 9% y gran concurrencia, se observa que los estudiantes han generado competencias para asumir riesgos, asegurando que es importante probar y afrontar nuevos retos.

Por otro lado, es visible que los estudiantes (7%) también han logrado desarrollar competencias para la resolución de problemas, indicando que es normal que se presenten imprevistos, sin embargo, es necesario que la persona adquiera o tenga la capacidad de resolverlos estando atentos a cualquier eventualidad que pueda presentarse.

Finalmente, se puede visibilizar que hay una buena intervención de competencias como: Creatividad, iniciativa y autonomía que resultan claves para la formación de profesionales líderes, competentes y exitosos.

Tabla 5

Nivel de satisfacción obtenido por los estudiantes de décimo semestre después de su participación en la expoferia Universitaria

Nivel de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	12	18%
Satisfecho	43	64%
Completamente insatisfecho	12	18%
Total	67	100%

Nota: La tabla evidencia datos sobre el nivel de satisfacción obtenido por los estudiantes de décimo semestre después de su participación en la Expoferia Universitaria de la UFPSO. Fuente: autores del proyecto.

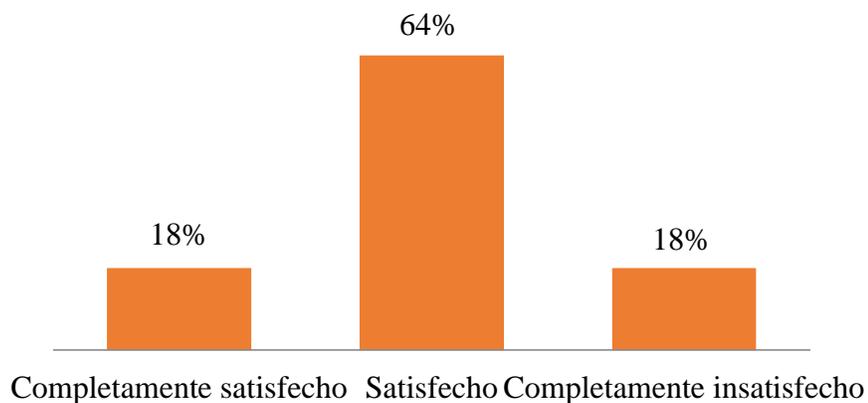


Figura 3. Nivel de satisfacción. Fuente: Estudiantes encuestados.

De acuerdo a la información suministrada por la encuesta, se obtiene que la Expoferia ha generado un alto nivel de satisfacción en los estudiantes de décimo semestre pues un 64% de ellos menciona sentirse satisfechos junto con un 18% adicional que aseguran estar

completamente satisfechos, pues manifiestan que es un espacio que brinda la oportunidad de poner en práctica lo aprendido en la academia, además de fortalecer su creatividad e innovación en la generación de ideas de negocio.

No obstante, existe un 18% restante que expresan estar completamente insatisfechos, indicando que dicho evento tiene muchas irregularidades, desde su organización hasta la misma ejecución de las múltiples ideas expuestas en la Expoferia.

Tabla 6

Ideas de negocio a emprender

Ideas de negocio a emprender	Frecuencia	Porcentaje
Prestación de servicios	3	4%
Mejora a productos existentes	6	9%
Comercialización de productos sustitutos	6	9%
Productos innovadores	26	39%
Ampliar nuevos mercados	3	4%
Prestación de servicios y Productos innovadores	14	21%
Mejora a productos existentes y Productos innovadores	6	9%
Todas	3	4%
Total	67	100%

Nota: En la tabla se puede observar las posibles ideas de negocio a emprender por parte de los estudiantes de décimo semestre. Fuente: autores del proyecto

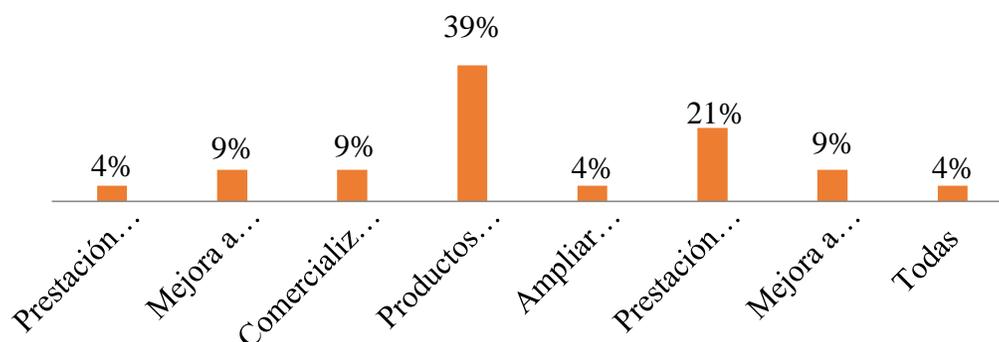


Figura 4. Ideas de negocio a emprender. Fuente: Estudiantes encuestados.

De lo anterior, se infiere que en su mayoría, es decir el 39% de los estudiantes de décimo semestre tienden a la creación de productos innovadores, ya que para ellos una idea de negocio debe tener características nuevas, ese factor diferenciador que los distinguirá de algún otro producto, seguidamente con un 21% y en conjunto con la creación de productos innovadores al momento de llevar a cabo una idea de negocio, los estudiantes optan por la prestación de servicios, mencionan que puede ser muy rentable e ingenioso, pues podrían contrarrestar los gastos de materiales para la creación de un producto que posiblemente puede ser perecedero e invertir y aprovechar un modelo de negocio que podría brindar grandes beneficios.

Por otra parte, se observa que un 9% tienen en cuenta la mejora a productos ya existentes y la comercialización de productos sustitutos, indicando que para incursionar en el mercado no es necesario realizar un nuevo producto basta con mejorarlo o comercializar productos que sustituyan a los ya elaborados, finalmente, un 4% expresa que cualquiera de las ideas anteriores puede ser buena y rentable siempre y cuando se ejecute bien.

Factores que inciden a que los estudiantes participen en la Expoferia Universitaria.

Partiendo de los análisis, se logra determinar que en los estudiantes de décimo semestre que son participes de la Expoferia Universitaria, inciden factores como:

El interés en el fortalecimiento de sus capacidades de emprendimiento e innovación.

Mismo que, según (Zulia, 2018) se ha convertido en las últimas décadas en una estrategia social y de conocimiento para el desarrollo de habilidades que permiten en la población económicamente

activa, realizar proyectos empresariales para el autoempleo con un mayor grado de certidumbre y posibilidades de una mejor calidad de vida.

El aprovechamiento de oportunidades e ideas de negocio es uno de los principales focos de acción al momento de emprender, Es por ello que según (Fernandez T. , 2018)

La idea es importante, pero no determinante. Marca el mercado, pero no es absoluta. Lo que importa verdaderamente es la ejecución, y eso lo marca el equipo. La clave no es la idea, sino el modelo de negocio, y no pasa nada por equivocarse, pero hay que dedicarle mucho tiempo. Todo esto tiene que ver con el conocimiento de un determinado sector.

Desarrollo de competencias y habilidades para la creación de ideas de negocios es fundamental para que nuestros proyectos tomen el rumbo esperado y es así que, (Ramírez, 2015) Innovación sin creatividad, es emprender un proyecto con un producto o servicio que no representará gran rivalidad frente a la competencia, por lo que el precio será el que marcará la diferencia entre ambos y no el valor agregado que podemos plasmar en ellos generando ideas creativas.

Por último, durante el desarrollo de las actividades contempladas en este proyecto cabe resaltar que se las principales competencias a fortalecer en los estudiantes vinculados a la Universidad Francisco de paula Santander Ocaña son:

Resolución de problemas.

Asumir riesgos.

Trabajo en equipo.

Creatividad e iniciativa.

Fomento de una cultura y espíritu empresarial.

Todo esto en pro de la formación de profesionales altamente competitivos y preparados para enfrentar un mercado que está en busca de una globalización y estandarización de los procesos.

4.3 Identificación de oportunidades de mejoras para fortalecer los procesos desde el impacto de la Expoferia Universitaria

Tabla 7

Apreciación sobre la evolución de la Expoferia Universitaria

Evolución de la Expoferia	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	67%
No	22	33%
Total	67	100%

Nota: La tabla muestra la enunciación sobre la evolución que ha tenido la Expoferia Universitaria de la Ufpso. Fuente: autores del proyecto.

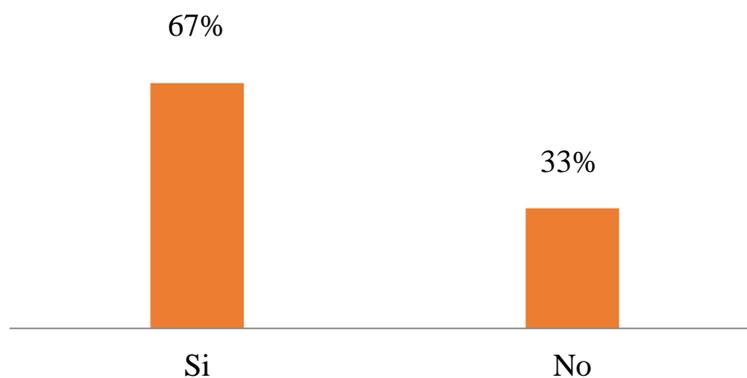


Figura 5. Evolución de la expo-feria. Fuente: Estudiantes encuestados.

Partiendo de la información obtenida por el instrumento de recolección de datos (encuesta), se haya que un 67% de los encuestados afirman que la Expoferia ha ido evolucionando, pues manifiestan que el evento ha tenido varios cambios a medida que se ha desarrollado su presentación durante el transcurso de los semestres académicos, entre esas distinciones el traslado de la Expoferia al parque principal del municipio de Ocaña, que ha proporcionado más visibilización al evento y la participación de emprendedores externos a la universidad, sin embargo, un 33% mencionan lo contrario, ya que según ellos en realidad no han observado ningún avance por lo que sugieren que es necesario realizar una mayor inclusión del sector productivo externo en el evento para generar así más impacto.

Tabla 8

Promoción de emprendimiento empresarial después de la Expoferia

Promoción de emprendimiento empresarial después de la Expoferia	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	36%
No	43	64%
Total	67	100%

Nota: La tabla presenta la enunciación respecto a la promoción de emprendimiento por parte de los estudiantes de décimo semestre después de su participación en la Expoferia de la Ufpso. Fuente: autores del proyecto.

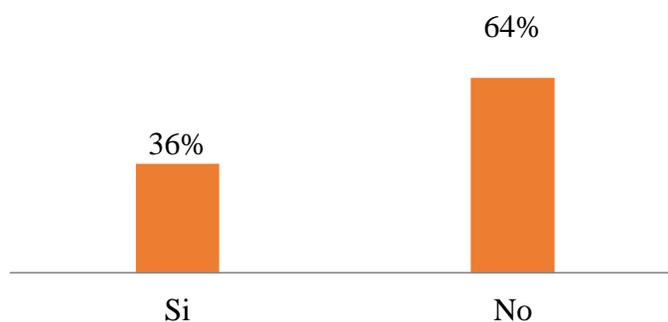


Figura 6. Promoción de emprendimiento empresarial después de la expo-feria. Fuente: Estudiantes encuestados.

Según los datos dados obtenidos por la encuesta, se visibiliza que realmente la Expoferia no trasciende más allá de ser meramente un ejercicio académico, pues así lo confirma el 64% de los encuestados, indicando que luego de la participación en la Expoferia no hay una promoción y apoyo de la misma por parte del estudiantado y profesorado de la institución, pese a que una pequeña parte (36%) muestra interés para seguir con este proceso y ejercicio de fortalecimiento emprendedor.

Tabla 9

Competitividad de los productos de la Expoferia en el mercado

Competitividad de los productos de la expo-feria en el mercado	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	67%
No	22	33%
Total	67	100%

Nota: La tabla presenta información respecto a la competitividad de los productos elaborados en la expo-feria frente al mercado local. Fuente: autores del proyecto.

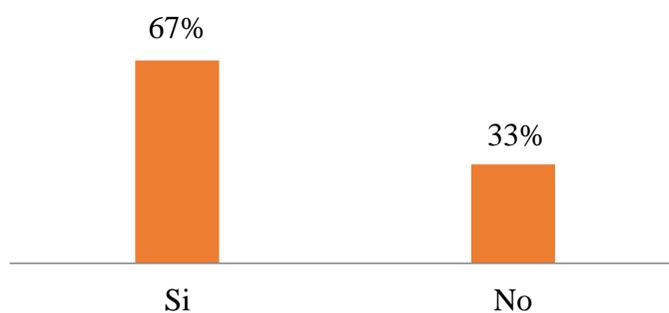


Figura 7. Competitividad de los productos de la Expoferia en el mercado.
Fuente: Estudiantes encuestados.

Conforme a los datos arrojados por el instrumento de recolección, puede observarse que los productos elaborados en la Expoferia no representa una alta competitividad en el mercado

local, pues así lo evidencia el 67% de los encuestados, debido a que sólo son productos de exposición, por otro lado, un 33% opina que si tienen competencia en el mercado, de hecho indican que han mantenido esa de idea negocio, la cual les ha proporcionado un ingreso adicional.

Tabla 102

Importancia de la participación del sector productivo interno y externo

Importancia de la participación del sector productivo interno y externo	Frecuencia	Porcentaje
Si	54	81%
No	13	19%
Total	67	100%

Nota: La tabla presenta la enunciación sobre la importancia de la participación del sector productivo interno y externo en la expo-feria universitaria. Fuente: autores del proyecto.

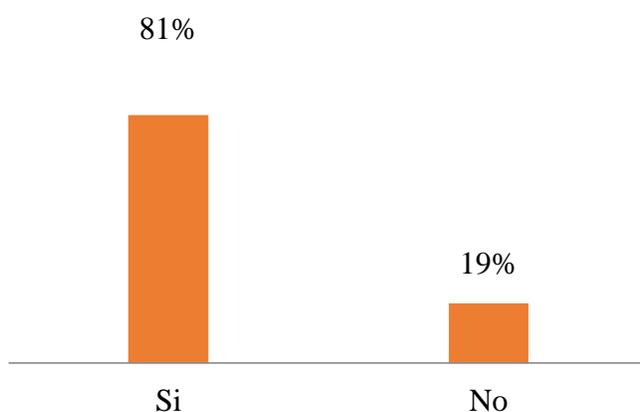


Figura 8. Importancia de la participación del sector productivo interno y externo.
Fuente: Estudiantes encuestados.

Partiendo de la información dada por la encuesta, se evidencia que la mayoría de los estudiantes de décimos semestre (81%) consideran que es muy importante que haya más participación del sector productivo, tanto interno como externo, manifestando que generaría más impacto al evento, además de contribuir al reconocimiento empresarial del municipio y de los

emprendedores que hacen parte del mismo, no obstante hay un pequeño porcentaje que se encuentra en desacuerdo con un 19%, expresando que debe darse mayor participación al estudiantado universitario, puesto que es un espacio para poner en práctica la adquirido en la academia.

Tabla 11

Aspectos a mejorar en la Expoferia

Aspectos a mejorar en la Expoferia	Frecuencia	Porcentaje
Organización	10	15%
Localización	12	18%
Logística	8	12%
Organización y Logística	7	10%
Organización y Localización	8	12%
Organización y Jurado evaluador	8	12%
Localización y Logística	7	10%
Organización, Localización y Logística	7	10%
Total	67	100%

Nota: En la tabla se puede visibilizar los aspectos a tener en cuenta o mejorar al momento de realizar la Expoferia Universitaria. Fuente: autores del proyecto.

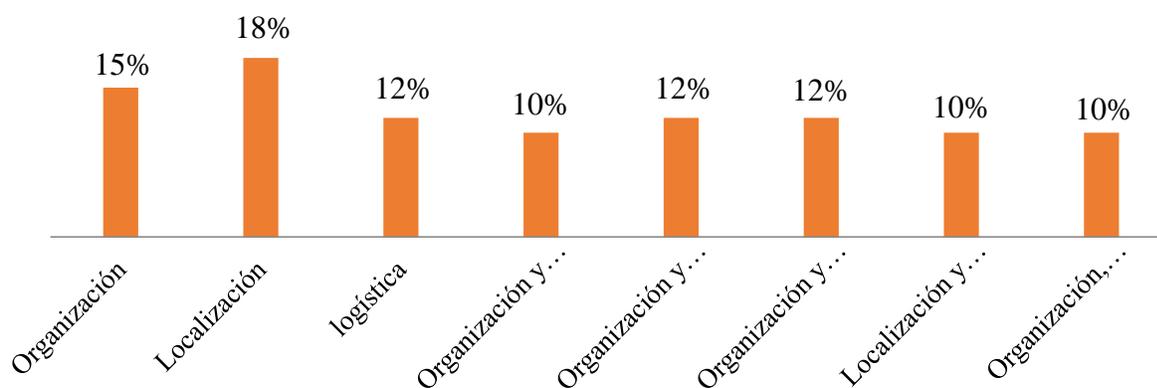


Figura 9. Aspectos a mejorar en la expo-feria. Fuente: Estudiantes encuestados.

En consonancia con la información obtenida por el instrumento, se puede inferir que uno de los aspectos más relevantes y que deben tomar en cuenta al momento de la realización de la Expoferia es la localización o ubicación de dicho evento, pues el 18% de los estudiantes expresa que hasta la fecha la Expoferia Universitaria se ve limitada a espacios como el polideportivo y la entrada de la fuente universitaria, y que el espacio de los stand en muchas ocasiones son muy estrechos.

Por otro lado, un 15% menciona que es importante mejorar la organización debido a los contratiempos que ha venido presentando con el tiempo de inicio, la presentación y exhibición de las ideas, entre otros; seguidamente con un 12% el alumnado participante de la Expoferia manifiesta que el proceso de logística es muy precario y no hay un control y revisión de la ejecución de este evento.

Por último, en igualdad de ponderaciones entre el 12% y 10% indican que se debe mejorar todos los aspectos anteriores y anexo a ello el jurado evaluador pues realmente no se tiene conocimiento de los criterios de evaluación y con base en que requisitos son seleccionados los jurados.

Tabla 12
Contribución al desarrollo económico de la región

Contribución al desarrollo económico y social de la región	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	64%
No	24	36%
Total	67	100%

Nota: La tabla muestra la enunciación respecto a la contribución al desarrollo económico y social que representa la Expoferia Universitaria para la región.

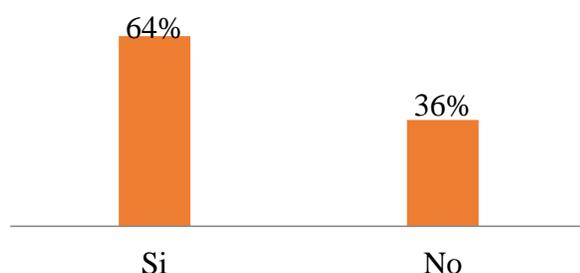


Figura 10. Contribución al desarrollo de económico y social de la región. Fuente: Estudiantes encuestados.

De acuerdo con los datos arrojados por el instrumento de recolección, el 64% de los encuestados considera que la Expoferia Universitaria si contribuye al desarrollo económico y social de la región, desde el momento en que logra forjar profesionales con habilidades de emprendimiento capaces de crear ideas de negocio que puedan desarrollarse y generar empleo, además de brindar participación a pequeños empresarios en aras de obtener reconocimiento.

Por otra parte, un 36% menciona que la Expoferia no representa mayor contribución a la región, pues manifiestan que solo es un evento de exposición.

Identificación de oportunidades. En consonancia con los resultados se obtiene que la Expoferia Universitaria tiene grandes oportunidades de mejoras como:

La inclusión del sector productivo externo al evento para generar más impacto, además de contribuir al reconocimiento empresarial del municipio y de los emprendedores que hacen parte del mismo motivando así al desarrollo económico y social de la región.

La promoción y apoyo por parte del estudiantado y profesorado de la institución, que proporcionara más visibilidad al evento y mayor interés para seguir con este proceso y ejercicio de fortalecimiento emprendedor.

La mejora de aspectos como:

Localización o ubicación, aprovechando que la universidad tienen un campus bastante amplio y puede trasladar a la Expoferia a otros sitios del municipio

La organización, que es fundamental para la buena ejecución del evento y sobre todo aprovechar este ejercicio para forjar profesionales con habilidades de emprendimiento capaces de crear ideas de negocio que puedan desarrollarse y generar empleo.

La Expoferia de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, es desarrolla con el fin de fortalecer la enseñanza-aprendizaje de los estudiantes, razón por la cual, es recibida de forma agradable por la comunidad estudiantil, pues esta les brinda la oportunidad de fortalecer sus capacidades, conocimientos, habilidades y destrezas, además de permitirles llevar la teoría a la práctica, y tener la posibilidad de que sus ideas de negocio se lleven a la realidad, teniendo en cuenta que al evento asisten instituciones que buscan promover el emprendimiento e innovación.

Entre tanto, hay que decir que la Expoferia es un evento que ha ido evolucionando con el pasar de los años, ya que los coordinadores han buscado darle una mayor visibilidad, así como, participación a los emprendedores del sector externo y según (Fiorentin, 2016) Muchos emprendedores tienen el privilegio de estar o haber estado en una universidad.

Al estudiar una carrera, se abren sus horizontes, aprende sobre diferentes herramientas y descubre muchas oportunidades. La posibilidad de emprender es una de ellas. Sin embargo, los que estuvieron en la universidad saben también que hay muchas carencias y falta innovación en los cursos de graduación.

Si por un lado las instituciones de enseñanza quieren fomentar el espíritu emprendedor, por otro hace falta prácticas más modernas dentro de las aulas que atrapen al estudiante. Incluso, que lo incentiven a emprender. Sabiendo esto, es imprescindible trabajar en equipo (estudiantes-docentes) para que todas y cada una de las ideas de negocios que son expuestas por los alumnos cumplan con las características adecuadas y con el factor diferenciador que permita captar la atención del consumidor o cliente final, de allí que es de vital importancia que haya una mayor participación y acompañamiento del profesorado en la ejecución de la actividad, no obstante, a pesar del poco apoyo y compromiso por parte de los educadores, mismo que genera que el estudiante no se comprometa de corazón y solo lo realice como requisito, se ha logrado la creación y exposición de excelentes productos innovadores.

Por otra parte es importante tener en cuenta que el desarrollo de las habilidades sociales y profesionales es el principal pilar para formar profesionales idóneos y altamente competitivos, y para (Sierra, 2009)

La formación del profesional constituye, por lo tanto, el proceso en el que los sujetos desarrollan el compromiso social y profesional, la flexibilidad ante la cultura, la trascendencia en su contexto, toda vez que elevan su capacidad para la reflexión divergente y creativa, para la

evaluación crítica y autocrítica, para solucionar problemas, tomar decisiones y adaptarse flexiblemente a un mundo cambiante.

Dicho esto, es necesario resaltar el compromiso de la institución con la formación académica de los mimos, brindándoles los conocimientos necesario para el desarrollo de nuevas competencias para la resolución de problemas, por parte de los estudiantes ha sido muy importante en la manera en que han adquirido y obtenido capacidades para afrontarlos a través de competencias como:

Creatividad, iniciativa y autonomía que resultan claves para la formación de profesionales líderes, competentes y exitosos. Mientras tanto, es preciso anotar que pese al entusiasmo por parte de algunos estudiantes, existen algunos productos que son expuestos y no poseen ninguna competitividad en el mercado local, ya que por lo general son solo para exposición.

Finalmente, el diagnóstico identifica aspectos que impiden una correcta ejecución de la Expo feria como: la falta de compromiso, acompañamiento y dedicación por parte del profesorado al momento de los estudiantes construir sus ideas de negocios que muchas veces hace que no se muestren productos con las características adecuadas, así como, la ubicación del lugar donde se lleva a cabo el evento, por lo que es importante que el proceso de logística sea mejorado, sobre todo en lo relacionado con el control y revisión en la ejecución del mismo, y desde luego que a los participantes les sea brindada previamente información sobre los criterios de evaluación que tendrá en cuenta el jurado calificador.

Capítulo 5. Conclusiones

Tras haberse dado cumplimiento a los objetivos, se logra concluir que la Expoferia Universitaria que realiza la Facultad de ciencias Administrativas y Económicas del plan de estudio de Administración de Empresas en la Universidad Francisco Paula Santander Ocaña (UFPSO) es un evento de gran importancia para que el estudiantado participe en el mismo, pues es un espacio que brinda la oportunidad de poner en práctica todas esas habilidades, destrezas y conocimientos cimentados con el transcurso de la carrera y a su vez generar la experticia en los estudiantes por cristalizar todas esas ideas que posiblemente puedan convertirse en un modelo de negocio.

Sin embargo, al momento de realizar el análisis situacional de esta, que era uno de los objetivos que habían sido planteados, se halla que pese a las diferentes fortalezas y oportunidades que brinda el evento a la comunidad estudiantil, debe trabajarse arduamente en el mejoramiento continuo de la misma, en donde no solo participen los estudiantes y la coordinadora de la Expoferia sino también el profesorado, ya que hasta el momento existe muy poco acompañamiento de los mismos a los alumnos en el desarrollo de sus ideas de negocios, razón por la cual, muchos de los productos o servicios que son expuestos en el evento solo son creados para el aula de clase o como un requisito de la asignatura.

Por otra parte, en cuanto al segundo objetivo, con el estudio fue posible determinar que existen factores como el interés en el fortalecimiento de las capacidades de emprendimiento e innovación y el aprovechamiento de oportunidades de negocio, que inciden para que los

estudiantes participen en la expo-feria, debido que al hacer parte de esta les brinda la oportunidad de desarrollar múltiples habilidades además de fomentar una cultura y espíritu empresarial.

Finalmente, al desarrollar el último de los objetivos del estudio, se logran identificar aquellas oportunidades de mejora que requieren ser tenidas en cuenta si lo que se desea es fortalecer los diferentes procesos a partir del impacto que genera la Expoferia Universitaria, en donde gracias a la inclusión del sector productivo externo al evento, se ha contribuido significativamente con el reconocimiento empresarial de la región, y forjando a su vez profesionales con habilidades de emprendimiento capaces de crear ideas de negocio que puedan desarrollarse y generar empleo.

Capítulo 6. Recomendaciones

A partir del desarrollo del proyecto de investigación el cual consistía en conocer el impacto que genera la Expoferia Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña en la comunidad estudiantil, y tras haber desarrollado el análisis situacional, se haya que es importante que el comité organizador del evento realice planes y programas en los cuales se apoye y oriente, ya que el no contar con estos les impide que los procesos previos al eventos no se hagan de la mejor forma, pues el emplearlos evita que se presenten problemas que afecten el correcto proceder de la misma, además que con estos es posible platearse nuevas pautas para su mejor desarrollo, por ello, es indispensable trabajar en el establecimiento de estrategias a través de las cuales el profesorado apoye y oriente a los estudiante en la construcción de sus ideas de negocio.

De igual forma se recomienda a los directivos de la Expoferia realizar un mayor fortalecimiento de las capacidades de emprendimiento e innovación en los estudiantes de todos los semestres de Administración de Empresas, teniendo en cuenta que son ellos quienes participan del evento y que son estos los principales factores que inciden para que participen, pues al realizarlo les permitirá no solo desarrollar múltiples habilidades, sino también tener una mejor cultura y espíritu empresarial.

Por último, es importante que en el evento no solo se incluya el sector productivo sino también los demás sectores, quienes aportarían significativamente a la Expoferia y a la comunidad estudiantil, de igual manera, es necesario que se haga un buen aprovechamiento de

los diferentes espacios que posee la universidad para su realización, logrando con ello forjar profesionales con habilidades de emprendimiento capaces de crear ideas de negocio que puedan desarrollarse y generar empleo.

Referencias

- Comite de Apoyo Académico UFPSO. (16 de Marzo de 2012). *Proyecto Educativo Institucional*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de <https://ufpso.edu.co/ftp/pdf/documentos/PEI5.pdf>
- Congreso de Colombia. (26 de Enero de 2006). *Ley 1014 de 2006*. Recuperado el Enero de 2017, de http://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-94653_archivo_pdf.pdf
- Congreso de Colombia. (26 de Enero de 2006). *Ley 1014 de 2006*. Recuperado el Octubre de 2016, de http://normograma.sena.edu.co/docs/ley_1014_2006.htm
- Corporación Universitaria Unitec. (21 de Octubre de 2013). *Feria Universitaria en Corferias*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=2sWXx0lMeMc>
- Definicion de . (2010). *Definicion de Feria*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2016, de <http://definicion.de/>
- Fernandez, A., & Velazquez, M. (6 de Octubre de 2010). *Las Ferias Profesionales en Galia: Eventos de relaciones Públicas como Ejemplos de Acciones de Comunicación Below the Line*. Recuperado el 2016, de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer29-12-fernandez.pdf>
- Fundacion Universitaria Tecnologico Comfenalco. (22 de Abril de 2015). *Feria de Innovacion y Emprendimiento*. Recuperado el 21 de 09 de 2016, de <http://tecnologicocomfenalco.edu.co/es/content/180-proyectos-en-la-feria-de-la-innovaci%C3%B3n-y-el-emprendimiento>
- Jaramillo, L. (Diciembre de 2008). *Emprendimiento*. Recuperado el Octubre de 2016, de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Septiembre de 07 de 2011). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2016, de <http://www.mincit.gov.co/>
- Silva, D. (2010). TEORÍA DE INDICADORES DE GESTIÓN Y SU APLICACIÓN PRACTICA. *Gestión Efectiva de Emprendimiento Social*.
- Thompson, I. (Mayo de 2007). *Definición de Investigación de Mercados*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2016, de <http://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/definicion-investigacion-mercados.html>

UFPS. (2012). *Estrategias Metodológicas y Pedagógicas*. Recuperado el Octubre de 2016, de www.ufps.edu.co/ufpsnuevo/archivos/110_2013.pdf

Universidad Cooperativa de Colombia. (5 de Noviembre de 2015). *2ª Feria Empresarial y de Emprendimiento de la Universidad Cooperativa de Colombia*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2016, de <http://www.ucc.edu.co/bogota/prensa/2015/Documents/Terminos%20de%20referencia%20feria%20de%20emprendimiento.pdf>

Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. (2012). *Proyecto Educativo Institucional*. Ocaña: UFPS Ocaña.

Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. (2016). *Expoferia Universitaria*. Ocaña.

Universidad ICESI. (Diciembre de 2002). *Innovando*. Recuperado el Octubre de 2016, de <http://www.icesi.edu.co/cdee/innovando/images/pdfs/innovando27.pdf>

Varela , R. (2001). *Innovación Empresarial*. Bogotá: Pearson Educación de Colombia.
Fiorentin, D. (2017, octubre 18). La importancia de aprender a emprender - TecLatam. Recuperado 2020, de <https://medium.com/teclatam/la-importancia-de-aprender-a-emprender-e6c2f8f317e7>

Apéndices

Apéndice A. Modelo de encuesta para los participantes de la expoferia.



**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

Objetivo de la encuesta: Determinar el impacto generado en la Expoferia Universitaria de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

1. ¿Cómo ve la evolución que ha tenido la Expoferia en los últimos años?

2. El impacto académico y empresarial que ha generado la Expoferia es alto.

3. ¿Qué aspectos cree Usted que debería mejorar la Expoferia Universitaria?

4. ¿En qué lugar cree usted que se puede realizar la Expoferia para generar un mayor impacto?

5. ¿La Expoferia ha servido para fortalecer competencias emprendedoras en los estudiantes?

6. Destaque que debilidades y que fortalezas presenta la expo-feria universitaria.

7. ¿Qué oportunidades y que amenazas podrían afectar el desarrollo de la Expoferia?

Gracias por su colaboración

Apéndice A. Modelo de encuesta para los estudiantes de decimo semestre del programa de Administración de Empresas.



**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

Objetivo de la encuesta: Determinar el impacto generado en la Expoferia Universitaria.

1. ¿Cuál ha sido su mayor interés al participar en la Expoferia empresarial universitaria?

- a. ___ Alcanzar una nota
b. ___ Aprovechar una oportunidad de negocio
c. ___ Fortalecer su capacidad de emprendimiento e innovación
d. ___ Otra,
¿Cuál? _____

2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción frente a la participación que ha tenido en la Expoferia?

- Completamente satisfecho ___
Satisfecho ___
Insatisfecho ___
Completamente Insatisfecho ___

3. Cree usted ¿Qué la Expoferia ha evolucionado a través del tiempo?

SI ___ NO ___
¿Por qué?

4. De acuerdo a su participación en la Expoferia Universitaria, que idea de negocio le gustaría emprender:

- a. ___ Prestación de servicios
b. ___ Mejora a productos existentes
c. ___ Comercializar de productos sustitutos
d. ___ Productos innovadores
e. ___ Ampliar nuevos mercados
f. ___ Otra, ¿Cuál? _____
g. ___ Ninguna

5. ¿Ha conocido usted compañeros que hallan promovido el emprendimiento empresarial luego de participar en la Expoferia Universitaria?

SI ___ NO ___ Si su respuesta es sí, comente brevemente el caso:

6. ¿Qué competencia(s) emprendedoras ha desarrollado usted, luego de su participación en la Expoferia?

- a. ___ Competencia para la conformación redes
b. ___ Competencia para la resolución de problemas
c. ___ Competencia para asumir riesgos
d. ___ Orientación al logro e. ___ Trabajo en equipo
f. ___ Autonomía g. ___ Creatividad h. ___ Iniciativa

7. Usted considera ¿Que los productos expuestos en la Expoferia son competitivos en el mercado?

SI ___ NO ___

¿Por qué?

8. ¿Es importante la participación del sector productivo interno y externo para generar un mayor impacto en la Expoferia?

SI ___ NO ___ ¿Por qué? _____

9. ¿Qué aspectos considera usted deben mejorarse en la Expoferia?

Organización ___ Localización ___ Logística ___
Jurado evaluador ___ Otro ___ Cual _____

10. Usted considera ¿Que el ejercicio de la Expoferia ha contribuido al desarrollo económico y social de la región?

SI ___ NO ___

Gracias por su colaboración.