

FESC

FUNDACIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES

 Comfanorte



Proyectando

II Congreso Internacional

*Negocios, Finanzas, Tecnología, Logística,
Turismo, Modas y Diseño*

Memorias

2015

EDICIÓN 02 - SEPTIEMBRE 2015

Cúcuta, Norte de Santander
Colombia

www.fesc.edu.co

www.proyectandofesc.com

FUNDACIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES
COMFANORTE - FESC
Av. 4 # 15-14. Barrio La Playa. Cúcuta.

DIRECCIÓN GENERAL DEL EVENTO

Carmen Cecilia Quero de González
Rectora FESC

COORDINACIÓN DE PROYECTANDO

Sandra Elizabeth Rojas Asenjo

COORDINACIÓN DE TECNOBIT

Karla Yohana Sánchez Mojica

DIRECTIVOS FESC

Carmen Cecilia Quero de González
Rectora

Jaime Fernández Erazo
Vicerrector

Yisel Carolina Martínez
Directora Administrativa

Karla Yohana Sánchez
Directora de Investigaciones

Leonor Ordoñez
Revisora Fiscal

Marlene Cecilia Duque
Secretaria General

COORDINADORES ACADÉMICOS

Diseño Gráfico: *Margarita Rosa Triana*

Diseño de Modas: *María Antonia Riveros*

Negocios Internacionales: *Lino Meza*

Comercio Internacional: *Aureliano García*

Administración de Redes: *Miguel Posada*

Administración Turística y Hotelera

Logística Empresarial: *Raúl Cárdenas*

PERSONAL DE APOYO

Diana Carolina Alvarado

Coordinación de Comunicaciones

Jaime Barbosa

Coordinación Administrativa

Jessica Andrea Delgado Zambrano

Diseño Gráfico y Diagramación

JavierCorredor

Docente FESC

Dubian Jahir Ibarra

Webmaster

Introducción

Después de 3 años de haber realizado con gran éxito la primera versión de **Proyectando**, la **Fundación de Estudios Superiores Comfanorte FESC**, en el marco de la celebración de sus 20 años de trabajo por la formación de técnicos, tecnólogos y profesionales integrales, quiso entregarle al departamento y porque no decirlo al país, **PROYECTANDO, II Congreso Internacional de Negocios, Finanzas, Tecnología, Logística, Turismo, Modas y Diseño**, un evento que generó un espacio de conocimiento y difusión, convocando a los empresarios, académicos, representantes del sector público y estudiantes, todos ellos agentes protagonistas del desarrollo de nuestra región, donde a través del intercambio y enriquecimiento de ideas se pudo generar propuestas que promuevan el emprendimiento y la innovación, proyectando la región con visión de país al mundo, contando con la guía de expertos de talla mundial.

En la versión 2015 de este evento fue primordial mostrar la calidad, creatividad, compromiso e innovación en cada una de las actividades que conformaron la semana de conocimiento y cultura a través de conferencias, talleres y ponencias, enfocadas a la construcción de nuevas posibilidades de progreso para la región junto a personas íntegras que contribuyen a un desarrollo sostenible, misión que ha cumplido la **FESC** en estos 20 años de experiencia.

Este evento reunió a más de 1.500 personas, quienes durante 5 días pudieron conocer a de 52 conferencistas que en 4 escenarios diferentes compartieron sus conocimientos, experiencia y mostraron la calidad en cada una de sus intervenciones, lo cual hizo de **Proyectando 2015** el único evento multidisciplinario del país y el más grande de la región.


Tabla de Contenido

Panel Inaugural	7		
Ceremonia Central	8		
Saludo protocolario	10		
Panel Inaugural	12		
Firma Convenio Interinstitucional	15		
Ponencias	19		
Aplicación Móvil para Supervisar y Controlar un Proceso Industrial	20		
Los Objetivos de Desarrollo del Milenio: Una Mirada Quince Años Más Allá de su Evaluación	21		
La Cebolla Ocañera, un Producto Ligado a la Historia, Tradición y Cultura de un Pueblo	22		
App Clínica San Diego	23		
Conferencias	25		
Negocios - La Universalidad Cultural en los Negocios Internacionales	26		
Colombia Frente al Post-Conflicto	27		
Visión Psicosocial sobre la Relación Bilateral Colombia-Venezuela	29		
Situación Bilateral Actual: Ventajas, Desventajas y Oportunidades	30		
Redes Sociales y Empresa:	31		
Cómo Aprovechar el Poder de las Nuevas Tendencias en Marketing	31		
Latinoamérica Actor Estratégico Comercial en el Reordenamiento del Sistema Económico Internacional.	33		
La Alianza Pacífico como Impulso al Crecimiento Comercial de Latinoamérica. La Creación de Espacios de Concordancia para la Red de Acuerdos Comerciales Regionales.	35		
Marketing: Cómo Crear Valor en Nuestros Clientes	36		
Estrategias de Internacionalización para Todo Tipo de Empresas.	37		
Finanzas - Los Desafíos en los Mercados Emergentes Más Allá de sus Fronteras	38		
Panorama del Crowdfunding en Colombia: Retos y Oportunidades	39		
El Riesgo de Actividades Ilícitas en los Negocios	40		
Evolución y Tendencias de Mercados en Monederos Digitales, Criptomonedas y el Bitcoin	42		
El Desafío y la Estrategia en la Evolución Organizacional	44		
Tendencia de los Riesgos en los Mercados Emergentes (Caso Starbucks)	45		
Logística - Supply Chain	46		
Logística y Competitividad	47		
Turismo - Sostenibilidad e Innovación en la Gestión de Destinos Turísticos	49		
Ciclo de Conferencias y Talleres de Marketing Digital e Innovación en Turismo	50		
El Turismo: Una Mirada a los Retos y las Responsabilidades que Implica	52		
Investigación, Emprendimiento e Innovación, Bases del Desarrollo Regional	53		
Modelo de Conformación de Spin Off y Start Up en la Universidad de EAFIT	54		
Innovación Creada por Ciudadanos	55		
Innovation	56		
Responsabilidad Social Empresarial "Más Allá del Discurso"	57		
Diseño de Modas- Conectando la Industria con la Creatividad y la Innovación	58		
		Procesos de Co-Creación y Diseño Participativo	59
		Taller Co-Creación y Diseño Participativo	60
		El Impacto Estético de los Cambios Tecnológicos en la Producción Textil	61
		Taller Pequeñas Producciones con Alto Valor Creativo	62
		La Moda: Emociones y Realidad, Colecciones que Triunfan	63
		Cómo leer las tendencias de moda. Colecciones de moda fundamentadas en Series Cortas.	64
		Diseño y Producción para la Moda Sustentable	65
		Diseño Gráfico - La Publicidad se Transforma	66
		Proyecto Editorial Venezuela CMYK	67
		Ilustración como Estilo y Experiencia de Vida	68
		Diseño Experimental e Intervención de Espacios	69
		"Ni Bueno. Ni Malo. Ni Feo."	70
		El Papel de la Ilustración en el Tatuaje	71
		Board.psd	72
		La Fotografía de Moda Avant - Garde	73
		Muralismo	74
		Papertoys & Artoys	75
		Ilustración Publicitaria	76
		Salud - La Seguridad en la Cirugía Plástica	77
		La Seguridad en la Cirugía Plástica	78
		Tecnología - Las TIC una Proyección de Región	79
		Cluster, Como un Enfoque Hacia la Competitividad de la Region y del País	80
		Lean Canvas para Startups o Negocios Nacientes Business Model Canvas para Negocios BMC	81
		Estructuración Visual y de Marca	82
		El Boom de los Drones y sus Aplicaciones Comerciales	83
		Validación del Producto y del Negocio Aproximación al Desarrollo de Prototipos	84
		Desarrollo de Aplicación Nativa IOS (Taller de Aplicaciones Móviles)	85
		Astronomía Apasionada	86
		Marketing Social Para Emprender	87
		Exposición de Robótica	88
		Tu Idea en Movimiento: Talle de Video y Audio	89
		Ecosistema de Innovación por Diseño de Inclusión Urbana a Económica	90
		INFORME I CAMPUS DIGITAL DE NORTE DE SANTANDER - TECNOBIT	94
		CLAUSURA	102
		Estadísticas	106
		Asistentes Proyectando	107
		Asistentes TecnoBit	107
		Asistentes Proyectando 2012 y 2015	107
		CONCLUSIONES	108
		PATROCINADORES	109



Panel Inaugural

Lunes, 21 de septiembre de 2015 

19:00 horas 

Teatro Zulima 

Panel Inaugural Los Aportes de Nuestros Líderes al Desarrollo Regional

CEREMONIA CENTRAL

Con una ceremonia central a partir de las 19 horas el lunes 21 de septiembre en el Teatro Zulima, la FESC y Comfanorte dio inicio al II Congreso Internacional Proyectando, contando con la presencia de más de 700 asistentes como auditorio y en el escenario las siguientes personas:

Presentador:

Fernando Fonseca Roa

Mesa principal:

Sandra Sulay Fuentes Duran
Secretaria TICS gobernación

Claudia Cecilia Uribe Rangel
Presidente del Consejo Superior FESC

Juan Carlos Soto
Vicepresidente del Consejo Superior FESC

Carmen Cecilia Quero de González
Rectora FESC

Angélica Lichilín Piedrahita
Gerente General Arysta



Ceremonia de apertura del II Congreso Internacional Proyectando en el Teatro Zulima



Panel Inaugural Los aportes de nuestros líderes al desarrollo de nuestra región

SALUDO PROTOCOLARIO



Esta noche y por segunda vez en su historia, la FESC hace realidad el sueño de integrar en un evento su hacer académico: los negocios, las finanzas, la logística, la tecnología, el diseño, el turismo y la moda, en un marco de innovación y emprendimiento. Este evento consolida el pensar de la Sala General y el Consejo Superior, nuestros máximos órganos de gobierno.

La FESC tiene muy claro que eventos, como Proyectando, permiten compartir cultura, conocimientos y experiencias, en campos específicos del saber, entre docentes, estudiantes del país y del exterior, permiten también la inserción de sus programas en los contextos nacionales e internacionales, buscando el desarrollo profesional responsable y la competitividad de los egresados, lo cual se evidencia en el impacto y desarrollo de la región.

Para la FESC es muy importante el desarrollo de eventos como Proyectando, porque visualizan la institución a nivel nacional e internacional, fortalecen la investigación y generan espacios de creación artística y cultural, factores muy arraigados en nuestro hacer e identificados con nuestro sello de calidad.

La FESC ha venido buscando estrategias relacionadas con la internacionalización, comulgando con las políticas del Ministerio de Educación Nacional y nada más propicio que este evento, para generar este espacio, gracias a la colaboración de personajes de alta calidad académica, basta experiencia profesional, amplio recorrido internacional, como los que nos acompañan esta noche, Laura Gil, Bogotá, Juan Carlos Centeno, México, Vera Prado, Nuevo León México, Tirso Maldonado, Barcelona España, Tomás Higadera, Morelos México, José José Villamizar, Caracas Venezuela, Jorge Montaña, Bogotá, Catalina Delgado, Pereira, Brandon Edilson Guantivar Espinosa, Bogotá y a los que nos seguirán acompañando durante el transcurso de la semana, como todos ustedes lo habrán podido observar en la programación propuesta. A todos ellos, el sincero agradecimiento de una institución, la FESC, que con su hacer busca proyectar en sus estudiantes el liderazgo que la región y el país necesitan para sembrar la revolución social, centrada en el conocimiento, la innovación y productividad.

Y hablando de internacionalización esta noche nos acompañan también Marisol Rincón, Ingrid Barradas y José Juan Díaz Frías, de Guanajuato México, con quienes mañana firmaremos un Convenio buscando la movilidad estudiantil y docente y el diseño y desarrollo de proyectos

conjuntos de investigación. A la Universidad de Guanajuato y a sus representantes, nuestro reconocimiento especial.

Y esta noche de grandes satisfacciones, vamos a compartir con cinco expertos visionarios del desarrollo de nuestra región, doctores Jorge Enrique Acevedo Peñaloza, Jairo Humberto Cristo Correa, Wilfredo Grajales Rosas, Carlos Eduardo Luna Romero y Cesar Omar Rojas Ayala, los cuales han querido compartir con la academia, los empresarios, y todos nuestros invitados, sus conocimientos y la visión de una ciudad... Cúcuta, y para que desde este recinto, a través de la dinámica del Panel, nuestros candidatos adquieran un compromiso claro que le permita a la academia realizar seguimiento a uno de sus pilares estratégicos, facilitando el cumplimiento del compromiso adquirido.

Señores candidatos a la Alcaldía de San José de Cúcuta, ustedes tienen un compromiso muy grande con la juventud, crear estrategias para generar empleo y que puedan visionar a través del emprendimiento y la innovación una región competitiva y próspera. Recuerden que pensar en los Jóvenes es pensar en progreso.

Además, en este momento, el compromiso con la región es muy grande, la crisis que se vive entre Colombia y Venezuela es “la oportunidad para dejar de depender” del vecino país, bien sabemos que es un trabajo no solo del gobierno, sino de todos los colombianos, de los congresistas, de los senadores y representantes de la frontera, los cuales deben contribuir a construir las políticas pendientes para que Colombia pueda ser independiente en aspectos comerciales, de transporte y otros “que están a la deriva”, expresiones utilizadas por la Canciller de Colombia.

Pero aquí debe estar latente el interés y la gestión de nuestro futuro alcalde, para lograr que se realicen.

Quiero agradecer también, la presencia de la doctora LAURA GIL, quien gentilmente aceptó nuestra invitación a moderar este panel y mañana a disertar en la Conferencia “Colombia frente al posconflicto”, una tarea colectiva que debe garantizar éxito. Doctora Laura, bienvenida y muchas gracias.

Por último, quiero ratificar que el conocimiento, análisis y la reflexión que genere la participación de este grupo de expertos, nos tiene que servir para pensar en nuestra tierra y el papel protagónico que cada uno de nosotros debe tener, porque desde la academia también podemos construir región, visionando lo que tiene el país y el mundo, también podemos decir SI SE PUEDE, pensar en una región diferente, caminando de la mano de un buen líder.

Muchas gracias.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'C. Quero', written in a cursive style.

Carmen Cecilia Quero de González
Rectora FESC

PANEL INAUGURAL

La coyuntura de la ciudad de Cúcuta requiere de la implementación de políticas y programas que mitiguen los diferentes problemas que se presentan. La FESC, consciente de la responsabilidad con la comunidad, abrió el espacio idóneo para que los candidatos a la alcaldía de Cúcuta expusieran sus ideas y propuestas centrales de sus programas de gobierno a través de un panel que tuvo como objetivo servir como escenario para la reflexión y compromiso de los candidatos, con el electorado y la academia.

Para este escenario se contó con las siguientes personas:

Presentador:

Fernando Fonseca Roa

Moderador:

Laura Gabriela Gil Savastano

Internacionalista, politóloga y columnista colombo-uruguayo, experta en temas de derechos humanos y derecho internacional humanitario, articulista del diario El Tiempo, ha sido observadora de DD.HH. de la ONU y de la OEA y profesora de la Academia Diplomática San Carlos de Colombia,

Panelistas:

4 Candidatos a la Alcaldía de Cúcuta organizados y nombrados alfabéticamente por sus apellidos así:



Jorge Enrique Acevedo Peñaloza

Cucuteño, del barrio la Cabrera. El deporte es parte fundamental de su vida. Representó a Cúcuta y a la región en torneos nacionales e internacionales. Es ingeniero industrial especializado en finanzas y con una maestría de administración de empresas. Actualmente cursa estudios en derecho. En adición, cuenta con experiencia en el sector público, ha trabajado en Centrales Eléctricas, en la Secretaría de Desarrollo Social y direccionó la Secretaría de Bienestar Social de Cúcuta.



Dr. Jairo Humberto Cristo Correa

Formado en el Instituto Salesiano, Biólogo-Químico de la Universidad Francisco de Paula Santander, abogado de la Universidad Libre y doctorado en Gerencia Pública y Política Social de la Universidad de Baja California. Este Biólogo Químico, ha hecho de la educación su norte y misión. Como educador se ha acercado a las necesidades de la población cucuteña. Ha trabajado como Secretario de Educación Municipal y Secretario General del Instituto Departamental de Recreación.



Dr. Wilfredo Grajales Rosas

Teólogo y Filósofo. Estudió sociología en Roma, Especialista en Educación y Doctor en Ciencias Sociales. En el año 2007 regresó a la tierra de sus afectos, Cúcuta, para trabajar por ella. Desde el inicio de su carrera el doctor Grajales ha combinado la evangelización con diferentes obras sociales y proyectos para comunidades vulnerables. Se ha desempeñado como Director administrativo del centro Don Bosco, donde abrió y dirigió el Centro de Formación para el Trabajo.



Sr. Rafael Romero

Estudió Administración Pública y Ciencias Políticas en la Escuela Superior de Administración Pública, de Bogotá. En esta misma casa de estudios se graduó como especialista en Planeación Territorial y Urbana. Actualmente, cursa estudios de Derecho en la Universidad Libre, seccional Cúcuta. Entre 1996 y 2001 fue presidente nacional del Sindicato de Trabajadores de la Educación; entre enero y agosto de 2014 trabajó con el Departamento de la Prosperidad Social como director del programa Ingreso Social (Edesco); en la Universidad Libre, seccional Cúcuta, fue asesor académico de la presidencia-rectoría y director de planeación.




Panel Inaugural. Laura Gill, Jorge Acevedo, Jairo Cristo, Wilfredo Grajales, Rafael Romero.




— CONVENIO —



UNIVERSIDAD
DE GUANAJUATO

Martes, 22 de septiembre de 2015 

19:00 horas 

Quinta Teresa 

Firma Convenio Interinstitucional



UNIVERSIDAD
DE GUANAJUATO

Como parte de los resultados del II Congreso Internacional Proyectando, se realizó el convenio interinstitucional entre la **Universidad de Guanajuato** y la **Fundación de Estudios Superiores Comfanorte FESC**, alianza que tiene como objetivo diseñar y desarrollar conjuntamente programas académicos, movilidad docente y estudiantil fortaleciendo la investigación, y fue formalizada con la firma del documento oficial que avala el intercambio de conocimientos entre ambos países.

Esta ceremonia fue presentada por la coordinadora de comunicaciones de la **FESC**, Diana Carolina Alvarado Rivera y la mesa principal estuvo integrada por:

José Juan Díaz Frías
Representante de la Universidad de Guanajuato

Ingrid Barradas Bribiesca
Representante Universidad Guanajuato

Marisol Rincón Ávila
Representante Universidad Guanajuato

Carmen Cecilia Quero de González
Rectora FESC

Claudia Cecilia Uribe Rangel
Directora Administrativa Comfanorte



Entonación del Himno Nacional de México en la firma del Convenio Interinstitucional




Firma del Convenio Interinstitucional entre la Universidad de Guanajuato y la FESC



Ponencias

Martes, 22 de septiembre de 2015 

15:30 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Terracota 

Aplicación Móvil para Supervisar y Controlar un Proceso Industrial

Por: Byron Medina Delgado

En Colombia, se presenta una falla de mercado por la desalineación entre la oferta y la demanda de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Esta brecha puede reducirse promoviendo la implementación de recursos tecnológicos innovadores que favorezcan la creación, consolidación y aceleración de empresas basadas en las TIC, con el fin de aumentar su competitividad, al mejorar sus procesos productos y servicios.

El proyecto desarrolló una solución tecnológica que integró los sistemas embebidos y las aplicaciones móviles, utilizando tecnologías basadas en código abierto, para gestionar un prototipo de un proceso industrial; con el propósito de generar un precedente para las MIPYMES del país, y demostrar que es posible aumentar su competitividad utilizando este tipo de herramientas.

La investigación implementó una metodología soportada en la ingeniería básica y de detalle, aplicada a la ingeniería de automatización, compuesta de las fases de narrativa de proceso, selección de tecnologías, narrativa de automatización y control, sistema embebido como controlador, y narrativa de movilidad; incorporando como nuevo ingrediente, una aplicación móvil a los niveles de supervisión y, gestión y planificación, en la tradicional pirámide de automatización.

Las pruebas de funcionamiento se aplicaron en un escenario real, en donde los operarios interactuaron con el prototipo del proceso industrial, gestionando de manera exitosa las variables del proceso, a través de sus teléfonos móviles celulares y la red de datos privada. La jornada de evaluación evidenció que la aplicación móvil cumplió con los atributos de usabilidad y que tiene potencial de éxito para ser masificada.

Palabras clave:

- aplicación móvil,
- código abierto,
- gestión de proceso industrial,
- sistema embebido.

**Byron
Medina Delgado**
Colombia

byronmedina@ufps.edu.co
• Universidad Francisco de
Paula Santander


**Sergio Alexander
Castro Casadiego**
Colombia

sergio.castroc@ufps.edu.co
• Universidad Francisco de
Paula Santander

**Luis Leonardo
Camargo Ariza**
Colombia

lcamargoa@unimagdalena.edu.co
• Universidad del Magdalena

Martes, 22 de septiembre de 2015 

15:30 horas 

FESC - Auditorio 

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio: Una Mirada Quince Años Más Allá de su Evaluación

Por: Pilar Eugenia Ramírez Villar

El presente artículo de revisión tiene como propósito resaltar las prioridades del desarrollo humano a través de un análisis de los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) formulados por las Naciones Unidas mediante un análisis de información pertinente logrado a través de una investigación exploratoria de enfoque cualitativo, es así que el documento define los ODM, su historia y antecedentes, resaltando en especial las Cumbres del Milenio realizadas por los países miembros del organismo internacional: El artículo explica cada uno de los ODM y de los ODS y presenta un análisis de logros a 2015 tanto a nivel mundial como a nivel Colombia, resultados que de acuerdo a los indicadores son satisfactorios.


Palabras claves:


- Pobreza extrema
- Enseñanza primaria universal
- Igualdad entre los géneros
- Mortalidad infantil
- Salud materna




**Pilar Eugenia
Ramírez Villar**
Colombia

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

15:30 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

15:30 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

La Cebolla Ocañera, un Producto Ligado a la Historia, Tradición y Cultura de un Pueblo

Por: *Sonia Verjel Sánchez*

En Colombia, existen algunos productos, que se han convertido con el paso de los años en una especie de marca identificadora de pueblos o regiones, es decir, que cuando se menciona esos productos es casi lo mismo que mencionar el pueblo donde predomina su producción.

Un producto que desde su denominación identifica una región, lo constituye la cebolla ocañera, una cebolla de bulbo roja, caracterizada por su pungencia o sabor picante, que además es utilizada para la elaboración de los encurtidos de cebollitas ocañeras.

La cebolla ocañera ha sido uno de los productos más representativos de la ciudad de Ocaña, esta cebolla de color rojo ha sido sembrada durante los últimos 100 años, su producción y comercialización, lleva impregnada gran historia de los pueblos que entrelazan toda una región y que constituyó por décadas el eje de la economía local y se convirtió en una excelsa embajadora de la provincia. La cebolla, al transcurrir de los años, se fue convirtiendo en un ícono de la ocañeridad y varios eventos, como reinados populares y ferias, se inspiraban en el elemento agrícola más importante, con el paso de los años, se fue constituyendo en un símbolo, que fue representando la identidad de los pobladores de las regiones circundantes al municipio de Ocaña. De esa sólida economía, de esa tradición y de ese patrimonio cultural olo van quedando los recuerdos, de acuerdo a las cifras entregadas por la Secretaria de Desarrollo del departamento Norte de Santander, se puede vislumbrar la notable disminución en la producción de la cebolla Ocañera, solo hace 5 años atrás se cultivaban más de 3000 hectáreas hoy solo alcanzan en promedio a 250 hectáreas.

Frente a lo anterior, surgen interrogantes

¿Cómo mantener la identidad cultural de una región desde el ámbito de un desarrollo económico forjado en la actividad agrícola productora de cebolla ocañera, frente al ingreso de productos extranjeros de similares características?,

¿Cuál es la perspectiva de la cultura vista desde un producto, que desde su denominación identifica una región, como es el caso de la cebolla ocañera?

¿Qué otras acciones además de la importación de productos, han afectado la producción de cebolla ocañera?

Si se considera la cultura como el conjunto de representaciones simbólicas, valores y estilos de vida que dan sentido a un pueblo, es posible decir que la globalización ha producido, al igual que en la política, un efecto contradictorio en los ámbitos de la cultura.

Sonia Verjel Sánchez

Colombia

soniaverjels27@gmail.com

- Magister en Gerencia de Mercadeo y Ventas
- Especialista en Gerencia de Proyectos.

App Clínica San Diego

Por: *Jhon Anders Murillo*

OBJETIVOS

- Ofrecer al público información disponible en cualquier lugar.
- Promover estilos de vida saludable.
- Guiar y acompañar al paciente de la clínica antes y después de realizarse un procedimiento quirúrgico.
- Facilitar la comunicación con la clínica desde un smartphone o tablet.

La Clínica De Oftalmología San Diego Cúcuta es líder en aplicación de tecnología de punta en oftalmología, otorrinolaringología y cirugía plástica, por esto, decide innovar su funcionamiento y desea incorporar entre sus servicios una aplicación móvil que pueda proveer información relativa a los servicios que ofrece, promover un estilo de vida saludable, mejorar la experiencia del paciente, facilitar la comunicación paciente-clínica (o futuro paciente-clínica) y conocer su percepción del servicio.

Clínica San Diego Móvil, es el nombre de la app creada para:

- Informar al paciente (o futuro paciente) interesado en la clínica, para que conozca la clínica, las cirugías y servicios que ofrece y la información de contacto directo desde cualquier lugar, en su sección "Clínica".
- En su sección "Autoexamen" podrás detectar algunas enfermedades oculares como daltonismo, deuteranopia, falta de agudeza visual lejana y cercana y presbicia. En caso de que no recuerdes estas secciones, la app es capaz de recordarte cada semana que la realización de autoexámenes te beneficia a la hora de evitar graves problemas de visión.
- Dos secciones guías del paciente, "Clínica" (opción indicaciones pre-operatorias) y la sección "Mi perfil" donde posterior a la realización de un procedimiento en la clínica podrás ingresar el código de usuario entregado por la clínica y así contarás con toda la información pertinente sobre tu especialista encargado, el nombre de tu procedimiento, los cuidados post-operatorios que debes tener en cuenta para evitar complicaciones en tu tratamiento y la línea de atención directa con la clínica en caso de emergencia o dudas.
- La app cuenta con su sección "Pide tu cita" donde podrás solicitar tu cita sólo completando un pequeño formulario con tu datos personales y especificando con un simple click el motivo de tu solicitud (cita de control post-operatorio, consulta oftalmológica, de optometría, de otorrinolaringología, etc.).

CONCLUSIONES

- El desarrollo continuo de la app resultó cumplir con los objetivos principalmente planteados, ahora bien, cumple con otros "objetivos secundarios" que contribuyen en el reconocimiento de la Clínica De Oftalmología San Diego y el mejoramiento constante de sus servicios.

Jhon Anders Murillo

Colombia



Proyectando

Il Congreso Internacional

*Negocios, Finanzas, Tecnología, Logística,
Turismo, Modas y Diseño*

—•••••—
Conferencias
—•••••—



Proyectando

II Congreso Internacional

- Eje Temático de Negocios -

La Universalidad Cultural en los Negocios Internacionales

Proyecta el marco de las negociaciones internacionales dentro de un escenario mundial cada vez más competitivo, que exige y requiere la aplicación de estrategias interculturales para facilitar y garantizar el desarrollo de los procesos productivos y de intercambio comercial, que satisfagan las necesidades de las empresas y comunidades en general, contribuyendo así, con el mejor aprovechamiento de las oportunidades de negocios y el mejoramiento permanente de la calidad de vida de la población.

Colombia Frente al Post-Conflicto

Por: *Laura Gil*

Al hablar de posconflicto en Colombia lo primero que debemos tener muy claro, es que la guerrilla de las FARC no es el único conflicto que tenemos. Por lo tanto, la esperada firma del Acuerdo de Paz con dicha guerrilla, no es ni será la solución definitiva de los conflictos colombianos. Basta recordar que tenemos otras guerrillas (ELN – EPL), los paramilitares, las bandas criminales, el narcotráfico, etc.

En el marco del conflicto armado vivido en Colombia desde hace ya algunas décadas, se ha comenzado a visualizar lo que se ha llamado el posconflicto, definido éste como la fase que viene después de la firma definitiva de los acuerdos de paz, pero que en algún sentido es deseable construir durante el conflicto, y que supone una recomposición de la sociedad que incluye asuntos como la desmovilización de los actores armados, la seguridad ciudadana, la reinserción y el desarrollo de los acuerdos de paz

“El posconflicto no es nuevo en Colombia ni en el mundo. En las tres últimas décadas, en los cinco continentes, por acuerdo de paz negociado entre gobiernos e insurgentes, por intervención de la comunidad internacional o porque una de las partes en conflicto se impuso, se dieron o están en curso procesos de posconflicto en varios países. Algunos de ellos son: Angola, El Salvador, Fiyi, Filipinas, Guatemala, Irlanda, Nepal, Nicaragua, República de Macedonia, Ruanda, Sri Lanka y Sudáfrica”. *Ricardo Santamaría*



Laura Gil
Colombo-uruguaya
Politóloga, Internacionalista
y Columnista de El Tiempo


“Y en nuestro país, durante las administraciones Barco y Gaviria (1986- 1994), cinco grupos guerrilleros (M-19, Epl, Quintín Lame, Prt y Crs), mediante acuerdos de paz con los respectivos gobiernos, hicieron dejación de sus armas, se desmovilizaron y más de 5.000 combatientes, hombres y mujeres, se reintegraron a la vida civil y democrática del país. Desde entonces, se empezaron a aplicar distintos programas y proyectos para atender personas reintegradas a la vida civil”. *Ricardo Santamaría*

“Por supuesto, cada proceso de paz y posconflicto es diferente y único y tiene relación con situaciones propias e históricas de cada nación, pero lo interesante del caso colombiano es que el proceso de paz en curso con la guerrilla incorpora, además de elementos nuevos, todos o buena parte de los que se dieron en otros países: verdad, reparación, reconocimiento de las víctimas, justicia transicional, reformas constitucionales y políticas, proyectos y reformas económicas y sociales, dejación de armas, reintegración a la vida civil de excombatientes ilegales, cese del fuego, referendo, entre otros”. *Ricardo Santamaría*

Visto en ese conjunto de naciones, el de Colombia es el más completo, ya que abarca todos los aspectos relevantes para pasar del conflicto a la reconciliación. Si se firma el acuerdo para ponerle fin a un conflicto de más de 50 años –como todos esperamos que ocurra– será reconocido como el más universal y avanzado de los procesos de paz recientes en el mundo. *Ricardo Santamaría*

“ *Por lo tanto, la esperada firma del Acuerdo de Paz con dicha guerrilla, no es ni será la solución definitiva de los conflictos colombianos. Basta recordar que tenemos otras guerrillas (ELN – EPL), los paramilitares, las bandas criminales, el narcotráfico, etc.* ”

Martes, 22 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Auditorio 

Visión Psicosocial sobre la Relación Bilateral Colombia-Venezuela

Por: Yorelis Acosta

El objetivo de la conferencia es conocer el fenómeno de la imagen en espejo sobre percepciones mutuas y estereotipos entre colombianos y venezolanos en perspectiva comparada. La idea fundamental es que dos grupos se perciben de manera positiva ellos mismos, mientras que los otros se perciben como enemigos o de manera negativa.

La hipótesis de la imagen en espejo fue probada por diferentes autores y contextos; uno de ellos Colombia-Venezuela en una investigación realizada a finales de los años 70 por los psicólogos Gerardo Marín de Colombia y José Miguel Salazar de Venezuela.

Casi cuarenta años después, Nelson Molina de Univalle-Cali y Yorelis Acosta de UCV, se propuso replicar la investigación sobre percepciones colombo-venezolanas. En esta oportunidad, se amplió la muestra y se incluyeron personas fuera del ámbito universitario.

Conocer las percepciones y estereotipos son importantes porque están vinculadas a la identidad, construcción del sentimiento nacional e identificación con una nación, formación de autoconceptos y autoestima colectiva, establecimiento de relaciones sociales, comportamiento individual, pertenencia a grupos, vínculos sociales y emprendimientos.



Yorelis Acosta

Venezuela

yorelisaco@gmail.com

Miembro de la Asociación


Ibero-latinoamericana de
Psicología Política

Los resultados de esta investigación apuntan a un cambio en la autopercepción, movilizándose hacia lo positivo, se tiene una mayor autoestima colectiva y se rechaza la hipótesis de la imagen en espejo; en consecuencia han mejorado las percepciones entre los dos países.

Palabras clave:


- autopercepciones,
- estereotipos,
- Colombia-Venezuela,
- visiones comparadas

Martes, 22 de septiembre de 2015 

17:00 horas 


Hotel CasaBlanca - Auditorio 


Martes, 22 de septiembre de 2015 

19:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Auditorio 

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

10:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Auditorio 

Situación Bilateral Actual: Ventajas, Desventajas y Oportunidades *Conversatorio*

Las relaciones colombovenezolanas han vivido a través del tiempo momentos de estabilidad y tensión, causados por diferentes motivos. El futuro de las relaciones bilaterales es difuso, especialmente por la coyuntura que afronta Venezuela, y el impacto que esto tiene para Colombia. En compañía de expertos de ambos países se abarcaron diversos aspectos sobre el presente y futuro del vínculo de ambos países.

Moderador:

Andrés Clavijo, *Colombia*

Panelistas:

Yorelis Acosta, *Venezuela*

Juan Carlos Centeno; *Venezuela*

Johanna Mogrovejo, *Colombia*

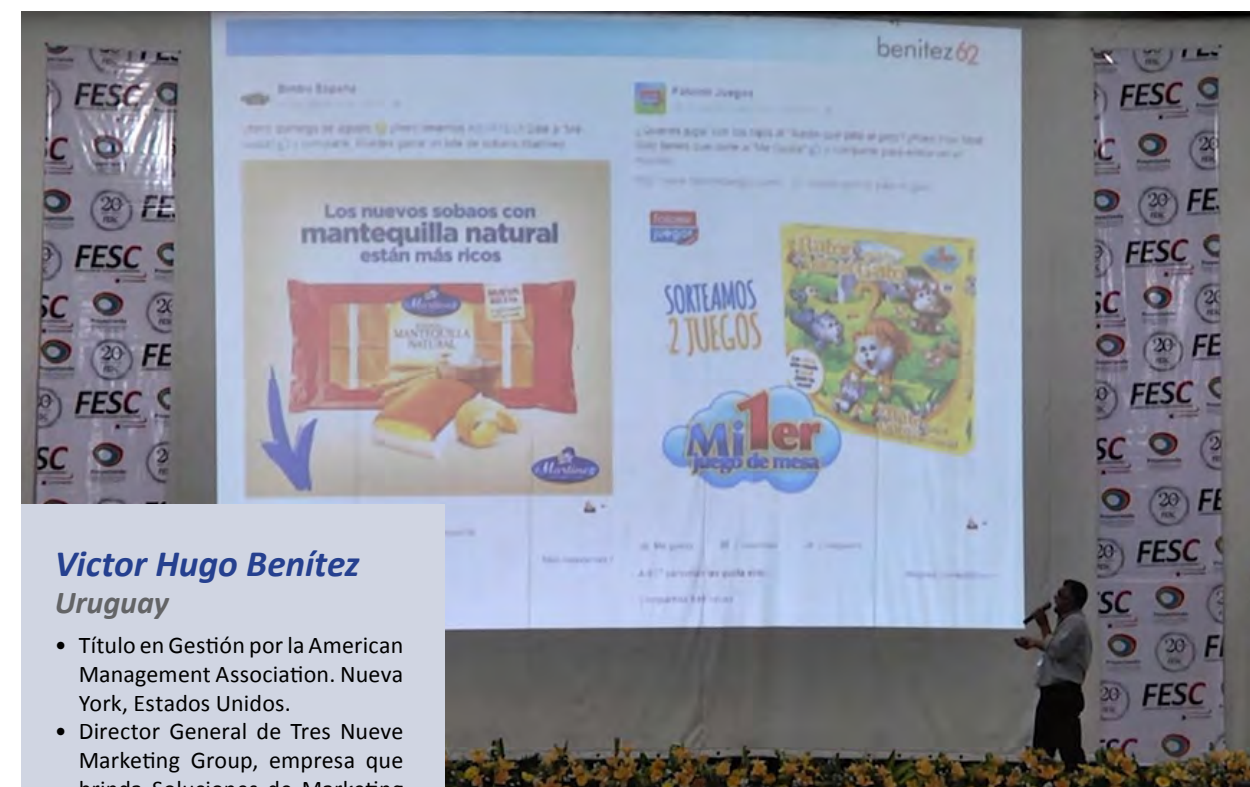


Redes Sociales y Empresa: Cómo Aprovechar el Poder de las Nuevas Tendencias en Marketing

Por: Víctor Hugo Benítez

El objetivo de la conferencias fue dejar claro que el panorama de una empresa en internet, va cambiando diariamente, que si ésta no se adapta rápidamente, perderá terreno frente a sus competidores. En este caso, las redes sociales son una herramienta fundamental para lograr promocionar productos o servicios, así como para reforzar la marca. Pero para obtener buenos resultados, deberá de estar sustentada en una sólida estrategia de contenidos, donde se evalúe que publicar, cuando, de qué manera y sobre todo el estudio de las estadísticas para ver cómo está funcionando lo previsto.

Lo primero que se debe tener bien definido, es para qué se quiere tener presencia en las redes sociales. Tener muy en claro que no sirve para hacer ventas directas, sino para tener una comunicación más fluida con sus clientes.



Victor Hugo Benítez *Uruguay*

- Título en Gestión por la American Management Association. Nueva York, Estados Unidos.
- Director General de Tres Nueve Marketing Group, empresa que brinda Soluciones de Marketing para el mercado de Uruguay y Argentina.

Luego saber que red social es más adecuada a mi empresa, ya que no todas van a servir de la misma manera, ni me van a dar los mismos resultados.

Se muestran las ventajas y desventajas del uso de las redes sociales y se analiza de qué manera se puede sacar provecho de este nuevo canal de comunicación. También se analiza el tema de las quejas y cómo afrontarlas para transformarlas en una herramienta que juegue a favor; si bien hay un gran número de redes sociales, nos centraremos en las dos más populares como son Facebook y Twitter, con un destaque especial a YouTube.

La explicación teórica, va a ir viéndose en la práctica mediante ejemplos que serán de mucha ayuda, ya que son estos los que demuestran y ayudan a definir las distintas estrategias que cada empresa usará a la hora de armar su planificación. Otro punto importante a tener en cuenta es como evaluar lo que se está realizando, si se orienta por buen camino o se debe tomar otro rumbo, para eso se realiza la lectura de las estadísticas que cada red social, Interpretando cada ítem, para la evaluación y control de nuestra estrategia.



“Las redes sociales son una herramienta fundamental para lograr promocionar productos o servicios, así como para reforzar la marca.”



Miércoles, 23 de septiembre de 2015

08:00 horas

Hotel CasaBlanca - Auditorio

Latinoamérica Actor Estratégico Comercial en el Reordenamiento del Sistema Económico Internacional.

Por: Juan Carlos Centeno Maldonado

El presente trabajo tiene como objetivo demostrar el impacto comercial que tienen los países de Latinoamérica al convertirse en los nuevos socios comerciales de Rusia. En el XIX Foro Económico Internacional de San Petersburgo anunciaron que buscan crear un espacio de libre comercio junto con la Unión Euroasiática.

Con estos hechos el crecimiento del comercio de Latino América tendrá un desarrollo no solo al norte del continente, sino tendrá otros destinos lo que permitirá mayor desarrollo y menos dependencia. Con el conflicto entre Rusia y Ucrania se dio inicio a una serie de acontecimientos que abren la puerta a un cambio en el Sistema Internacional, poniendo en riesgo la hegemonía de los Estados Unidos.

Al expandir Rusia sus relaciones comerciales a diversas partes del mundo, entre ellas a Latinoamérica, busca cimentar lazos comerciales con los países del Sur del continente. “La alianza de Brasil,



Juan Carlos Centeno

México

centenojuan@hotmail.com

- Doctor en Política Pública. EGAP, Gobierno y Política Pública - Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Monterrey, México.
- Investigador en el Centro de Estudios del Derecho a la Información, Gobierno Abierto y Rendición de Cuentas (CEDIGAR). Academia Interamericana de Derechos Humanos, Facultad de Jurisprudencia, Universidad Autónoma de Coahuila

China, India, Sudáfrica y Rusia integrantes de los BRIC'S, y de Argentina y Venezuela con China y Rusia es otra línea roja para Washington. Que esas alianzas no pasen a mayores es un objetivo central de la política estadounidense" (Zibechi, 2015).

Los aliados comerciales que Rusia está buscando en el continente Americano se convierten en actores estratégicos para el cambio que busca implementar en el Sistema Internacional, el cambio de una hegemonía estadounidense a un sistema multipolar. Con la creación del Nuevo Banco de Desarrollo, el cual surge como una alternativa al Banco Mundial y al Fondo Monetario Internacional, se busca impulsar a los diferentes proyectos de desarrollo para los países Latinoamericanos. "Los créditos del banco se destinarán no tanto a los países miembros de los BRICS, sino a la inversión en proyectos de infraestructuras de otros países, - aclara Martynov. - Por ejemplo, a los BRICS les podría interesar conceder créditos a cualquier país latinoamericano para programas de desarrollo de la energía hidroeléctrica y, a cambio de ello, participar en estos programas aportando su maquinaria o como responsables de la construcción".

Con los cambios que se han estado presentando en los últimos tres años, es evidente que el desarrollo de los países latinoamericanos que no coinciden con la ideología estadounidense tendrá una nueva oportunidad de desarrollo económico y comercial.

Palabras clave:

- Rusia,
- Sistema Internacional,
- Comercio,
- Latinoamérica,
- BRICS.

“ Con la creación del Nuevo Banco de Desarrollo, el cual surge como una alternativa al Banco Mundial y al Fondo Monetario Internacional, se busca impulsar a los diferentes proyectos de desarrollo para los países Latinoamericanos. ”

Miércoles, 23 de septiembre de 2015

17:00 horas

Hotel CasaBlanca - Auditorio

La Alianza Pacífico como Impulso al Crecimiento Comercial de Latinoamérica. La Creación de Espacios de Concordancia para la Red de Acuerdos Comerciales Regionales.

Por: Vera Prado Maillard

El objetivo de esta conferencia es analizar si los mecanismos, criterios y políticas públicas implementadas para la proyección comercial y económica de los países que conforman el tratado de la Alianza Pacífico (AP) han sido eficaces. Tomando a la AP como espacio de concordancia para formar una red de acuerdos comerciales. A través de una comparativa con China y Corea del Sur, países de la región asiática involucrados en el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés), los cuales han tenido mayor desarrollo en los últimos 15 años.



Es ponderante la necesidad de enfocar hacia diferentes regiones el comercio de América Latina para poder tener un crecimiento en la economía de los mismos. La mayoría de los países latinos dirigen su comercio hacia Estados Unidos. El diversificar los destinos de la comercialización dará como consecuencia la generación de mejores empleos, el emprendimiento, el desarrollo e internacionalización de las PYMEs, la infraestructura, la innovación y el desarrollo tecnológico, entre otros, vinculados a los esfuerzos de diversificación productiva y al fomento de la construcción y participación de nuestros países y nuestras empresas en las cadenas globales de valor.


Los puntos de análisis es la integración de la política exterior comercial de cada uno de los países de la AP así como las acciones endógenas de la misma para su exitosa implementación dentro del Estado. Con la formación de la Alianza Pacífico se está logrando incrementar el desarrollo de los cuatro países que la conforman. Con los objetivos planteados desde la negociación de la AP se han ido logrando paulatinamente y en tiempo, cada país ha realizado los cambios internos necesarios para que el funcionamiento de la AP sea de manera eficaz; sin embargo, aún falta mucho por realizar, el seguimiento que se le esté dando a las políticas públicas implementadas es de vital importancia para seguir la proyección que está tomando el acuerdo.


Vera Patricia Prado Maillard
México

veraprado68@hotmail.com


- Doctora en Relaciones Internacionales, Negocios y Diplomacia y Magíster en Relaciones Internacionales por la Universidad Autónoma de Nuevo León
- Directora de la Secretaría para Acreditaciones y Tecnología Educativa en la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Viernes, 25 de septiembre de 2015 

10:00 horas 


Hotel CasaBlanca - Salón Terracota 

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Auditorio 

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

16:00 horas 

FESC - Auditorio 

Marketing: Cómo Crear Valor en Nuestros Clientes

Por: *Gustavo José Cabrales Hernández*

El Marketing es una herramienta que está a disposición de las empresas y organizaciones con la finalidad más que vender, generar estrategias y tácticas para incentivar la frecuencia de compra, % de hogares de que compran, de los productos que comercializa la compañía. Actualmente vivimos en un mundo complejo, en el cual todo es dinámico, y las marcas bombardean a los consumidores con miles de mensajes publicitarios y de mercadeo, los cuales, según estudios, quedan solamente el 0.1% de estos en el subconsciente de las personas, además vamos a las tiendas y nos encontramos con millones de productos en los anaqueles, que de cierta manera dificultan el proceso de decisión de compra, por lo que las personas que trabajamos en el mundo del marketing, siempre nos preguntamos, ¿Qué no está funcionando en la Industria?, ¿Por Qué de 10 productos lanzados al mercado, tan solo 2 logran mantener el nivel de ventas como para quedarse en el anaquel de la tienda?; pues algo se está haciendo mal, y la conferencia, Marketing como crear valor a los clientes es una aproximación a que tipo de estrategias y tácticas debe usar los gerentes de grandes y medias empresas, para atraer nuevos consumidores y mantener y fortalecer los actuales.

Viendo la situación actual, la conferencia tiene como jugador principal el Category Management, una herramienta que une ciencia y arte, cuya finalidad principal es suministrar los principales insights del consumidor y del comprador, y de esta manera generar actividades en el punto de venta diferenciadoras y que satisfagan las necesidades de clientes, y por otro lado, generen la rentabilidad y nivel de venta adecuado tanto para el fabricante como para la marca. El Category Management genera los conocimientos específicos que debe tener cualquier gerente de marketing o trade marketing, para tener el portafolio adecuado, la estrategia de merchandising correcta, las actividades promocionales más acertadas y la distribución de exhibiciones y POP dentro del punto de venta que generen mayor impacto a lo más importante en un negocio: el cliente.



Gustavo José Cabrales Hernández

Colombia

- M.Sc Marketing EADA Business School Acreditada EQUIS, AMBA, AEEDE Barcelona, España
- SHOPPER MARKETING & CATEGORY MANAGEMENT Kellogg Company Bogotá, Colombia

Estrategias de Internacionalización para Todo Tipo de Empresas.

Por: *Juan Manuel Tafurt*

Las compañías colombianas se ven confrontadas a un contexto en el cual: primero, existen oportunidades para acceder a nuevos mercados internacionales y segundo, cada vez más las necesidades – léase expectativas – del consumidor local y regional son más exigentes al tener cada vez más acceso a productos de empresas de otros países. El reto de las organizaciones colombianas, es enfrentar este entorno y generar la definición de estrategias claras para lograr sacar provecho de las oportunidades e, igualmente, enfrentar las amenazas. Seguir haciendo lo mismo es premonición de un fracaso futuro.

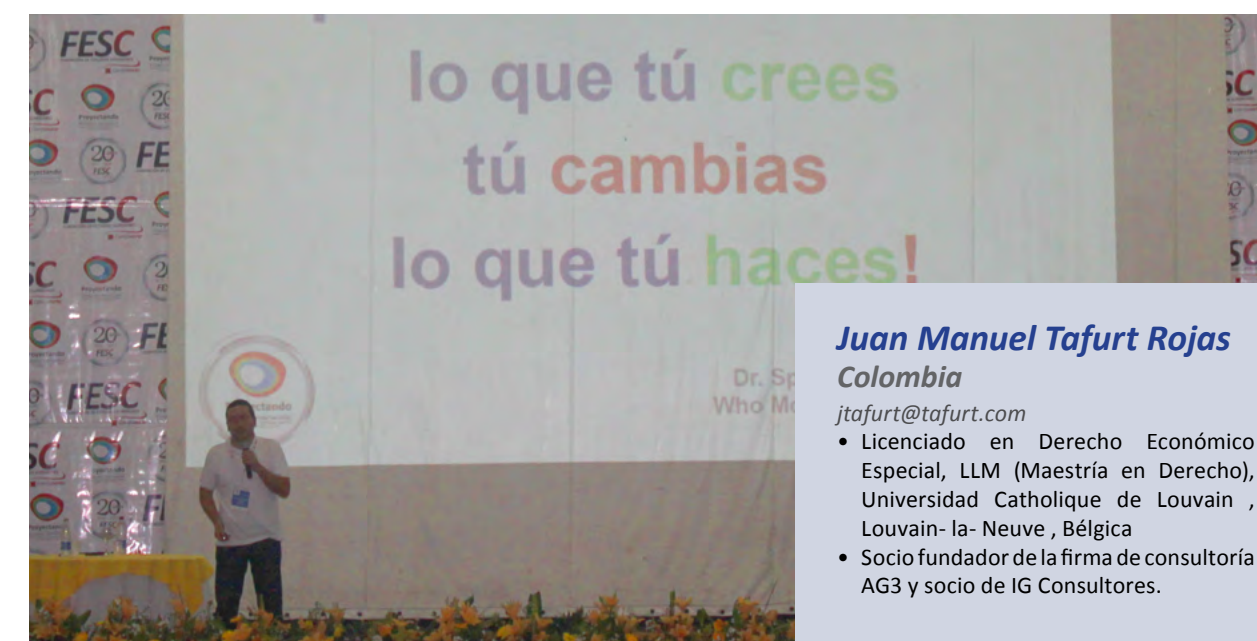
Esta conferencia ofreció a los asistentes elementos claves que debe tener una empresa para formular una estrategia de internacionalización, independientemente de su tamaño.

Los objetivos de la charla son:

1. Analizar y comprender el fenómeno de la globalización, y cómo éste afecta a las empresas colombianas.
2. Comprender cómo las empresas colombianas pueden iniciar su proceso de internacionalización y brindar elementos críticos para hacerlo.

Palabras clave:

- oportunidades,
- globalización,
- estrategias,
- internacionalización



Juan Manuel Tafurt Rojas

Colombia

jtafurt@tafurt.com

- Licenciado en Derecho Económico Especial, LLM (Maestría en Derecho), Universidad Catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve, Bélgica
- Socio fundador de la firma de consultoría AG3 y socio de IG Consultores.



Proyectando

II Congreso Internacional

- Eje Temático de Finanzas -

Los Desafíos en los Mercados Emergentes Más Allá de sus Fronteras

Proyectando desde la academia, soportado en la investigación, quiere generar un debate centrado en la importancia, del manejo transparente de las finanzas en las organizaciones, y en cómo lograr generar conciencia y proponer soluciones y decisiones, mecanismos y procesos encaminados a la creación de fuentes de empleo. Las temáticas están enfocadas a la Valoración de Empresas, Mercado de Derivados, Portafolios de Inversión, Inteligencia Forense, Ética y Valor Compartido de Finanzas.

Martes, 22 de septiembre de 2015

08:00 horas

FESC - Auditorio

Martes, 22 de septiembre de 2015

17:00 horas

Hotel CasaBlanca - Salón Cian

Panorama del Crowdfunding en Colombia: Retos y Oportunidades

Por: *Juan Martín Ocampo*

Luego de la crisis económica mundial de 2009 se generan unas dinámicas nuevas y que junto con el desarrollo de la web 2.0 marcan una nueva tendencia conocida como la economía colaborativa que se basa en el principio de encontrar y explotar el valor de los activos subutilizados en la economía. El Financiamiento Colectivo o Crowdfunding es la herramienta de esta nueva corriente económica para generar un valor agregado al dinero de las personas al ofrecer alternativas de cómo gastar, ahorrar, invertir o donar el dinero.

El Crowdfunding ha crecido como método de financiamiento alcanzando un volumen de recaudo de \$16 mil millones de USD en el 2014. Lo cual constituye una nueva fuente de dinero para emprendedores, empresarios e instituciones.



El objetivo de la conferencia fue en primer lugar educar a las personas sobre el Crowdfunding, entregarles una visión de lo que es y lo que ha logrado esta herramienta en los últimos años. En segundo lugar, se quiere mostrar la situación actual en Colombia y lo que se ha logrado hasta el momento en el país; finalmente, abrir un espacio de reflexión donde se muestran las ventajas de esta herramienta contra los modelos tradicionales de financiamiento.

Colombia, según el monitor global de emprendimiento GEM dejó de ser un país que emprende por necesidad. Hoy en día Colombia asocia el emprendimiento con una opción válida y necesaria para su desarrollo, el término emprendedor se extiende a todos los rincones del país; sin embargo, los emprendedores colombianos tienen una dificultad clara a la hora de encontrar financiamiento de sus proyectos.

Las razones para esto varían desde falta de preparación de planes de negocio, hasta bajo desarrollo del ecosistema de inversionistas para proyectos de riesgo o de impacto. El financiamiento Colectivo o Crowdfunding pone esta herramienta en manos de los emprendedores la cual es fácil de usar, rápida, efectiva y divertida, esta herramienta también le da a los emprendedores la posibilidad de medir con el mercado su emprendimiento sin invertir en equipos o activos.

Juan Martín Ocampo

Colombia

martin@sumame.co


- Magíster en Gerencia Internacional de Steinbeis University Berlín, Alemania.
- Co-fundador y Director Financiero de SUMAME.CO. Plataforma de Crowdfunding


Palabras clave:

- Crowdfunding,
- Economía Colaborativa,
- Financiamiento Colaborativo.

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

10:00 horas 

19:00 horas 

FESC - Auditorio 

FESC - Auditorio 

El Riesgo de Actividades Ilícitas en los Negocios

Por: **Luis Eduardo Daza**

En la actualidad, algunas de las mayores preocupaciones de los empresarios que amenazan sus negocios son el comercio ilegal de drogas (narcotráfico), la delincuencia organizada transnacional, la violencia (Terrorismo), la corrupción, el lavado de dinero o lavado de activos y la ciberdelincuencia. Según la encuesta mundial de delitos financieros 2014 publicada por PwC¹, las tendencias de estos delitos al compararlos desde 2011 son: la malversación de activos, el ciberdelito, el soborno y la corrupción, el fraude contable, el lavado de dinero y el derecho a la competencia y ley anti-monopolio.

En Colombia, según la última encuesta de fraude publicada por KPMG², en el 2011 el 69% de las empresas fueron víctimas de fraude, mientras que en 2013 el 65% tuvieron incidentes de fraude. Lo más preocupante es que en 2011 el daño económico fue de USD 950 millones, mientras que para 2013 ascendió a USD 3.600 millones.



Luis Eduardo Daza
Colombia

ledaza@javeriana.edu.co

- Candidato a magister en Inteligencia Estratégica y Prospectiva de la Universidad Jaime I de España y ESICI
- Consultor de la Comisión Interamericana Contra el Abuso de Drogas (CICAD) de la Organización de los Estados Americanos (OEA).

¹ Encuesta publicada por Price Waterhouse Coopers. Disponible en: <http://www.pwc.com/crimesurvey>

² Encuesta de Fraude en Colombia, 2013, publicada por KPMG. Disponible en: <https://www.kpmg.com/CO/es/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Encuesta%20de%20Fraude%20en%20Colombia%202013.pdf>

Según la encuesta que midió la incidencia, daño económico y externalidad de los fraudes en las empresas colombianas, las modalidades fueron corrupción (pública y privada), malversación de activos, fraude financiero y cibercrimen. Las mayores preocupaciones empresariales en Colombia son el delito de lavado de activos, la financiación del terrorismo (LA/FT) y la corrupción.

El lavado de activos se puede definir de una manera sencilla como el proceso por medio del cual los bienes, recursos o activos de procedencia ilícita se les dan apariencia de legalidad con el fin de hacerlos ver como legales e introducirlos en la economía formal a través del sector real o el sector financiero. Por su parte, una definición de la financiación del terrorismo, tomada del artículo 325 del código penal colombiano, es el proceso por medio del cual se obtienen los bienes, recursos o activos de procedencia ilícita o lícita que sirven para realizar actividades terroristas, es decir, aquellas que generan zozobra, temor o terror a la población a través de actos que ponen en peligro la vida, la integridad física o libertad de las personas, las edificaciones, los medios de comunicación, los medios de transporte y los medios de procesamiento o conducción de fluidos o fuerzas motrices valiéndose de instrumentos capaces de causar estragos.


- La Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada emitió la Circular Externa 003 de 2009 para la implementación del SARLAFT por parte de sus vigilados dedicados al transporte de valores y la Circular Externa 008 de 2011 para las empresas blindadoras.
- La Superintendencia de Sociedades ha emitido la Circular Externa 100-004 de 2009 con recomendaciones para sus vigilados, la Circular Externa 304-001 de 2014, Circular Externa 100-005 de 2014 y Circular Externa 100-005 de 2015 mediante la cual se establece el Sistema de Autocontrol y Gestión del riesgo de LA/FT (SAGRLAFT) para las sociedades vigiladas que tengan ingresos anuales iguales o superiores a 160.000 SMMLV.
- La Superintendencia de Notariado y Registro emitió la Circular Externa 11 de 2008 para los notarios. La Superintendencia Nacional de Salud emitió la Circular Externa 81 de 1999.
- La DIAN expidió la Circular Externa 170 de 2002 para los usuarios aduaneros y cambiarios y la Circular Externa 28 de 2011 dirigida a los profesionales del cambio.
- El Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicaciones expidió la Resolución 1334 de 2012 para los operadores de giros.
- COLDEPORTES emitió la Circular Externa 010 de 2011 para los clubes profesionales. El Consejo Nacional de Juegos de Suerte y Azar (CNJSA) expidió el Acuerdo 97 de 2014 y COLJUEGOS la Resolución 260 de 2013.
- Finalmente, la UIAF ha emitido algunas resoluciones para exigir el envío de reportes en efectivo para los usuarios aduaneros.


Palabras clave:

- corrupción,
- financiación del terrorismo,
- fraude,
- lavado de activos,
- riesgo.

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

10:00 horas 

18:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Auditorio 

Hotel CasaBlanca - Auditorio 

Evolución y Tendencias de Mercados en Monederos Digitales, Criptomonedas y el Bitcoin

Por: **Daniel Ayala**

Un elemento importante en el progreso económico de la humanidad ha sido el desarrollo de la actividad comercial mediante el intercambio de bienes o servicios por alguna forma de valor determinado. La evolución del intercambio de valor inicialmente el trueque seguido por la plata y el oro como unidades de intercambio de valor comercial, del oro a la evolución del papel moneda el mundo rápidamente evoluciona a nivel mundial.

Concurrentemente a el desarrollo de las economías, la evolución de los sistemas de pago como los cheques, tarjetas debito/crédito, transferencias de fondos electrónicas y otras formas de pago modernas han facilitado velocidad transaccional y confianza en el cierre de transacciones comerciales.

A partir de 1970 el patrón oro es gradualmente eliminado secuencialmente por los gobiernos y el respaldo del dinero es mas bien representado por la capacidad económica, la estabilidad política y social del país que respalda cada moneda respectivamente. Los bancos centrales, el sistema bancario, y los gobiernos ejercen directamente o indirectamente el control y la política monetaria que rige cada moneda. El sistema de pagos actual depende siempre de una entidad central en cada país que monitorea, controla, verifica y rige los sistemas de pago mediante regulaciones y patrones de control.



Daniel Ayala
Estados Unidos


- Experto en sistemas de pagos y banca digital con más de 22 años de experiencia corporativa en los mayores bancos de Estados Unidos (Bank of America, Chase Manhattan, y Wells Fargo).
- MBA de Nova SouthEastern University en Ft Lauderdale, Florida

La globalización económica, la rápida evolución del Internet y la penetración de la telefonía móvil a nivel mundial han dado un rápido cambio a nuestras sociedades. En el caso de los sistemas de pago, la velocidad del desarrollo de nuevos métodos alternativos de pago ha incrementado de forma exponencial gracias a estas tecnologías. Estas nuevas alternativas de pago han dado luz a servicios como Apple Pay, Android Pay, Google Wallet, Alipay, M-Pesa, entre otras nuevas alternativas de pago.

En la conferencia se estudió el desarrollo del dinero tradicional, los sistemas de pago y la nueva era del bitcoin y sus posibles derivaciones en el futuro cercano. Las opiniones y contenido presentado representan la opinión y posición del conferencista basada en más de 20 años de experiencia en el ecosistema mundial de sistemas de pago mundial dentro del sistema bancario.

“Es la moneda digital mas popular por ser la primera de esta nueva categoría utilizando tecnologías de criptología y verificación descentralizada. Este desarrollo inicial da inicio a una nueva era de la criptomoneda digital mundial que eventualmente podría retar la moneda tangible tradicional.”

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

16:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Auditorio 

El Desafío y la Estrategia en la Evolución Organizacional

Por: *Marisol Rincón Ávila*

El objetivo de esta conferencia fue analizar la transformación de los procesos en la formulación de las estrategias con relación a la evolución de la organización. Se determina que el pensamiento estratégico y la formulación de la estrategia han sido privilegio único de la alta dirección hasta los años setenta, cuando el contexto se caracterizó por ser más o menos estable, en el que las ventajas comparativas eran suficientes para alcanzar el éxito de la organización a partir de la función gerencial tradicional.

Sin embargo, al cambiar el medio ambiente competitivo por el fenómeno de la “turbulencia”, con mayor complejidad e incertidumbre, la alta dirección de las organizaciones debe responder a crecientes demandas impuestas por las nuevas condiciones del entorno, económicas y sociales, y mediante un proceso continuo de innovación de todas las actividades de la empresa buscar ventajas competitivas sostenibles fundadas en elementos intangibles especialmente, en el “conocimiento”, el cual esta interiorizado en todos los miembros de la organización, como insumo principal que

determina la posibilidad de tomar decisiones en ambientes que oscilan a una alta incertidumbre.

Hay que utilizar las herramientas y metodologías para escuchar las tres voces tanto del negocio, del proceso, y del cliente, así poder mejorar la efectividad. El grado de la satisfacción del cliente es traducido como el nivel del éxito de la organización, por eso entender y saber cómo se comporta nuestro proceso llegando control harán que se tenga significativos ahorros pues al ser eficientes y eficaces se manejan recursos de una forma sustentable sin descuidar la especificación del cliente interno y externo con el fin de maximizar la rentabilidad del negocio.

Por lo tanto, aunque la formulación de la estrategia y toma de decisiones sigue siendo facultad de la alta dirección, de alguna manera es influida por los demás integrantes de la organización por medio de los desafíos.

Palabras Clave:

- Estrategia,
- Organización,
- Recursos,
- Transformación,




Marisol Rincón Ávila
México

marisolrin@ugto.mx

- Magíster en Desarrollo Organizacional Universidad de Guanajuato
- Coordinadora del Programa Educativo de Licenciatura en Administración de la Calidad y la Productividad de la Universidad de Guanajuato

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

Tendencia de los Riesgos en los Mercados Emergentes (Caso Starbucks)

Por: *José Juan Díaz Frías*

El objetivo de la conferencias era dar a conocer la historia de Starbucks y las técnicas empleadas para el desarrollo y motivación de sus empleados. Presentar el caso de trabajo del ponente en relación a la experiencia profesional que desarrollo dentro de Starbucks.

Se dio a conocer cuáles fueron los principios que le permitieron lograr excelentes resultados durante su administración del negocio en relaciona a GPTW, además, se tocaron los temas relacionados a los beneficios que se generan al trabajar y estudiar al mismo tiempo, los retos con los que se puede encontrar una persona al momento de salir como egresado de los estudios universitarios y la falta de experiencia para lograr conseguir un mejor empleo o emprender el de uno mismo.

Muestra la relación e interacción entre los tres pilares de vida que son la familia, la escuela y el trabajo, para desarrollarlos y mantener un equilibrio. Los tres pilares o enfoques que la marca mantienen presentes para un mejor seguimiento y control de sus indicadores claves sobre los cuales desarrolla sus estrategias globales. Mediante la presentación de las experiencias que se platican a lo largo de la conferencia se desarrollaron los temas de la historia y surgimiento de Starbucks, liderazgo, reconocimiento a los empleados, herramientas para la comunicación y las competencias internas en las que desarrollan a sus empleados.

A través de la conferencia se cae en conciencia que la motivación a los empleados y mantener un profundo interés en su desarrollo y crecimiento genera un sinnúmero de ventajas a la empresa, que podrán ser vistas como ventajas competitivas dentro del mercado.

Palabras clave:

- pasión,
- compromiso,
- reconocimiento,
- confianza y
- comunicación



José Juan Díaz Frías
México

- Licenciado en Administración de la calidad y la productividad UNIVERSIDAD DE GUANJUATO
- Gerente Starbucks Coffee



Proyectando

II Congreso Internacional

- Eje Temático de Logística -

SUPPLY CHAIN : Generación de Redes de Negocios

La calidad, oportunidad y competitividad de una empresa son alcanzadas por una buena administración de la cadena de suministro, pues es desde la concepción del producto o servicio donde comienza una serie de actividades que integran a todos los eslabones de una compañía en función de sus objetivos, donde la administración logística gestiona estas actividades dentro y fuera del sistema para llegar a una sinergia que proporciona el desarrollo sostenible en función del entorno social.

Martes, 22 de septiembre de 2015

17:00 horas

Hotel CasaBlanca - Auditorio

Logística y Competitividad

Por: *Rodrigo Castelazo*

La conferencia busca identificar las ventajas de la aplicación de la logística empresarial integral en las empresas para poder hacerlas más competitivas en un mundo globalizado y cada día más competitivo. La aplicación de la logística en el mercado empresarial Colombiano, busca hacer más eficientes los procesos, logrando que las empresas sean más competitivas en mercados globales que buscan cada día competir en mercados, locales, nacionales e internacionales en todos los sectores de la industria a través de diferentes estrategias empresariales.

Existe una visión del mundo según la cual se ha desarrollado en los últimos 100 años en cuatro grandes redes que han revolucionado el devenir de los negocios: la red eléctrica, la red de entretenimiento, la red de la comunicación y la red de la información. Esta última se quedará mucho rato y lleva a redefinir la logística, no como algo operativo y físico, sino como un concepto de logística integral, fundamentada en sistemas de información más que en barcos, camiones y carreteras. Con las funciones del bit to bit, entendiendo como bit lo más valioso de la Internet, está comprobado que más de 80 por ciento de los beneficios que se obtienen a partir de la utilización operacional para la eficiencia de las empresas de la Internet está fundamentado en la relación de negocio a negocio, en la relación entre un cliente y otro cliente y en la relación de su cliente con el proveedor. Es decir, cada uno está utilizando el bit to bit hacia la derecha o hacia la izquierda de su cadena de valor y las aplicaciones que en este momento se organizan en las plazas de negocios, o en la visibilidad de la cadena de valor y en la del consumidor son las que dan grandes valores.

Luego sigue la exigencia del cliente: el servicio no está fragmentado, no hay tolerancias frente a las deficiencias del servi-



Rodrigo Castelazo Colombia

- Master en Logística Integral y Comercio Internacional, Universidad Camilo José Cela, Bureau Veritas
- Coordinador de Relaciones Internacionales de la FNI Profesor de Posgrado y Pregrado de la Universidad de Santo Tomas

cio, las expectativas del cliente con relación al servicio son todavía mayores. Ya se habla del aprovisionamiento continuo, del aprovisionamiento perfecto y del plan confianza en entregas, porque se presupone que no hay fallas; por ejemplo, en cadenas comerciales se hacen entregas con 99 y 100 por ciento de cumplimiento.

La tercerización como un tema logístico de primera importancia en todos aquellos procesos no esenciales de las compañías mediante una red de alianzas temporales o permanentes, lo anterior parte de una filosofía muy clara y muy sencilla que en colombiano significa: “zapatero a tus zapatos”. Es decir, cada uno debe dedicar la totalidad de sus talentos a la investigación y al desarrollo de sus recursos, a lo que es su negocio principal.

De la conferencia se puede concluir que:

1. La relación dinámica existente entre logística y marketing: Antes se entendía la logística como una labor que ayudaba a colocar cosas, a empujar productos. Hoy, es el efecto del mercado en el consumidor y mediante la visibilidad del consumidor debe trabajar desde y hacia el consumidor. Es el nuevo concepto de marketing, lo importante es el pool y una logística extraordinaria para que cada vez el consumidor encuentre lo que quiere llevarse.
2. Menos logística física, más manejo de tecnología de información: Hoy es fundamental la tecnología de información compartida, que además, sea asequible para todos, que permita a confianza de dejar ver las cosas. Sin lugar a dudas, hoy en día se tienen las cifras del éxito al recibir vía electrónica lo que pasa en los puntos de venta, se sabe cuánto se vende y cuánto vende la competencia.
3. La consolidación de las alianzas con todo tipo de operadores logísticos: Sólo así se puede ser más eficientes y se puede entregar aquellas cosas que deben ser tercerizadas. Además, entre clientes y proveedores hay que pasar de las relaciones de confrontación a relaciones de colaboración.
4. La logística como un concepto integrado: Las organizaciones por procesos deben pasar a la logística de organizaciones en red y de organizaciones virtuales con una gran cantidad de redes de tercerización. Además, es importante lograr eficiencias extremas a partir de plataformas Internet.
5. La cadena de abastecimientos: Será la clave en el futuro de los negocios, siempre y cuando esa cadena parta de la información y del conocimiento del consumidor. Si se logra predecir lo que está pasando en tiempo real se puede ser mucho más eficientes; es necesario pasar de las relaciones de confrontación a las relaciones de colaboración, en las que puede haber utilidad para todos.

“Menos logística física, más manejo de tecnología de información: Hoy es fundamental la tecnología de información compartida”




- Eje Temático de Turismo -


Sostenibilidad e Innovación en la Gestión de Destinos Turísticos

La gestión de los destinos turísticos se define como un proceso organizado que permite lograr la preparación del territorio y de las comunidades locales para prestar servicios responsables, competitivos, sostenibles y de alta calidad. En este proceso, la cooperación y creación de esfuerzos entre los diferentes actores involucrados, la coordinación interinstitucional y las alianzas público-privadas, se constituyen en los principales factores que determinan el valor de la gestión turística.

En este marco, las nuevas tendencias en los mercados turísticos, se establecen como factor importante sobre el cual se formularán estrategias que fomenten la calidad en la experiencia turística, desarrollen y gestionen la información e interpreten el valor turístico de un destino en un mercado globalizado y sujeto a constantes cambios.

22, 23, 24 de septiembre de 2015 

08:00 - 12:00 y 15:00 - 20:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Rubí 

Ciclo de Conferencias y Talleres de Marketing Digital e Innovación en Turismo

Por: *Tirso Maldonado*

El mundo evoluciona constantemente y la globalización obliga a estar en un constante replanteamiento de ¿Por qué hago lo que hago? qué resultados se obtienen y como se puede mejorar la gestión, la promoción de los productos y las relaciones con los clientes. Hoy tener un producto de calidad ya no basta, lo que se hace hoy, quizás en seis meses ya no funciona, por lo que es necesario estar en constante aprendizaje para atender a las necesidades del viajero del Siglo XXI.

Todos conocemos la importancia de Internet en los últimos 15 años y especialmente la aparición de nuevas herramientas de gestión y promoción, en muchos casos gratuitas que tienen a su disposición las pymes, empresas que muchas veces desconocen sus posibilidades o que piensan que son de complicada utilización. En este orden de ideas, el término innovación parece una de esas coletillas recurrentes que de vez en cuando se instalan en el vocabulario técnico, político o estratégico de la gestión turística, tanto desde una óptica empresarial como territorial.

Y es que en realidad la innovación siempre ha estado ahí, han sido las innovaciones las que desde sus inicios han marcado el devenir de lo que hoy en día entendemos por turismo: los viajes combinados ideados por Cook en 1841, el desarrollo de la aviación, la irrupción del actual modelo de hotel propugnado por Cesar Ritz a finales del siglo XIX, o la generalización de las vacaciones pagadas tras la segunda guerra mundial, por no hablar de otros hitos



Tirso Maldonado

España


- Master en MIS (Management Information Systems) por Bentley College, Boston
- Estratega de las tecnologías sociales
- Responsable de negocio de una de las empresas que componen el Grupo Socialtec.





mucho más recientes como la comercialización a través de Internet o las redes sociales vinculadas al uso de los smartphones con su capacidad de influir en las decisiones de compra.

Sin embargo, en el momento actual la innovación se ha constituido en una necesidad y una oportunidad al mismo tiempo. En una necesidad por cuanto que sin innovar, sin renovar y revisar constantemente modelos de gestión, procesos, productos y tecnología es imposible conservar una buena posición competitiva. En una oportunidad, por cuanto que la innovación permite diferenciarse, estar en vanguardia, ser líderes, alcanzar una mayor rentabilidad económica y social tanto para los negocios como para los destinos.

“ El término innovación parece una de esas coletillas recurrentes que de vez en cuando se instalan en el vocabulario técnico, político o estratégico de la gestión turística, tanto desde una óptica empresarial como territorial. ”

Viernes, 25 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Rubí 

El Turismo: Una Mirada a los Retos y las Responsabilidades que Implica *Por: Ingrid Barradas Bribiesca*

El turismo es una manera de hacer realidad a nuestros sueños y vivir experiencias fuera de nuestra rutina diaria. Nos permite nadar con los tiburones en las Islas Galápagos, escalar las montañas más altas del planeta, gozar una puesta de sol en las playas más bellas, convivir con los indios del Amazona e ir de compras en las grandes metrópolis del mundo. Los límites hoy el día de adónde ir y qué hacer existen solo en nuestra mente y ya no tanto en nuestra capacidad adquisitiva. La creación de las líneas aéreas económicas y la facilidad de pagar los viajes por crédito nos abren las puertas al mundo y el mundo se abre a todos los que quieren conocerlo.

Estas circunstancias se pueden considerar como una gran ventaja; permiten a todos los países ofertar sus maravillas a los viajeros y atraer turistas de todos lados. A través del turismo se puede generar empleos y mejorar la calidad de vida de todos. Estas circunstancias sin embargo también traen grandes retos. Nunca antes la competencia en atraer turistas ha sido tan grande como hoy en día. Nunca antes el viajero ha tenido tanta variedad en destinos y actividades por realizar durante sus viajes.



El objetivo de esta plática es exponer un número de temas relevantes para colocar un país dentro los destinos más buscados y hacer del turismo una actividad responsable y para el beneficio de todos.

Se pretende atender y discutir entre otras las siguientes preguntas: ¿Qué rol queremos que juegue el turismo dentro de nuestra nación? ¿Con qué patrimonio contamos que puede ser transformado en productos turísticos? ¿Quiénes debe ser involucrado en la planeación de los productos turísticos? ¿Cómo logramos un desarrollo turístico para el beneficio de todos? ¿Hasta qué grado podemos lograr el desarrollo de un turismo sustentable? ¿Con que formación deben contar los profesionistas en el área turístico?

Ingrid Barradas Bribiesca

México

- Maestría en Educación en la Enseñanza del Inglés, Instituto de Educación de la Universidad de Londres, Inglaterra.
- Coordinadora de Internacionalización de la División de Ciencias Económicas Administrativas, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato.
- Miembro del Comité de Intercambios, División de Ciencias Económicas Administrativas



Proyectando


II Congreso Internacional

- Eje Temático de Investigación y Emprendimiento -

Investigación, Emprendimiento e Innovación, Bases del Desarrollo Regional

Proyectar la investigación es un compromiso de las Instituciones de educación superior para contribuir con el sector productivo al desarrollo y fortalecimiento regional y al progreso de todo un país. Proyectando busca formular estrategias que le permitan a los líderes empresariales desarrollar competencias para alcanzar los objetivos de competitividad, productividad e innovación que requieren las organizaciones

Martes, 22 de septiembre de 2015 

10:00 horas 


FESC - Auditorio 

Martes, 22 de septiembre de 2015 

19:00 horas 


Hotel CasaBlanca - Auditorio 

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

17:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Auditorio 

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

11:00 horas 

Ecoparque 

Modelo de Conformación de Spin Off y Start Up en la Universidad de EAFIT

Por: Lady Janeth Giraldo Ortiz

Modelo que presenta el proceso de conformación de Spin Off y Start Up de la Universidad EAFIT, liderado por el Centro para la Innovación, Consultoría y Empresarismo CICE, quien coordina la transferencia de tecnología y conocimiento mediante la prestación de servicios y la entrega de productos de calidad para generar transformación empresarial, innovación y emprendimiento, obteniendo retornos financieros, académicos, y de imagen para la institución, generando impacto social y operando siempre bajo los principios de la ética, el compromiso y el respeto.

Palabras clave:

- Emprendimiento Innovador,
- Intraemprendimiento,
- Spin off,
- Start Up,
- Universitaria.



Lady Janeth Giraldo Ortiz
Colombia

Lgirald4@eafit.edu.co

- Magíster en Gestión Tecnológica de la Universidad Pontificia Bolivariana
- Coordinadora de Emprendimiento en la Escuela de Ingeniería de Antioquia EIA
- Coordinadora de Transferencia de Tecnología y Conocimiento en la Universidad EAFIT

Innovación Creada por Ciudadanos

Por: Danny Sierra González

Estudios científicos demuestran que las empresas han revitalizado su interés en aprovechar las fuentes externas de las ideas (Chesbrough, 2003) para capturar el valor de nuevas tecnologías, es así que las organizaciones se ven en la necesidad de identificar y probar nuevos modelos de negocio de manera colaborativa. Von Hippel, (2005) acuñó el término de innovación del usuario, este concepto, básicamente, significa que los usuarios son la principal fuente de innovación debido al hecho de que con el fin de mejorar su experiencia propia con un producto o servicio los usuarios lo cambian, lo adaptan, prototipan para así satisfacer sus propias necesidades.

Ahora bien, tomando esta experiencia y llevándolo al contexto de ciudad, como los ciudadanos bajo su conocimiento y participación pueden colaborar para la definición de las mejores soluciones que requiere una ciudad en diferentes sectores como salud, movilidad, seguridad entre otros. De acuerdo con Surowiecki (2005), plantea que “bajo circunstancias correctas, un grupo de personas pueden ser a menudo mucho más inteligente que las personas más inteligentes en él” (p. xiii). A esto también se suma Lévy & Bonomo (1999) en su concepto de inteligencia colectiva que es imposible restringir el conocimiento y su movimiento a grupos de especialistas, ya que nuestras experiencias, habilidades y conocimiento está distribuidos globalmente.

Estos conceptos han ayudado a definir lo que se puede llamar la innovación creada por los ciudadanos partiendo de la inteligencia colectiva para encontrar las mejores ideas de soluciones a los retos de una ciudad. Este tipo de definiciones ayudan a cumplir con lineamientos de Gobierno Electrónico y Gobierno Abierto dados por el MinTIC a entidades públicas locales y regionales, permite tener una gestión pública legitimada por la ciudadanía y ayuda a tener una administración transparente, eficiente y participativa.




Danny Sierra González
Colombia

- Gestor de Innovación de laboratorio de la ciudad de Bogotá - Vivelab Bogotá

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

18:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Terracota 

Innovacion

Por: *Álvaro Daza Hernández*

La conferencia se centra en el concepto de la innovación y se busca explicar los diversos factores que nacen desde la acción propia. La importancia de tener proyectos y verlos como posibilidades, no colocarle termino de fracaso sino más bien término de éxito.

Se mencionan dos líneas estratégicas:

- No importa qué tan diferente sea tu realidad, mira más allá de los límites.
- Las ideas valen mucho más que el dinero.

Se explica el OPENSOURCE y su importancia como herramienta para conformar esquemas de trabajo valiosos y con alto nivel de compromiso. La importancia de conectarse con personas y conocer otras culturas y formas de ver el mundo.

Se mencionan dos líneas estratégicas:

- Es importante abrir la mente y colaborar.
- La colaboración genera conocimiento especializado.

Se explica CROWDSOURCING y su importancia como método para llevar a cabo proyectos conjuntos de colaboración. Por último, la importancia de ser auténtico y adquirir valor a través de mostrarse tal cual se es.

Se mencionan dos líneas estratégicas:


- Aprender a vivir en diferentes contextos es necesario para entender el mundo.
- La experiencia te enseña a batallar.




Álvaro Daza Hernández
Colombia

- Jefe de Operaciones Estratégicas de Slaboom

Viernes, 25 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Terracota 

Responsabilidad Social Empresarial "Más Allá del Discurso"

Por: *Ivan Dario Agudelo Saldarriaga*

En la actualidad los directivos de empresa se han interesado en buscar nuevas formas de gestión para sus organizaciones, reconocen que están inmersos en un mundo de cambios que ha traído consigo métodos innovadores de hacer negocios, buscando no solamente la sobrevivencia en un mercado cada vez más competitivo sino llevarlos a niveles de excelencia superiores. Este panorama hace que se busquen herramientas de mejoramiento que apoyen a su organización en diferentes materias como la estratégica, comercial y operativa, entre otras.

Hoy se encuentran ejecutivos exitosos que en ocasiones no comprenden el rol integral que deben cumplir, es decir que no sólo tienen responsabilidad frente a sus accionistas en términos económicos, sino también en relación a los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, tal como lo promueven las más importantes corrientes de la Responsabilidad Social en el mundo.

Los asistentes a la conferencia conocieron los antecedentes, los diversos enfoques, los impactos y la situación actual en Colombia y en el mundo, relacionado con la adopción y gestión de prácticas socialmente responsables como modelo de desarrollo empresarial al que apunta la sociedad contemporánea, asegurando la vinculación de los aspectos denominados de "triple cuenta" (económicos, sociales y ambientales) que todo tipo de organización y la sociedad civil deben involucrar en sus agendas de trabajo frente a su interacción con los diferentes grupos de interés.

Palabras clave:

- empresa,
- estrategia,
- gestión,
- responsabilidad,
- social.

Ivan Dario Agudelo Saldarriaga
Colombia

- Magíster en sistemas integrados de gestión de calidad, medio ambiente, seguridad y salud ocupacional de la Universidad Politécnica de Cataluña.
- Director de negocios, consultor y formador senior en CEO - Centro de Evolución Organizacional
- Consultor, formador y auditor en temas relacionados con el desarrollo empresarial a nivel estratégico y operativo.
- Facilitador de proyectos de liderazgo directivo y transformación organizacional.





Proyectando

II Congreso Internacional

- Eje Temático de Diseño de Modas - Conectando la Industria con la Creatividad y la Innovación

Proyectar innovación se ha vuelto una constante en las empresas del Cluster Sistema Moda las cuales deben sumergirse en un proceso continuo de adaptación con el fin de garantizar su vigencia en el mercado. Esto genera la necesidad de buscar estrategias que proyecten tendencias y desarrollo de productos con componentes de creatividad, innovación y diseño, buscando un impacto positivo en el mercado regional, nacional e internacional.

Martes, 22 de septiembre de 2015

08:00 horas

Hotel CasaBlanca - Salón Terracota

Procesos de Co-Creación y Diseño Participativo

Por: *Jorge Montaña*

Los procesos creativos y académicos son mucho más eficientes cuando las personas se salen de sus roles pre-establecidos y se establecen entornos de colaboración de mutuo aprendizaje y co-creación. Sin embargo, una cantidad de barreras psicológicas aprendidas desde nuestra infancia inhiben a participar y proponer, los procesos de co-creación necesitan de un entrenador o facilitador que establezca unas reglas del juego simples y facilite la interacción frenada por barreras psicológicas de las cuales cuesta desprenderse.

Por medio de prácticas que ejercitan el pensamiento lateral se puede tener nuevos enfoques a viejos problemas, cuando sucede la magia, los resultados no solo aportan a la empresa como suben la autoestima, mejoran la comunicación y forman vínculos profundos de camaradería con los participantes, que de manera gráfica y visual, no solo proponen, como se descubren y entienden la identidad de su organización y los factores necesarios para proyectarla al mundo.

El entorno para la creación en equipos, implica también dejar los roles y preconceptos, aprender a entender al otro y ponerse en su lugar, reconocer y validar nuestras competencias, desde las cuales se puede aportar, dejar el afán del control y generar confianza en un entorno sano de transparencia entendiendo que el objetivo está por encima de las diferentes posiciones y que estás enriquecen el resultado.

La conferencia se desarrolla desde los límites del diseño y la creatividad tradicional, se adentra en la psicología, la sociología, la comunicación y la neurociencia aplicada a la creatividad y las relaciones que se generan en grupos de trabajo y como estos procesos aumentan la autoestima y el empoderamiento de los participantes generando impre-



Jorge Montaña
Colombia

jorge@jorgemontana.com

- Director Creativo de Duodiseño Ltda.
- Director de exposición itinerante y evento Los Makers, la producción ubicua. Exposición de arte y diseño a partir de archivos digitales, primera edición marzo 2015 en Bogotá

sionantes resultados. También se explican las técnicas creativas que usan diseñadores, artistas y otros creadores para generar nuevas miradas y como estas se aplican a otros entornos como los negocios, la educación, el gobierno, la administración y por supuesto, la generación de nuevos productos y servicios originales.


Los momentos de creación participativa hacen tornar a los juegos de infancia, cuando no se tenían preconceptos ni temores, las cosas fluían alegremente y dejan a los participantes la misma sensación que se tenía al terminar un buen recreo después de ganar la partida o disfrutar de intrincados juegos con los amigos.


“Por medio de prácticas que ejercitan el pensamiento lateral se puede tener nuevos enfoques a viejos problemas, cuando sucede la magia”

Taller Co-Creacion y Diseño Participativo



Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Terracota 

El Impacto Estético de los Cambios Tecnológicos en la Producción Textil

Por: Celaine Refosco

Enormes transformaciones en el escenario mundial imponen nuevas formas de relacionarnos con el entorno. Para el campo textil/confecciones no es diferente. Largos años de poca efectividad, baja calidad de preparación profesional, búsqueda de resultados desproporcionados e inmediatistas, sumados a la globalización de los mercados, nos colocan en una situación de gran debilidad.

Los mercados negocian exclusivamente por precio, promueven negocios gigantescos, generando en consecuencia la desarticulación de las redes locales de producción y comercio e incitando a la gradual pérdida de conocimientos y técnicas locales.

Pero las cosas tienen dos caras, la gran masificación producida por el nocivo proceso de fast fashion y raciocinios similares, provocan la necesidad de diversificación para la que solo producciones de menor escala pueden responder. Aparecen entonces articulaciones entre desarrollo tecnológico, dinámicas productivas y artesanía que nos dan las pistas de nuevos caminos para el sector textil y de confecciones. El estampado digital es un ejemplo tangible donde se pueden observar pequeñas producciones de gran valor y fuerte identidad.



Celaine Refosco
Brasil

- Creadora y directora, del Orbitato - Instituto de Estudios de Arquitectura, Diseño y Moda.
- Representante de Brasil en el grupo de investigadores de TENDENCIAS Cuaderno Heimtextil de Frankfurt en 2013 y 2014.

Taller Pequeñas Producciones con Alto Valor Creativo



El estampado digital, ha tenido como efecto también un mejor aprovechamiento de los equipos convencionales de estampado, utilizados mayoritariamente en todo el mundo, que estaban hasta entonces en un proceso de pérdida de calidad por falta de preparación técnica siendo tratados con descuido por las empresas del sector.

“ El estampado digital es un ejemplo tangible donde se pueden observar pequeñas producciones de gran valor y fuerte identidad. ”

Miércoles, 23 de septiembre de 2015

16:00 horas

Hotel CasaBlanca - Salón Cian

La Moda: Emociones y Realidad, Colecciones que Triunfan

Por: Anna Sabater



El mercado de la moda viaja con rapidez, y es por eso que la nueva visión de la industria de la moda debe estar bajo el concepto de la democratización, la perspectiva del consumidor y proveer las herramientas conceptuales que permitan entender la Pronta Moda para aplicarlo como cambio estratégico en un nuevo modelo de Negocio. Cada marca debe tener características en común para lograr colecciones coherentes de acuerdo al mercado y capacidad de adaptación. Estas deben ser dinámicas y programadas durante toda la temporada, deben crearse reposiciones, no perder la rotación de un modelo que funciona y realizar colecciones “cápsulas”, es decir mini-colecciones enfocadas a dar un mensaje.

Es recomendable estructurar la colección donde se deben categorizar las líneas, las ocasiones de uso, las familias, los ambientes, los modelos, los tejidos o materiales y estructurar lo básico, lo de moda y lo continuativo. Para estructurar es necesario analizar eficiencias, las colecciones deben ser diferenciales e innovadoras acorde con su posicionamiento y la interpretación de las tendencias de moda, de esto es responsable el equipo de diseño quien debe tener en cuenta la pirámide de la moda y el ciclo de vida de las tendencias.

Las tendencias llegan a la calle en el mismo momento ya sea en el mercado de lujo o sea en los Retails. Las tendencias de moda se originan a través de los desfiles, los viajes, las tiendas vintage, los mercadillos, los conciertos, el arte, el cine, la calle, los libros de tendencias y los portales online. La clave del Pronto Moda es incorporar las tendencias en las colecciones de manera continuada y alineadas a las temporadas.

Y por último, para obtener colecciones que triunfen, es indispensable contar con un buen equipo de gestión, que proyecten motivación, objetivos y herramientas, logrando la coordinación entre departamentos. Esto se logra a través de las pre-lines, que es la confrontación de la colección al mercado, en la cual se realiza una investigación cualitativa estructurada, herramienta que refuerza el proceso de producto aportando “plusvalue” a las colecciones. **No olvidemos que la clave es diferenciarnos.**


Anna Sabater

España

- Docente del Instituto Europeo de Diseño IED
- Fundadora de *it's about product*
- Consultoría de producto moda


Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

10:00 horas 


Hotel CasaBlanca - Salón Terracota 

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

15:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Terracota 

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

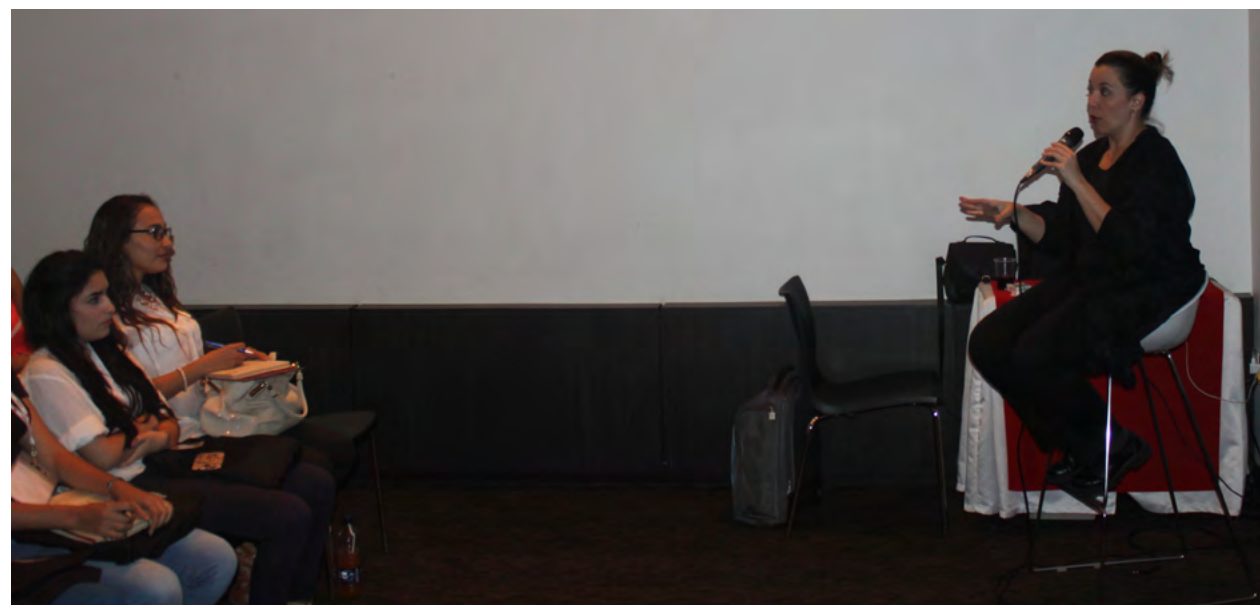
Hotel CasaBlanca - Salón Terracota 

Cómo leer las tendencias de moda. Colecciones de moda fundamentadas en Series Cortas.

Por: María Teresa Cantero Aceño

La conferencia busca ofrecer las herramientas para saber leer tendencias es el punto de partida para analizar lo que está ocurriendo en el entorno. En la actualidad existen diferentes medios y fuentes que ofrecen esta información: internet, revistas, ferias, pasarelas, entre otros. Aprenda a conocer las fuentes de información y cómo cruzarlas entre sí para definir los conceptos de moda que hacen que las colecciones sean acertadas.

De las condiciones de un sistema económico basado en parámetros de oferta y demanda, se desprende la necesidad de establecer una diferenciación clara en los productos de un mismo género, con idénticas cualidades de otros ya fabricados, que ingresan a competir en el mercado y ampliar el abanico de opciones frente al consumidor. Con la metodología de estructura de colección, las series cortas pretenden actualizar permanentemente el punto de venta de acuerdo a la demanda.



**María Teresa
Cantero Aceña**

Colombia

maria.cantero@inexmoda.org.co

- Maestría en Estética de la Universidad Nacional de Colombia
- Coordinadora de investigación del Laboratorio de Moda de Inexmoda

Palabras clave:

- actualidad,
- colecciones,
- Inexmoda,
- moda,
- tendencias.

Diseño y Producción para la Moda Sustentable **Por: Monica Marcela Sánchez**

La compra de productos sustentables, cobra cada día más adeptos en todo el mundo. El despertar de la conciencia de los consumidores, hacia la búsqueda de productos que hayan contemplado en todo su proceso creativo y productivo, unas condiciones ligadas a la sustentabilidad y la trazabilidad, crece de manera exponencial principalmente en el mercado europeo.

En América Latina, la cultura del ecodiseño tiene unos pocos años de historia, principalmente en el cono sur, y ya cuenta con grandes exponentes que son dignos de reconocer e imitar. De igual forma, se posicionan organizaciones y movimientos que despiertan la admiración de los diferentes sectores y asumen el liderazgo de contribuir a despertar la conciencia sobre el papel que en el sector moda, desempeñan todos los actores involucrados, es decir, creativos, productores y consumidores.

El desarrollo de nuevos productos y mercados por otro lado, demanda de los diseñadores y la industria, conocer de primera mano las tendencias en términos de vestuario, pero con unos objetivos que van más allá del simple hecho del vestir y de la evolución de los estilos. Los consumidores del nuevo siglo están descubriendo su poder de decisión a la hora de determinar lo que esperan de sus productos y ahora buscan las historias detrás de cada prenda.

Lo anterior es el resultado de un sistema mediático, que de manera instantánea pone al alcance de todas las noticias y opiniones sin importar su procedencia, exponiendo situaciones antes desconocidas para la mayoría. Contemplar todas estas variables a la hora de proponer nuevos artículos, no sólo asegura estar satisfaciendo a un nicho de clientes, sino que refleja unas condiciones sine quibus non para cualquier producto de la industria de la moda y afines, en el futuro inmediato. En síntesis, en el siglo XXI, se está logrando la fidelización de un grupo cada vez mayor de la población, cuando ésta identifica actitudes y patrones responsables con el planeta y todos sus habitantes.

Monica Marcela Sánchez
Colombia

monica.sanchez@unisabana.edu.co

- Magíster en Educación de la Universidad de la Sabana.
- Diseñadora Industrial especialista en Gerencia de Diseño de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Representante de Colombia para el foro Moda Ética Latinoamericana.





Proyectando

II Congreso Internacional

- Eje Temático de Diseño Gráfico -

LA PUBLICIDAD SE TRANSFORMA Diseño + Creatividad + Animación

Proyecta una visión global del nuevo rol de la publicidad, su evolución y las nuevas tendencias de creación partiendo de la investigación, entrenamiento, publicación y desarrollo de herramientas, que buscan potenciar el pensamiento creativo en las personas y empresas, incentivando la propuesta de ideas y promoviendo la innovación en la sociedad, donde el Diseño y la Ilustración Digital, toman protagonismo. Así mismo, es importante clarificar el rol del consumidor, para crear las estrategias adecuadas de comunicación acorde con sus requerimientos y demanda social.

Martes, 22 de septiembre de 2015

08:00 horas

Hotel CasaBlanca - Salón Cian

Martes, 22 de septiembre de 2015

18:00 horas

FESC - Auditorio

Proyecto Editorial Venezuela CMYK

Por: José José Villamizar

Venezuela CMYK es un proyecto editorial independiente, que nace de la necesidad de aportar nuevas herramientas bibliográficas autorreferenciales, por área, que reimpulsen el desarrollo del diseño gráfico en nuestro país. Un nuevo instrumento de convergencia que se abre a todos los ávidos de espacios de expresión, por medio de convocatorias abiertas, esperando se traduzca en la creación de nuevas herramientas contemporáneas que fomenten la difusión del talento venezolano, y por ende, el fortalecimiento de los cimientos del desempeño de la profesión.

El proyecto tiene como objetivos contribuir con el desarrollo del diseño gráfico venezolano, a través del aporte de nuevas fuentes bibliográficas de conocimiento y auto referencia. Estimular la participación y creación interna de nuevas fuentes bibliográficas y/o herramientas vinculadas al tema del diseño gráfico. Fomentar la difusión del talento nacional, tanto profesional como emergente, de manera plural y accesible. Facilitar la participación de todos los interesados, haciendo uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Como proyecto nace en el año 2006, en un aula de clases y culmina su primera etapa con la publicación del libro "Venezuela CMYK – marcas" a finales de 2012 el cual representa el inicio de una serie que se espera realizar sobre el diseño gráfico venezolano. Sus páginas, recogen el resultado de una investigación referencial inédita sobre la historia de las marcas en Venezuela que abarca desde el período prehispánico hasta el presente.

La intención es brindar nuevas fuentes de información y promoción del talento nacional que sirvan de referencia para el espíritu creativo y de orientación para elevar el nivel de conciencia, conocimiento y desempeño en estudiantes, profesionales y docentes, esperando se traduzca en el fortalecimiento de las bases contemporáneas, mejoramiento de la calidad de la educación, incremento del interés hacia la lectura e incentivo hacia la investigación sobre el área.





José José Villamizar
Venezuela

info@venezuelacmyk.com.ve


- Licenciado en Diseño Gráfico de la Universidad José María Vargas
- Autor - Editor: "Venezuela CMYK - marcas", "Proyecto editorial Venezuela CMYK"

Martes, 22 de septiembre de 2015 

10:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

Martes, 22 de septiembre de 2015 

19:00 horas 


Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

Ilustración como Estilo y Experiencia de Vida

Por: *José Leonardo Gómez Q.*

“Para llegar a una meta en la vida se necesita dedicación, y para ganarte la vida por medio del arte necesitas el doble.”

La conferencia mostro que el mundo del arte como tal y puntualmente el de la ilustración, es un medio difícil de lograr llegar a donde se quiere. Para lograr un propósito en la vida se debe tener paciencia y mucha dedicación, en la ilustración pasa lo mismo, pero también se necesita de algo más, humildad.




José Leonardo Gómez Q. Colombia

Thechuloart@gmail.com

- Desarrollador visual y diseñador de personajes para la industria del entretenimiento.
- Ilustrador de una película animada para un estudio de China y un Comic para una editorial Inglesa.

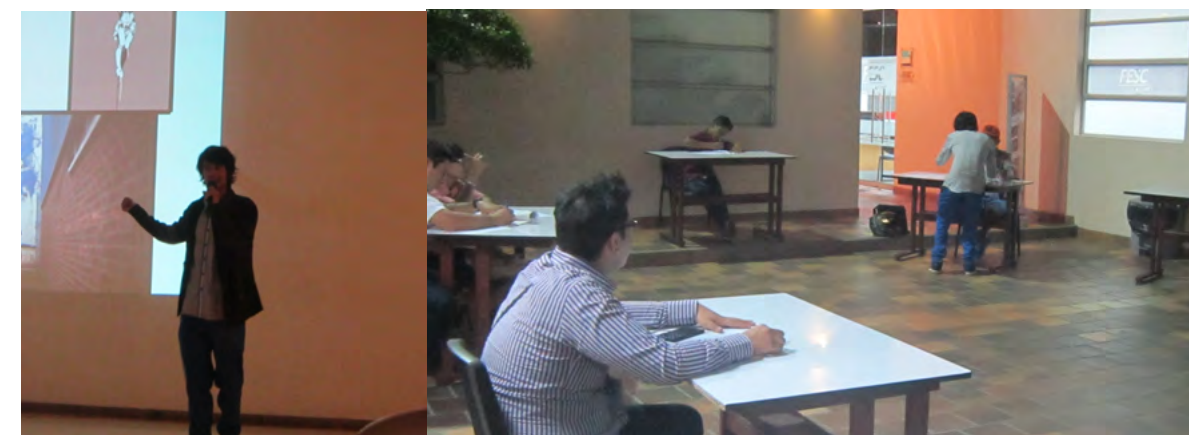
Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

Diseño Experimental e Intervención de Espacios

Por: *Jesús Albeiro Sánchez Parra*



El diseño básicamente permite un ejercicio teórico-práctico de experimentación gráfica y producción de obra artística como estrategia para nutrir el proceso es de gran importancia e indispensable las salidas a museos y muestras. Durante la producción de obra dentro del plano grafico-plástico el artista siempre debe contar con el apoyo visual sobre el trabajo de artistas de nuevo arte contemporáneo.

El ejercicio básico del proceso del diseño experimental es lograr con el objetivo de producir dos obras es allí donde podemos identificar que por más que se desee el artista no puede lograr que sea idénticas, este el más importante hallazgo que puede lograr el artista en formación, a partir de allí inicia la busca de su ideal y estilo propio.


Sobre la misma idea o concepto deberán producir una obra de manera figurativa y otra de manera abstracta, puede lograr ser tan gráfico como lo desee ser sobre un lenguaje definido, reafirmarlo y explotarlo.


Jesús Albeiro Sánchez Parra Venezuela

Thechuloart@gmail.com

- Licenciado en Artes Visuales. Universidad de los Andes, Venezuela.
- Profesor de la facultad de arte de la Universidad de los Andes en las asignaturas de modelado y fundamento tridimensional.

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

10:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

"Ni Bueno. Ni Malo. Ni Feo."

Por: *Esteban Ibarra*

La conferencia mostró el concepto detrás de las ideas, un repaso por casos de estudio y formas de encontrar lenguajes propios para la construcción de una identidad personal como diseñador. Mediante un recorrido por el paisaje de distintos proyectos se logró apreciar las distintas formas de abordar distintos desarrollos del universo visual y gráfico, la idea como punto de partida y potenciador de decisiones de diseño, la intuición como herramienta fundamental para la elaboración de identidades, el juego, lo lúdico y la gracia del diseño como condimentos esenciales a la hora de construir una carrera profesional.

Taller: Frankenstye

Experiencia lúdica y morfológica, una apertura al diseño tipográfico desde la deconstrucción de formas establecidas y sólidas. Un espacio para la experimentación, con la tipografía como bandera y la inquietud como disparador.

Se plantea una aproximación teórica y práctica sobre tipografía, composición, ritmo y lenguaje visual. El taller tiene como objetivos:

- Incentivar la observación y replanteo de las formas preestablecidas
- Generar nuevos signos de índole tipográfico mediante técnicas de composición morfológicas; y la búsqueda de "familia" en los elementos y aproximaciones a variables.

Palabras clave:


- creatividad,
- diseño gráfico,
- identidad,
- portfolio,
- proyectos.




Esteban Ibarra

Argentina

- Diseñador Gráfico de la Universidad de Palermo
- Socio fundador y director de VIRGEN
- Director Creativo de proyecto 20 Songs to

Jueves, 23 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

El Papel de la Ilustración en el Tatuaje

Por: *Daniel Acosta León*

El principal objetivo de esta conferencia y taller con los estudiantes, es mostrar la importancia de la ilustración en el mundo profesional del tatuaje, las herramientas que pueden tener a su alcance y referentes mundiales de nuevas creaciones a diario.

Palabras clave:

- creación,
- herramientas,
- ilustración,
- Tatuaje



Taller Tatuaje en vivo

Resultado del taller de tatuaje en vivo.



Daniel Acosta León


Colombia

Danielacostaleon7@gmail.com

- Diseñador gráfico amante pintura neoclásica europea, la ilustración, el comic francés, el arte urbano y el concepto iconográfico ritual de India y Tailandia. Los tatuajes que realiza se caracterizan por la unión de todo para generar un solo producto visual.
- Director de Daniel Acosta León Studio

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

10:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

Board.psd

Por: Oscar "Palomo" Muñoz

Palomo, es uno de los creativos más premiados en Colombia, ha ganado más de 200 premios nacionales e internacionales, en Festivales como Clio, D&AD, One Show, New York, Cannes Lions; en este último, 11 Leones en categorías como Media, Radio y Gráfica, en esta última siendo el primer y único Oro para Colombia en la categoría.


También ha conseguido 7 publicaciones en la revista Luerzers Archive. Ha trabajado para importantes marcas como Éxito, Postobón, Visa, Danone, General Electric, Goodyear, Honda, Colgate, Movistar, Unicef, Land Rover, Sony, Bimbo, American Airlines, Mobil, HP, Macdonalds, Kelloggs, Nestlé, Mastercard y Toyota.



Oscar "Palomo" Muñoz Colombia

- Publicista de la Universidad de Santander UDES en Bucaramanga.
- Ganador de más de 100 premios nacionales e internacionales, entre ellos 11 Leones de Cannes en categorías como Media, Radio y Gráfica, en esta última siendo el primer y único Oro para Colombia en la categoría. También ha conseguido 6 publicaciones en la revista Luerzers Archive.
- Director Creativo de SANCHO BBDO en Colombia

Jueves, 23 de septiembre de 2015 

18:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

La Fotografía de Moda Avant - Garde

Por: Castel Díaz

A partir de los años 20 en París la moda y el arte se unieron para siempre. Los diseñadores de Moda trabajaron en equipo con artistas para encontrar nuevas formas de expresión, los movimientos de la época como el surrealismo, el futurismo y el Art Deco aportaron un diseño artístico radical.

En la actualidad la fotografía de Moda ha logrado desarrollar su propio lenguaje visual, al punto de ser exhibido en museos, galerías y ser considerado Arte. En el siglo XXI los mejores fotógrafos de las capitales de la moda como Nueva York, Londres y París demuestran que para conseguir un lugar entre los grandes es necesario más que técnica o copiar un estilo; es necesario crear el propio camino y romper las reglas. El siglo XXI es el siglo del estilo fotográfico propio y la identidad creativa.

Taller de Fotografía de Moda Avant Garde

En el taller se desarrolló una producción fotográfica de editorial para Beauty, con un cupo máximo por Taller de 11 personas. Se tomaron temas de Beauty TEORIA como:

- Qué es una toma de Belleza para Editorial.
- Esquemas de Iluminación
- Maquillaje y Peinado
- Accesorios



Castel Díaz Argentina

- Diseñador Gráfico de la Universidad de Palermo
- Socio fundador y director de VIRGEN
- Director Creativo de proyecto 20 Songs to

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

15:00 horas 

FESC - Zona Deportiva 

Muralismo

Por: Georgina Ciotti

Conceptualizando la TEORIA DEL COLOR BÁSICA, con indicaciones sobre el manejo y combinaciones de la paleta brillante, aplicando los colores primarios, seguidamente las propiedades del color, deteniéndose en la tonalidad, para escoger y combinar los colores que se aplican para la composición de una obra.


Al exponer los trabajos realizados durante su carrera artística responde cada una de las inquietudes en cuanto a las teorías del color usadas según el proyecto. Las bestias y criaturas siempre fueron lo suyo, desde su participación creativa en La Fura del Baus con Pichicicles, hasta trabajos con Almodóvar y Guillermo del Toro, pero de a poco la pintura le fue ganando terreno a las criaturas y los animatrónicos y tomó la decisión de vivir de ella.



Georgina Ciotti Argentina

- Artista plástica, ilustradora y diseñadora especialista en murales e intervenciones de ambientes privados, comerciales y públicos
- Diseñadora conceptual para cine, en films como Hellboy1, Hellboy 2, y El Laberinto del Fauno de Guillermo Del Toro, integrando el equipo ganador, entre otros premios, del Oscar al mejor maquillaje FX.

Viernes, 25 de septiembre de 2015 

08:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

Papertoys & Artoys

Por: Patricio Oliver

Los Artoys están hechos de diversos materiales, el plástico ABS y el vinilo son los más comunes, aunque la madera, metal y resina se utiliza ocasionalmente; el término también abarca la felpa, tela y muñecas de látex y papel. Los creadores de juguetes de diseño suelen tener experiencia en diseño gráfico, ilustración o como se describen a sí mismos, arte urbano o no catedrático, algunos son de formación clásica en el arte y el diseño, mientras que otros son autodidactas. Los Artoys aparecieron por primera vez en la década de 1990.

En la conferencia se habló de las influencias en el trabajo y la creación de personajes. Se describieron procesos completos de producción desde el diseño de un personaje, adaptación para nuevos formatos y toys, etapas de aprobación y producto final y ediciones limitadas.


Taller Artoy

Taller Teórico sobre Artoys, donde se tratarán los referentes más importantes, los formatos más conocidos y los distintos procesos que involucran a la cultura en torno a este fenómeno mundial. En el taller práctico se realizarán paper toys partiendo de moldes, se trabajará sobre templates diseñados. Se hizo entrega de varios moldes de partes diferentes de paper toys, el objetivo era que cada participante seleccione y combine diferentes partes para crear su propio personaje.



Patricio Oliver Argentina

- Diseñador Gráfico de la Universidad de Buenos Aires
- Ilustrador y diseñador, ha trabajado para clientes como Duch, Revista Rolling Stone Argentina, LAN revista, BBDO Argentina, Cartoon Network etc.
- Diseñador de juguetes de vinilo, para las empresas como Red Magik China, Kid Robot, Toy2r, Juguetes Raje, Unbox Industries y Mugo.

Viernes, 25 de septiembre de 2015 

10:00 horas 


Hotel CasaBlanca - Salón Cian 

Ilustración Publicitaria

Por: *Carlos Ribero*

La ilustración en la publicidad debe cumplir con varios objetivos específicos.

Constituye una parte vital de la transmisión de información en ambos sentidos entre el productor-creativo-ilustrador y el consumidor. La imagen que la ilustración tiene como objetivo para llamar la atención sobre el producto, al anunciar su existencia y enfatizar sus características.

El uso de la ilustración en publicidad mantiene su posición como medio para comunicarse diferentes áreas entre las que destacan las imágenes; constantemente, se está sujeto a imágenes que se basan en nociones poco realistas, a través de las cuales la ilustración proporciona un medio directo para comunicarse.



Carlos Ribero Colombia

- Publicista de la Universidad de Santander UDES Bucaramanga
- Director de Paístudio, donde ha realizado proyectos para Home Center, Proexport Colombia es Pasión, Postobon, Picollini de Rusia, Fallabella, Hiunday, Colgate, Flybox.co, TV Novelas, okolanitza, Agua BORJOMI, Película LOLADRONES, periódico el Tiempo, Teatro Mayor Julio Mario Santodomingo, Yodora, Movistar, etc

Memorias 2015




Proyectando


II Congreso Internacional


- Eje Temático de Salud -

La Seguridad en la Cirugía Plástica

Esta área fue abordada por que nuestra universidad por medio del convenio realizado con la Escuela de Estética EDES comenzó a incursionar en la salud con el programa académico Cosmetología y Estética Integral y se quiso que las estudiantes también tuvieran la oportunidad de participar activamente en el evento con una conferencia orientada a su labor.

Viernes, 25 de septiembre de 2015 

14:00 horas 

Hotel CasaBlanca - Salón Rubí 

La Seguridad en la Cirugía Plástica

Por: Jorge Alberto Valencia Bernal

Desde el punto de vista de la Calidad en Servicios de Salud, el objetivo de la ponencia es presentar argumentos que ilustren sobre el fenómeno del riesgo en procedimientos quirúrgicos tomando como ejemplo la cirugía plástica.

El fenómeno se aborda desde las definiciones básicas de calidad de Donavedian, quien refiere que un servicio de salud de buena calidad debe proporcionar al paciente los mayores beneficios con el mínimo posible de riesgos a un costo razonable. Los beneficios son, en éste caso relacionados con los dividendos de tipo emocional, psicológico, social, afectivo y aún económico que los cambios de imagen pueden generar en nuestro contexto social actual.

El riesgo se describe como la probabilidad de ocurrencia de resultados no esperados, tales como eventos adversos y complicaciones. Lo anterior tiene su génesis posiblemente en la creciente complejidad que conllevan los procedimientos quirúrgicos, que se han facilitado por la tecnología y el advenimiento de nuevos medicamentos y técnicas.

En otro sentido, se describe el concepto de confiabilidad que ha sido tomado de organizaciones de alto riesgo, de las cuales salud hace parte, y que consiste en la probabilidad de obtener los resultados de un proceso, servicio o producto de acuerdo con lo que se tenía planificado. Se abordan los motivos por los cuales los servicios de salud no alcanzan niveles comparables de confiabilidad, comparados con organizaciones de un riesgo similar.

Detrás de las organizaciones de salud y su nivel de confiabilidad, esta demarcado por grupos de posibles causas de efectos no deseados en los procedimientos quirúrgicos. Se mencionan entonces cómo deficiencias organizacionales son determinantes de fallas de calidad, tanto como la preparación, competencias y compromiso de los profesionales con el desarrollo de tareas y actividades con niveles bajos de riesgo. Influyen también factores relacionados con el paciente, con el desempeño de los equipos de trabajo y los procesos de trabajo, su normatividad, estandarización, cumplimiento de normas y nivel comunicativo.

La alternativa es desarrollar activamente un gran número de estrategias que conduzcan al mejoramiento de la calidad de los servicios que se prestan en el sector. El Estado ha diseñado un sistema de calidad, que infortunadamente se presenta como una obligación legal y no como un compro-

miso ético y profesional de las organizaciones y sus integrantes, en el cumplimiento de la misión fundamental que es el mejoramiento de la salud de los seres humanos a los que atiende.

**Jorge Alberto
Valencia Bernal**
Colombia

- Magíster en Administración en Salud de Pontificia Universidad Javeriana.




- Eje Temático de Tecnología -

Las TIC una Proyección de Región


El avance en el acceso y uso de las TIC, particularmente el internet, ha impactado y transformado las dimensiones de la vida económica, social, cultural y política de los países. El Eje Temático, proyecta visualizar los alcances que en materia de innovación tecnológica se han venido trabajando en Colombia, con el fin de fortalecer la competitividad y desarrollo del país.

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

16:00 horas 

Ecoparque 

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

17:00 horas 

Ecoparque 

Cluster, Como un Enfoque Hacia la Competitividad de la Region y del País

Por: Sergio Cajías

La necesidad de ser mas visibles al mundo, de abrir nuevos nichos de mercados y de apoyar al desarrollo y crecimiento de las regiones ha llevado a pensar en el tema de la unión de empresas a través de aglomeraciones y/o cluster que faciliten satisfacer estas necesidades y así mismo la sostenibilidad de las empresas, ya que los cluster influyen de una manera positiva en el desarrollo económico de un territorio mediante la generación de empresas, empleos, y la posibilidad de generar conocimiento que eleve el nivel de educación de la Población. Así mismo los cluster se vuelven un vehículo para mantener la innovación y evitar el estancamiento y la inercia.



La importancia adquirida en estos tiempos por el funcionamiento en red y los cluster se atribuye al papel clave que para la competitividad posee hoy día la innovación y a que, para tener éxito en el proceso de innovación, las empresas son cada vez mas dependientes de los conocimientos y saber complementarios de otras empresas. El que se diga que los cluster son un factor determinante en el desarrollo de la posición competitiva de una país, es por el hecho de que la competitividad de un país o región es consecuencia de la competitividad e innovación presente en las empresas de esa misma región.

Convertir a los Santanderes en un Ecosistema de Innovación en TIC para de esta forma hacerlos los departamentos más competitivos a nivel nacional, capaces de atraer inversión extranjera y retener capital humano, para producir bienes y servicios de alto valor agregado a partir del conocimiento, y la innovación, generando con ello más empleo, reduciendo la pobreza y ofreciendo así una mejor calidad de vida a sus habitantes. El Gran Santander, no puede ser inferior a este reto y por ende los Santanderes deben buscar unirse y trabajar de forma conjunta en pro de lograr beneficios como el manejo de economías de escala, reducción de costos en formación y certificación, desarrollo de proyectos asociativos para comercializar, nuevas oportunidades de negocios, entre otros.

Sergio Cajías
Colombia

- Magíster en Informática y Ciencias de la Computación de la Universidad de Santander
- Director Ejecutivo del Cluster de Empresas de Tecnologías de Información y Comunicaciones de Santander – CETICS

Lean Canvas para Startups o Negocios Nacientes

Por: Oscar I. Soto F.

Los objetivos fundamentales de esta conferencia fueron fortalecer el conocimiento del Lean Canvas como herramienta de modelamiento de productos o servicios y entender la visión de producto y mercado, antes de pensar en empresa y procesos. La forma de llevar al mercado una startup o un negocio naciente, es completamente diferente a la estrategia de ejecución de una empresa ya en funcionamiento o una compañía que ya está consolidada. Al principio, se puede tener tan sólo una idea y no se sabe si quiera, si alguien pueda estar interesado en algún producto o servicio que se pueda desarrollar o crear, es por eso que antes de pensar en empresa o negocio, es importante pensar en producto o servicio, y por supuesto, pensar en el mercado al que pueda interesarle.

Lean Canvas, originario de Ash Maurya, es un lienzo de desarrollo de modelos de negocio, que propone enfocarse desde el principio en aquello que se puede lograr crear y el público al que se debe llegar. Los asistentes a la conferencias realizaron ejercicios con sólo ideas de negocios, entendieron que entre manos tienen algo (producto/servicio) que ofrecer a alguien (mercado) y que ese alguien (mercado) está dispuesto a pagar o usar.

Business Model Canvas para Negocios BMC

Los objetivos fundamentales de esta conferencia fueron entender y trabajar una herramienta que permite ver el modelo de negocio desde una visión integrada y sistémica, permitir entender las diferentes interrelaciones que existen entre áreas de trabajo al enfrentarse a la creación de un negocio y a la remodelación o innovación de uno existente y comprender que se trata de una herramienta que agrupa, presenta elementos claves y que tener un BMC no es tener en sí, un modelo de negocio completo.

Desde siempre y hoy en día, existen muchas maneras de crear un modelo de negocio, unas muy tradicionales, otras muy ágiles, pero todas deben responder a cuestiones comunes como ¿qué es lo que hacemos?, ¿cómo lo hacemos? y ¿a quién nos dirigimos?, y la forma de trabajar esto es diferente en cada caso. Así que antes de empezar, por ejemplo, a diseñar y escribir un fabuloso plan de la creación de una empresa, se debe tener claro precisamente, el modelo de negocio. Hay quienes incluso al finalizar un plan de empresa no son capaces de explicar o sintetizar en pocas palabras en qué consiste su idea de negocio. Business Model Canvas, originario de Alex Osterwalder, es un lienzo de desarrollo de modelos de negocio que propone enfocarse en las áreas claves de un negocio o empresa y poder explicar en una simple hoja o lienzo. Durante la conferencias se presentó una manera de construir un pensamiento sistémico de empresa y producto frente a un posible mercado.

Oscar Soto
Colombia

Estructuración Visual y de Marca

Los objetivos fundamentales de esta conferencia fueron lograr definir la importancia de la comunicación del producto o servicio, estructurar visualmente una empresa desde el punto de vista del diseño y estructurar una comunicación oral (pitch) del producto o servicio frente al público objetivo.

La comunicación visual y la estructuración de marca permiten entender que el producto o servicio no “se vende solo”, es necesario tener y pensar en objetivos visuales que acompañen el desarrollo del producto o servicio, es necesario pensar en una marca que sea comercializable y así mismo, entender que en todo momento, se está en venta permanente, por lo que es importante generar el discurso adecuado (pitch) frente al público que se enfrente.

Los asistentes lograron liderar los procesos comerciales y de mercadeo que implican tener un producto o servicio llamativo y coherente visualmente con la esencia del producto y el público al cual irá dirigido. Entendieron la importancia de la comunicación, como eje fundamental del desarrollo del negocio para más adelante lograr las ventas necesarias que permitirán la continuación del negocio.



“La comunicación visual y la estructuración de marca permiten entender que el producto o servicio no “se vende solo”, es necesario tener y pensar en objetivos visuales que acompañen el desarrollo del producto o servicio”

Miércoles, 23 de septiembre de 2015

19:00 horas

Ecoparque

El Boom de los Drones y sus Aplicaciones Comerciales

Por: *Guillermo Gómez Mendoza*

Esta conferencia se desarrolló con el fin de llevar a los asistentes a una comprensión integral de los Sistemas Aéreos No Tripulados (o Drones), donde se tocaron temas de su origen, funcionamiento, ventajas y desventajas, aplicaciones y tendencias. Se presentarán casos de estudio con fines comerciales, para lograr una visión completa de las bondades de estos sistemas.


Los llamados Drones (Vehículos Aéreos No Tripulados), vienen siendo objeto de discusión y atención a nivel mundial. Aunque su historia no es reciente, su uso para fines comerciales es relativamente nuevo y se ha venido incrementando en los últimos años; Colombia, no se ha quedado atrás en la implementación de esta vanguardia tecnológica y actualmente el país presenta una tendencia a un mayor uso de estas herramientas tecnológicas.

Actualmente, el mercado a nivel mundial ofrece gran cantidad de Vehículos Aéreos No Tripulados (UAVs por sus siglas en inglés), permitiendo a los usuarios obtener diferentes tipos de información, de acuerdo con los propósitos de su uso. Dada la versatilidad de estos, sus aplicaciones comerciales van desde la generación de insumos para cartografía aérea, minería, infraestructura, reconocimiento de áreas, inspección, entre muchas otras, hasta la entrega de información completa y procesada por medio de software especializado para tal fin.


Dentro la conferencia se presentó dos casos de estudio, en los cuales se pueden apreciar las ventajas del empleo de UAVs.



Guillermo Gómez Mendoza
Colombia

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

15:00 horas 

Ecoparque 

Validación del Producto y del Negocio

Edward Ramírez

Los objetivos fundamentales de esta conferencia fue lograr definir las hipótesis de mercado basadas en una idea de negocio, establecer el ciclo de vida de una hipótesis de negocio y adoptar herramientas para tomar decisiones basadas en el comportamiento de la hipótesis de negocio.

La validación permite evaluar la demanda del consumidor usando la cantidad mínima de recursos. Equivocarse temprano, iterar más rápido y reformular sin involucrar una cantidad de recursos importantes. De esta intervención se espera aumentar la probabilidad de éxito en la puesta en marcha de un emprendimiento o en el lanzamiento de una idea de negocio.

Aproximación al Desarrollo de Prototipos


Los objetivos fundamentales de esta conferencia fue exponer el valor del prototipo/beta/mvp como herramienta de desarrollo de un producto, obtener información temprana del consumidor acerca de un nuevo producto y aprender una metodología para hacer prototipos. Al tener una idea de negocio se piensa en lograr una perfección a la que sólo es posible acercarse después de muchos intentos, es por eso, que se usa el prototipado como herramienta de desarrollo para obtener un producto viable, mucho antes que un producto final terminado, que permita la experimentación en el mercado de una manera temprana.



Edward Ramírez
Colombia

Crear el ambiente adecuado al nuevo consumidor para que éste se exprese con mayor sinceridad acerca de nuestro producto, para poder continuar con la experimentación y descubrir cómo el prototipado sirve en múltiples campos para identificar fallos tempranos durante el desarrollo de una idea de negocio. Al prototipar se encara la brecha existente entre el consumidor y la idea de negocio, reduciendo el vacío entre lo que los usuarios piensan acerca del producto y lo que realmente obtienen.

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

21:00 horas 

Ecoparque 


Desarrollo de Aplicación Nativa IOS (Taller de Aplicaciones Móviles)


Por: Guiovanny Suárez

La conferencia tenía como fin analizar los fundamentos base de iOS y desarrollar un prototipo de aplicación móvil utilizando Storyboards y la funcionalidad básica de XCode. IOS es el sistema operativo móvil creado por Apple para sus dispositivos iPhone, iPad y iPod Touch; en el mercado desde 2008, fue el primer sistema operativo para teléfonos móviles multitáctiles y sigue siendo uno de los más importantes y con mayor porcentaje del mercado.

Cada año hay una nueva actualización con mejoras en la usabilidad y nuevas opciones que proporcionan más posibilidades de uso. Esta Conferencia-taller dió a conocer lo básico del desarrollo de aplicaciones móviles para iOS, entre las cuales detallamos los requerimientos para comenzar una aplicación, tips de validación, y como crear un prototipo rápidamente con la ayuda de Storyboard de Xcode.


Guiovanny Suárez
Colombia

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

18:00 horas 

Ecoparque 

Viernes, 25 de septiembre de 2015 

10:00 horas 

Ecoparque 

Astronomía Apasionada

Por: *Juan Pablo Ramírez Cortés*

Esta conferencia tenía como fin animar la inmersión al estudio lúdico de la ciencia mediante la divulgación de experiencias asociadas con la observación del cielo, propiciar el diálogo científico en torno a la observación astronómica y evidenciar los beneficios del uso de telescopios para potenciar el interés de las nuevas generaciones en torno a la astronomía.

La astronomía es, posiblemente, la ciencia más antigua en la historia de la humanidad, diversas culturas, anteriores al nacimiento de Cristo, usaron el cielo para identificar variables climáticas, establecer calendarios y medir el tiempo de los días y las noches, entre otros asuntos. Actualmente, la astronomía sigue aportando elementos de análisis para la ciencia, y necesidades de desarrollo para la tecnología en sus diferentes áreas de investigación, desarrollo y aplicación.

Ciencias como la biología, la física y las matemáticas, por sólo citar las más nombradas, reciben a diario nuevas y apasionantes tareas para descifrar información abundante, que llega sin pausa con cada nuevo dato arrojado por sondas espaciales, telescopios infrarrojos o de altos alcances hacia el espacio profundo. La observación del cielo es una puerta de entrada con destino a la exploración personal, autónoma e interdisciplinaria de centenares de oportunidades que hallan un escenario propicio para la búsqueda de nuevas respuestas a infinidad de preguntas que siguen sin solventarse y, en el mismo sentido, es también una ventana de oportunidad para incentivar, estratégica y apasionadamente, grupos de interés, de estudio e investigación en torno a los ítems que para el avance de la ciencia siempre serán novedosos, aunque no pasen por la pantalla de un video juego o de alguna aplicación móvil descargada en un teléfono celular.

En el ejercicio de la divulgación astronómica basada en la observación del cielo con telescopios, los resultados permiten hablar de nuevos blogs especializados, grupos de interés establecidos, grupos

de investigación fortalecidos y decenas de nuevas personas interesadas en ahondar sus ideas en torno a la ciencia, para transformarlas en motivos de búsqueda, exploración detallada y construcción de colecciones de información relevante para el ejercicio de nuevas observaciones estelares. Así mismo, y en función de los eventos ejecutados, es viable afirmar que desde 2009 a la fecha son varios miles de personas las que se interesan en las actividades observacionales, animando a otros a participar de las mismas y generando, en algunos casos, sus propios espacios y colectivos de observación astronómica aficionada.



Juan Pablo Ramírez Cortés
Colombia

Marketing Social Para Emprender


Por: *Omar Gamboa*


Con esta conferencia se buscaba que los asistentes comprendieran las ventajas de utilizar los medios sociales digitales para impulsar sus proyectos y emprendimientos. El Gobierno Nacional está realizando grandes esfuerzos para motivar el ambiente emprendedor del país, facilitando herramientas a los jóvenes emprendedores, impulsando sus ideas, apoyando sus proyectos con diferentes programas del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, MinTIC.


Colombia es uno de los países con mayor sentido del emprendimiento en Latinoamérica, y eso se está viendo en el surgimiento de grandes iniciativas y empresas que están superando nuestros límites geográficos e impactando la región, gracias a programas como apps.co e Innpulsa, entre otros. El mundo está cambiando rápidamente y Colombia no se está quedando atrás en ello; los asistentes quedaron muy motivados a iniciar emprendimientos, o a fortalecerlos si ya los tienen creados, aprovechando los medios sociales digitales para impulsarlos.




Omar Gamboa
Colombia

Viernes, 25 de septiembre de 2015 

11:00 horas 

Ecoparque 

Miércoles, 23 de septiembre de 2015 

21:00 horas 

Ecoparque 

Exposición de Robótica

Por: *Tomás Emmanuel Higareda Pliego*

La diversión y el aprendizaje es uno mismo en la enseñanza a través de la robótica, la lógica se va desarrollando poco a poco mediante retos que cada vez van aumentando de complejidad, son divertidos y permiten el trabajo en equipo en un entorno sano de competencia; esto es lo que se aprovecha cuando se decide comenzar a desarrollar algunos de los proyectos de robótica didáctica, mismos que se presentaron en fase de prototipo funcional durante el evento.

Palabras clave:

- didáctica,
- explorador,
- robótica,
- submarino.



Tomás Emmanuel Higareda Pliego
México

thigareda@hotmail.com

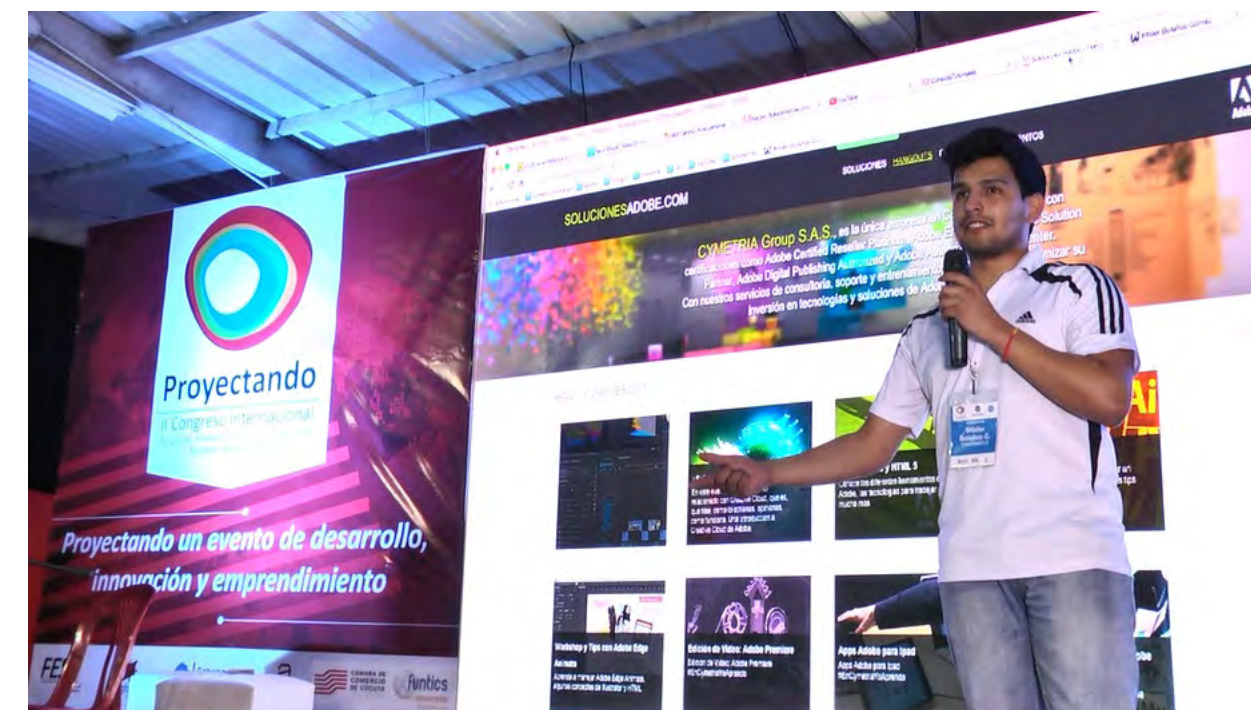
- Magister en tecnologías de la información del Instituto Tecnológico de Zacatepec
- Profesor en el Instituto Tecnológico de Zacatepec (ITZ), Zacatepec, Morelos
- Jefe del Laboratorio de Robótica en ITZ

Tu Idea en Movimiento: Talle de Video y Audio


Por: *Wilmer Bolaños*


El objetivo de la conferencia es conocer las herramientas para generar comunicación audiovisual, entender que si se crea cualquier clase de producto audiovisual, no pierde esta conferencia donde conocerás las mejores soluciones para llevar la idea a la pantalla, ingesta de material, edición de audio y video, efectos visuales, corrección de color y mucho más.

El asistente conoce como grandes productoras sacan material en poco tiempo. Este Taller llevará al asistente a conocer lo básico de la captura de imagen, entendiendo conceptos de lenguaje audiovisual, pasando por la edición de todo este contenido, mejorándolo y aportando con los diferentes recursos para al final tener un audiovisual claro y que cumpla el cometido de comunicación.



Wilmer Bolaños
Colombia

Jueves, 24 de septiembre de 2015 

19:00 horas 

Ecoparque 

Ecosistema de Innovación por Diseño de Inclusión Urbana a Económica

Por: *Alejandro Peláez Salazar*

La Corporación Ruta N Medellín es la entidad encargada de liderar la evolución económica de la capital Antioqueña, hacia actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación. En este sentido, se presentan los ecosistemas de innovación por diseño, en el cual basándonos en la experiencia de ciudad y de Ruta N como líder de innovación, se explica cómo Medellín logró transformar la ciudad desde lo urbano hasta llegar a transformar su economía.

Para comprender cómo llegó Medellín a ser lo que es hoy, debemos entender primero su historia. Medellín tuvo sus inicios económicos basados en la minería a principios del siglo XX. Luego su economía se transformó hacia la década de los 50's y se basó en la industria. Luego entre la década de los 80's y 90's la ciudad sufre unos grandes retos, su industria disminuye en competitividad y se convierte en la ciudad más violenta del mundo. Finalmente, desde el 2000 hasta la actualidad la ciudad ha pasado a ser una ciudad de esperanza, innovación e inclusión urbana.

Se evidencia que la época de transformación de la ciudad se dio entre los 80's y el 2000, donde en plena época de crisis sacó las mayores oportunidades. Los empresarios fueron visionarios y entendieron que el modelo económico industrial no sería competitivo por la compleja topografía Antioqueña. Además se entendió que la ciudad tenía que frenar el fenómeno de violencia que azotaba la ciudad.

Es aquí cuando se unen la empresa, el estado y las universidades y definen que la manera para que Medellín lograra transformarse, sería a través de la economía del conocimiento. Para lograr esto, primero se debía incluir a la sociedad y esto se logró a través de pequeñas obras que llevaran bienestar, desarrollo y equidad a las zonas necesitadas. Dentro de esta inclusión urbana surgieron los proyectos como el metro cable y las escaleras eléctricas, desarrollos simples que generaron un gran impacto, crearon confianza y orgullo en la sociedad.

Una vez mejorado el aspecto de inclusión urbana, Medellín decidió que su motor de desarrollo sería a través de CTi, apuntándole a tres mercados principales; Salud, Energía y Telecomunicaciones. Esto se hizo a través de un ecosistema de innovación por diseño. Este ecosistema es el lugar donde interactúan diferentes actores como la empresa, el estado, la sociedad, la universidad, los inversionistas entre otros y entre todos generan valor. Cuando hablamos que es por diseño es que se fuerza o se transforma el ecosistema natural de la ciudad, hacia uno impuesto. Con

Alejandro Peláez Salazar

Colombia

Corporación Ruta N Medellín

Alejandro.pelaez@rutanmedellin.org

este nuevo modelo se buscará que la ciudad perdure en el tiempo y sea competitiva.

En conclusión el ecosistema de innovación por diseño es una herramienta que busca que varios actores del ecosistema se integren y entre todos generen valor. En el caso de Medellín se busca que la ciudad perdure en el tiempo y sea competitiva usando la Ciencia, la Tecnología y la Innovación como motores de desarrollo, los cuales a su vez mejorarán la calidad de vida de los habitantes, generará bienestar y habrá mayor equidad. Este modelo puede ser replicado en cualquier ciudad y para la coyuntura fronteriza de Cúcuta, puede ser una posible solución.

“Se evidencia que la época de transformación de la ciudad se dio entre los 80's y el 2000, donde en plena época de crisis sacó las mayores oportunidades. Los empresarios fueron visionarios y entendieron que el modelo económico industrial no sería competitivo por la compleja topografía Antioqueña.”



Proyectando

Il Congreso Internacional
*Negocios, Finanzas, Tecnología, Logística,
Turismo, Modas y Diseño*

TECNO Bit

INFORME I CAMPUS DIGITAL DE NORTE DE SANTANDER - TECNOBIT

TECNOBIT es el Primer Campus Digital de Norte de Santander, un evento nunca antes realizado en el departamento los días 23 -25 de septiembre del 2015. En la búsqueda de la excelencia, la FESC trabaja en diversas estrategias que permiten integrar a Cúcuta con el país, considerada la primera ciudad de Colombia. La idea es gestionar un modelo de desarrollo que genere nuevas cadenas de valor y fortalezca las existentes, sobre los potenciales de Cúcuta en Ecosistemas Estratégicos.

Para en TECNOBIT se desarrollaron 4 ejes temáticos fundamentales:



La puesta en marcha de Tecno BIT contempla el desarrollo de actividades, que a través de la capacitación, facilitará la transferencia de tecnologías y la integración a los sistemas de innovación a la población asistente al evento, de forma tal que se conviertan en actores efectivos al interior de sus comunidades, en multiplicadores que se empoderen del conocimiento que a su vez, los motive a ser gestores de cambio de las dinámicas tradicionales.

Así, las temáticas de los potenciales departamentales (turístico, minero, agrícola, biodiversidad y ecosistemas estratégicos), tuvieron un papel protagónico como temas académicos sobre los cuáles generar las actividades a desarrollar durante Tecno BIT.

Si bien las actividades instructivas llevaron a los asistentes a pensar en nuevas posibilidades congruentes con sus entornos específicos también aportarán en la construcción socio cultural de la ciudad y del Departamento y especialmente, a fortalecer a todas las empresas que nos apoyen y acompañen en este proyecto.

El I Campus Digital de Norte de Santander TECNOBIT, se desarrolló en el Ecoparque Comfanorte ubicado en el inicio del Municipio de los Patios, sector denominado Pinar del Rio, siendo una instalación administrada por la Caja de Compensación Familiar Comfanorte y uno de los principales aportes a la ejecución del evento por parte de la caja.

Imagen 2. Espacio geográfico de la sede de TECNOBIT: Ecoparque Comfanorte



TECNOBIT se caracterizó por manejar su propia parrilla de contenidos con 16 conferencistas, que orientaban espacios de formación en investigación, innovación, robótica, emprendimiento, astronomía, entre otros, de gran interés para los jóvenes. Dentro de la programación existieron grandes marcas que participaron activamente como: Fundatic, CETICS, Asterik, Adobe, VIGA, Gyffu, entre otras. La programación contemplaba que los campistas disfrutaran de espacios de catering que brindaba el evento, desayunos, almuerzo y cenas, que se convirtieron en espacios de intercambio cultural y establecer buenas relaciones con participantes de otras ciudades o países.

Además de las conferencias, la programación de TECNOBIT contemplaba otras actividades prácticas como:



Como parte fundamental del evento y de la proyección de región que quiere liderar la FESC, se extendió la invitación a los colegios para que asistieran los estudiantes de grado 10 y 11 al campus TECNOBIT sin posibilidad de quedarse en carpas para evitar riesgos por ser menores de edad. La visita técnica consistía en cancelar \$5000 pesos por un recorrido que les permitía participar de los diferentes escenarios y de una conferencia en el horario que el colegio decidía asistir en grupos de máximo 50 estudiantes.

Existió una buena recepción de los rectores de los colegios y se logró la participación activa de las siguientes instituciones:

NOMBRE DEL COLEGIO	Nº DE PARTICIPANTES
Colegio Salesiano	412
Colegio Matamoros	36
Colegio Sagrado Corazón	127
Colegio Guaimaral	26
Colegio La Salle	226
Articulación	30
Colegio Comfanorte	30
TOTAL	887

Los estudiantes de los colegios recorrieron todos los escenarios de TECNOBIT como muestran las siguientes imágenes:



Evidencia de colegios en el stand de la FESC

Evidencia fotográfica de visita de colegios al stand de la Cámara de Comercio



Evidencia fotográfica de visita de colegios en el stand de Slaboom



Evidencia fotográfica de la demostración de drone



Evidencia fotográfica de participación de colegios en la zona de gobierno en línea



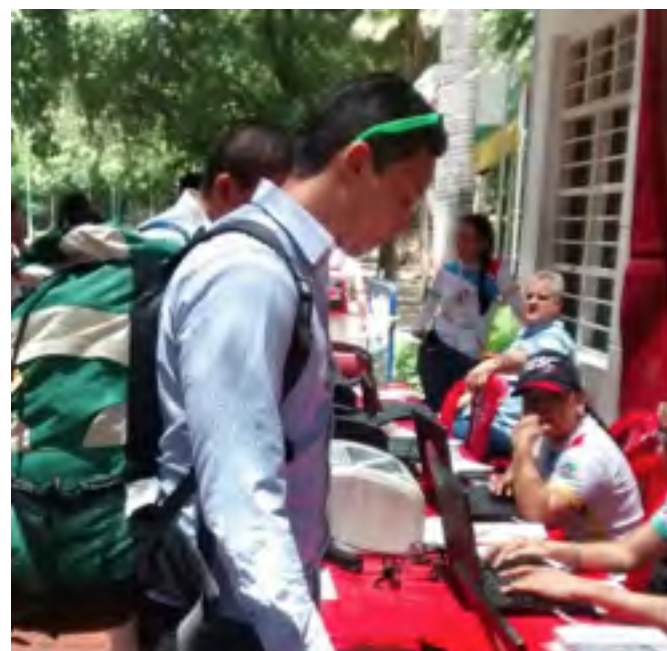
Evidencia fotográfica de visita a la zona de Gobierno en Línea



Estudiantes del Colegio La Salle en la actividad de robótica

Los campistas del evento vivieron una experiencia de actividades recreativas y de formación durante tres días (dos noches), cada uno tenía una carpa debidamente marcada con el número y letra de ubicación, igualmente referenciado en la manilla que lo acreditaba para acampar en TECNOBIT. Los jóvenes llegaron al evento muy temprano el día miércoles para realizar el registro y se instalaban según su hora de llegada.

En TECNOBIT participaron campistas de diferentes ciudades y países como Bogotá, Popayán, Barranquilla, Norte de Santander y México:



Personal con carpa en TECNOBIT

INSTITUCIÓN	Nº DE PARTICIPANTES
ESTUDIANTES FESC – COLEGIO COMFANORTE	66
UNICOMFACAUCA (POPAYAN)	3
UNICAFAM (BOGOTA)	2
ZACATEPEC (MEXICO)	3
UNIVERSIDAD LIBRE (BARRANQUILLA)	2
ESTUDIANTES CONVENIO SENA - FESC	60
ESTUDIANTES DE LOGISTICA	13
ESTUDIANTES SEDE OCAÑA	8
TU KANAL (CORTESIA)	3
RCN (CORTESIA)	2
CARACOL (CORTESIA)	2
POSTOBON (CORTESIA)	2
GOBERNACIÓN	25
TOTAL	216

Además de los campistas, se habilitaron entradas por días para participar en TECNOBIT y se presentaron aproximadamente 47 visitantes diferentes a los estudiantes de colegios o participantes del Congreso Proyectando.

TECNOBIT como evento oficial de la FESC en el marco del II Congreso Internacional Proyectando tiene una imagen corporativa, presentada en espirales de colores con relación al logo que identifica a proyectando y que asemeja la figura de medios guiados como la fibra o cable de datos. El nombre hace alusión a la unidad de datos según el lenguaje computacional “BIT” y “TECNO” en referencia a la tecnología como fin del campus, en una explosión de nuevas experiencia y la exposición de las últimas tendencias tecnológicas.



Un evento como TECNOBIT en el marco de Proyectando se caracteriza por apoyar la diversidad cultural y el desarrollo de la región, marcando pautas de innovación tecnológica como eje transversal para afianzar los sectores productivos que lideran la economía del departamento.

Cúcuta como ciudad capital del departamento debe ser consiente que solo a través de la implementación de los avances tecnológicos se logrará dinamizar la economía porque se ha visto que la tecnología ha reducido las barreras para realizar negocios, incrementar ingresos, mejorar procesos e implementar nuevas herramientas dentro de las compañías.

TECNOBIT, tenía como objetivo motivar y concientizar a los jóvenes, futuros profesionales y empresarios de la ciudad en aportes tecnológicos de última generación como los buscadores 100% colombianos, tendencias del social media y marketing digital, plataformas web y desarrollo de aplicaciones para sectores productivos específicos como la construcción, creación de prototipos en líneas de producción, sistemas integrados de gestión, pertinencia de la creación de clúster, entre otros temas que hacían parte de la parrilla de contenidos del evento.

La motivación de los participantes a eventos de gran formato como TECNOBIT debe ser la innovación en sus vidas y en sus actividades diarias, lo que diferencia la formación de la población de una región, es lo que permite una actualización constante y la superación personal de cada individuo; en realidad, lo anterior es la carencia de los jóvenes en una región fronteriza como Norte de Santander, es lo que motiva a la FESC como institución de educación superior comprometida con un cambio social para seguir liderando eventos como Proyectando y TECNOBIT.

CLAUSURA

UNA ACTIVIDAD PARA RECORDAR. ROMANZZA Y PASABORDO

El II Congreso Internacional Proyectando cerró con broche de oro esta segunda versión con un concierto de Romanza, en representación del talento regional y con Pasabordo, una agrupación nacional. Ambos demostraron en tarima su profesionalismo reafirmando también la gran misión de este congreso Proyectar región, proyectar país, proyectarse al mundo, una invitación que la FESC y Comfanorte continuarán realizando en beneficio de Norte de Santander, pues es necesario resaltar lo positivo y transformar las crisis en grandes oportunidades.



Romanzza



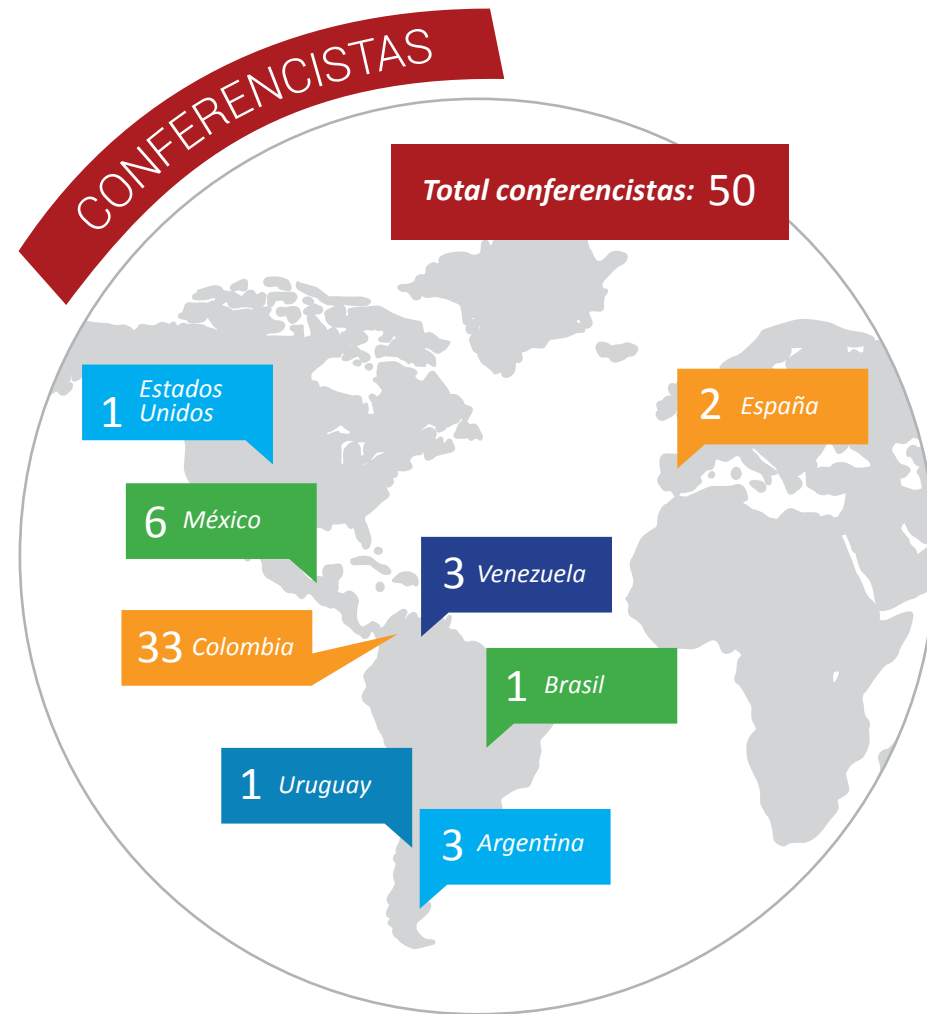
Pasabordo





Estadísticas

Estadísticas



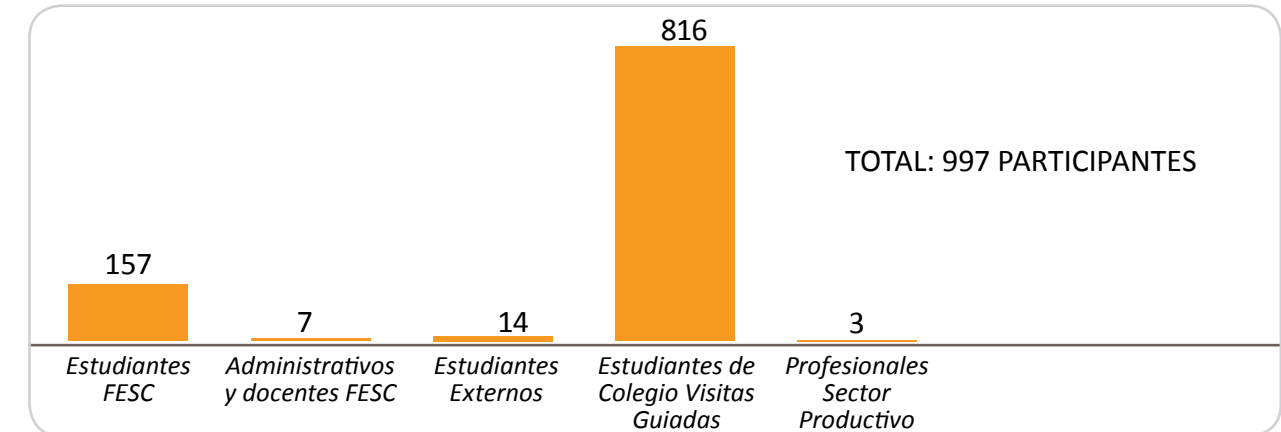
Momentos de Aprendizaje



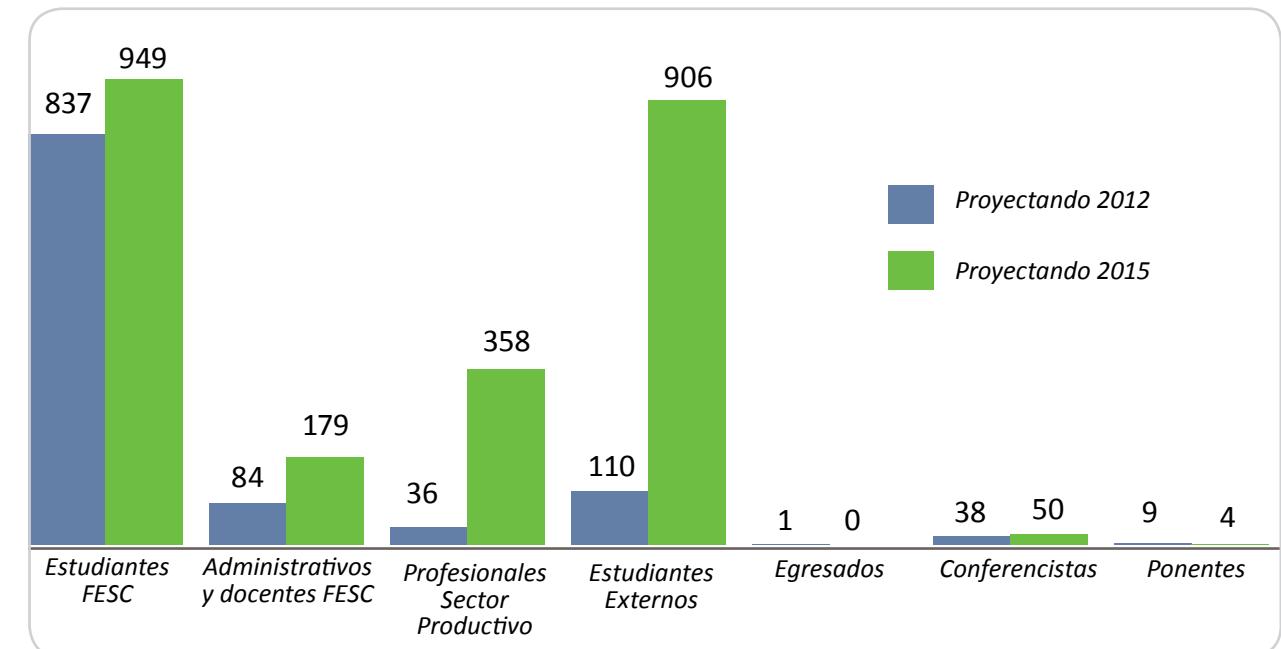
Asistentes Proyectando



Asistentes TecnoBit



Asistentes Proyectando 2012 y 2015



CONCLUSIONES

EL **II Congreso Internacional Proyectando**, agrupó en 5 días 2.446 participantes, integrados por Conferencistas, empresarios, profesionales en las diferentes áreas del conocimiento y estudiantes. La variedad de dinámicas grupales utilizadas, como conferencias, talleres, paneles, le permitieron al empresario conocer, analizar y pensar en la proyección de sus empresas con enfoques de innovación, al profesional y al estudiante mirar con optimismo su futuro y la proyección de su carrera, porque a pesar de los problemas de región, pudieron visionar alternativas de cambio. Los ejes temáticos de motivación, innovación y emprendimiento, propiciaron el análisis de la realidad empresarial y social y dejaron claras propuestas para surgir cuando se conjuga el conocimiento con la oportunidad y la voluntad con el coraje.

TecnoBit, le abrió las puertas a la creatividad, a la innovación, al emprendimiento, a la evolución de la web y a los cambios constantes que vienen produciendo las TIC y a la realidad virtual. TecnoBit, fue el primer y el mayor acontecimiento tecnológico de Norte de Santander, donde jóvenes desarrolladores, emprendedores y los apasionados por internet y la tecnología, se reunieron durante dos días y medio, aprovechando esta oportunidad para compartir talleres de astronomía, software libre, drones, videojuegos y participación en variedad de ejes temáticos y actividades sobre innovación, ciencia, creatividad, ocio digital y emprendimiento. Una bonita y productiva experiencia.

El apoyo del sector productivo vinculado al Congreso, en especial la Caja de Compensación Familiar Comfanorte, la Gobernación del Departamento Norte de Santander a través de la Secretaría de las TIC, Centrales Eléctricas del Norte de Santander, la Cámara de Comercio de Cúcuta, Funtics, la Universidad Francisco de Paula Santander, Coopvigsan, Aguas Kpital Cúcuta y Café Galavis entre otros, permitió el cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos, pero en especial entregarle a la región y a su gente un evento de responsabilidad social universitaria, proyectando región, para visionar el mundo y gestar el cambio que estamos necesitando.

Como conclusión el **II Congreso Internacional Proyectando** agrupó en 5 días de actividades sociales, pedagógicas y de diversión a 2.446 personas entre estudiantes, profesionales, empresarios y conferencistas, con una programación de 191 horas de intensidad en 4 escenarios diferentes de manera simultánea.

¡Un evento nunca antes visto en nuestra región!

PATROCINADORES

Para realizar este evento fue necesario contar con grandes aliados que nos proporcionaron medios económicos, materiales y realizaron gestiones que fueron esenciales para lograr lo propuesto: Un evento único en la región que marcará una gran diferencia y fuera el punto de partida de grandes propuestas que puedan aportar a la competitividad y visibilidad de Norte de Santander.

Nuestros patrocinadores contaron con presencia de marca en la página web, en todas las conferencias, en el panel inaugural, en la clausura, en los backing de patrocinadores y en los implementos de los kit proyectando, esto se realizó no sólo en material impreso sino también en videos y dummies que se instalaron en los diferentes escenarios del evento, en total fueron 29 empresas que junto con la FESC se atrevieron a creer y le apostaron a eventos nuevos e innovadores en la ciudad.

