



Propuesta de Investigación:
PROGRAMA DE ARTICULACIÓN ENTRE LA ACADEMIA, LA INDUSTRIA Y EL ESTADO PARA EL POSICIONAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DEL SECTOR MODA EN EL MARCO DEL EVENTO SEVEN (SANTANDER FASHION INDUSTRY) A PARTIR DE LOS RASGOS CULTURALES DE LAS PROVINCIAS DE SANTANDER

Autor:
Carolina Raigosa Diaz
Norberto Fabian Diaz Duarte
Laura Cristina Duarte Quintero
Luz Adriana Gualdrón Diaz
Dora Marleny Pabón Gelves
Natalia Salazar Peña
Julián Díaz Zambrano

Grupo de Investigación:
GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO Y DESARROLLO- GITUD-
GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN MODA, CULTURA Y AMBIENTE- GIMOCA-

CÓDIGO EN EL BANCO DE PROYECTOS
BI0437

09/07/2020
Dirección de Investigaciones y Extensión

CONTENIDO

1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	4
2. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA	4
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
4. JUSTIFICACIÓN	5
5. OBJETIVOS	6
5.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
6. ESTADO DEL ARTE	7
7. MARCOS REFERENCIALES	8
8. METODOLOGÍA	11
9. DISTRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDADES.....	12
10. CRONOGRAMA DE TRABAJO	12
11. RESULTADOS ESPERADOS	13
11.1 PRODUCTOS DE GENERACIÓN DE NUEVO CONOCIMIENTO – GNC	13
11.2 PRODUCTOS DE DESARROLLO TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN - DTEI	14
11.3 PRODUCTOS DE APROPIACIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO – ASC	15
11.4 PRODUCTOS DE FORMACIÓN DE RECURSO HUMANO – FRH	15
12. PRESUPUESTO	16
12.1 PRESUPUESTO GLOBAL.....	16
12.2 RECURSO HUMANO	16
12.3 MATERIALES, EQUIPOS Y SOFTWARE	16
12.4 SERVICIOS TÉCNICOS	17
12.5 DIVULGACIÓN Y PROTECCIÓN DEL CONOCIMIENTO	17

R - IN - 04

DOCUMENTO TÉCNICO DE PLAN, PROGRAMA O PROYECTO

VERSIÓN: 05

12.6 GASTOS DE VIAJE.....	17
12.7 OTROS.....	18
<u>13. IMPACTOS DEL PROYECTO</u>	<u>18</u>
<u>14. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	<u>18</u>

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título	Programa de articulación entre la academia, la industria y el estado para el posicionamiento y comercialización de productos del sector moda en el marco del evento SEVEN (Santander Fashion industry) a partir de los rasgos culturales de las provincias de Santander.		
Palabras claves (Máximo cinco)	Moda, turismo, evento, cultura, Santander		
Tipo proyecto	Investigación	X	Extensión
Grupo(s) de Investigación	GITUD-GIMOCA		
Línea(s) de Investigación	Cultura y patrimonio (GITUD) Gestión del turismo (GITUD) Responsabilidad social y empresarial (GIMOCA)		
Director científico	Carolina Raigosa Diaz (GIMOCA) Norberto Fabian Diaz (GITUD)	Formación	Diseñadora de modas, especialista en diseño estratégico e innovación, magister en Dirección y Administración de empresas. Productor audiovisual, especialista en dirección de empresas, magister en Transmedia
Correo Electrónico	carolinaraigosa@correo.uts.edu.co norbertod@correo.uts.edu.co	Teléfono	3187157993 3174252934
Duración (En meses)	6	Presupuesto	\$154.200.000

2. RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación surge como una oportunidad para el desarrollo de un programa de articulación entre la academia, la industria y el estado para el posicionamiento y comercialización de productos del sector moda en el marco del evento SEVEN (Santander Fashion industry) a partir de los rasgos culturales de las provincias de Santander. Lo anterior, debido a que en el departamento los eventos del sector moda han sido efímeros y dependientes del gobierno de turno para su ejecución. En consecuencia, surge desde las Unidades Tecnológicas de Santander en alianza con empresas del sector y el gobierno un evento denominado SEVEN, que busca consolidarse como plataforma que permita fortalecer a las empresas de mercados como el femenino, masculino, infantil, joyería, calzado, marroquinería y pret a porter en áreas de diseño, mercadeo, ventas, producción, identidad y proyección internacional, además de otros componentes que desde el programa de Diseño de Moda y Turismo se pueda aportar.

La realización de este evento incluye conferencias, pasarelas, exposiciones, conversatorios con expertos y muestras comerciales que evidencian el talento que actualmente tiene la región. Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto se plantea una investigación de tipo cualitativa con alcance descriptivo en el que a partir de cuestionarios se pueda establecer un diagnóstico de las empresas, acompañarlas en el evento y luego capacitarlas en las áreas que necesiten más atención de acuerdo con los resultados obtenidos en el proceso.

La academia debe ser pionera en los procesos de articulación entre la empresa y el estado para que este tipo de estrategias permanezcan en el tiempo y los actores implicados se beneficien creando valor a las marcas y así, fortalecer el sector de la moda y el turismo en el departamento.

3. PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA

Santander es un departamento del nororiente colombiano caracterizado por la productividad de sus empresas, con los años, han surgido cada vez mayores marcas de diferentes sectores económicos, que se destacan por ofrecer no solo a los santandereanos sino a personas de otras regiones y países productos y servicios con altos estándares de calidad.

El sector de la moda en el departamento ha sido reconocido por su calidad en escenarios internacionales y en las personas que se desplazan de otras partes para adquirir productos con sello local; a pesar de que en la ciudad se han ido consolidando eventos enfocados en fortalecer este sector, se han quedado en iniciativas que no trascienden debido a el manejo efímero del gobierno de turno, esto ha generado que los eventos pierdan carácter y credibilidad.

La ciudad ha hecho apuestas por eventos como el Santander Fashion Week, el corazón de la moda, Hecho en Bucaramanga, La feria de moda infantil EIMI, entre otras. Las cuales si bien causaron impacto y reconocimiento por parte del sector y de los habitantes de la ciudad se fueron desvaneciendo con el pasar de los años y debido a la falta de apoyo estatal desaparecieron. Esto ha limitado la posibilidad de dar a conocer los productos de este sector económico y perder esta ventana comercial que aporta significativamente al turismo de la región.

Al respecto, las Unidades Tecnológicas de Santander ha participado en estos eventos con productos realizados por los estudiantes del programa de Diseño de Moda, sin embargo, a través de la articulación con el programa de Turismo se genera la necesidad de creación de un evento que articule la industria, la academia y el estado con el propósito que este perdure en el tiempo y no dependa del gobierno de turno para continuidad.

La puesta en marcha de este evento permitirá fortalecer las competencias de los estudiantes de estos programas en las diferentes áreas de formación disciplinar, así como potenciar el sector turístico y empresarial de la moda en Santander.

De esta manera surge la siguiente pregunta ¿Cómo desarrollar un programa de articulación entre la academia, la industria y el estado para el posicionamiento y comercialización de productos del sector moda en el marco del evento SEVEN (Santander Fashion industry) a partir de los rasgos culturales de las provincias de Santander?

4. JUSTIFICACIÓN

Desarrollar un programa de articulación entre la academia, la industria y el estado es importante para el departamento de Santander ya que garantizaría la durabilidad de una estrategia para la promoción y

puesta en valor de los productos hechos en la región, además que los nuevos diseñadores podrán mostrar sus creaciones en una vitrina que aporte a su crecimiento profesional.

La realización de este evento permitirá posicionar mercados locales como el femenino, masculino, joyería, infantil, marroquinería, pret a porter, los cuales son reflejo del talento local que existe en el departamento para que estos sean percibidos por otros clientes que dinamicen las ventas y establezcan alianzas comerciales con otros mercados en el país y en el exterior.

Desde el punto de vista turístico es pertinente que en el departamento existan y permanezcan estos eventos que potencien el turismo de negocios y el evento sea una excusa para que visitantes de otros territorios y locales puedan también visitar Santander y sus diferentes atractivos turísticos, siendo esta una oportunidad para otros sectores económicos como el hotelero, los restaurantes, escenarios culturales y de ocio, entre otros.

Para las Unidades Tecnológicas de Santander es importante la realización de este evento ya que es una oportunidad para dar a conocer los resultados académicos de los estudiantes del programa de Diseño de Moda y generar una alianza con el programa de Turismo para que el evento se desarrolle y pueda seguir creciendo con las diferentes alianzas con empresas locales como RAIOS Studio creativo.

SEVEN es educar, posicionar y comercializar, es un programa que permitirá a los empresarios mejorar sus puntos débiles por medio de capacitaciones en la academia. Posicionar sus productos en una plataforma colaborativa en la que se puedan mostrar y dar a conocer sus productos y finalmente comercializar sus resultados en diferentes superficies en las que a partir de las tecnologías de la Información y la comunicación los clientes puedan acceder a ellos en un proceso de mejora continua.

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

Desarrollar un programa de articulación entre la academia, la industria y el estado para el posicionamiento y comercialización de productos del sector moda en el marco del evento SEVEN (Santander Fashion industry) a partir de los rasgos culturales de las provincias de Santander.

5.2 Objetivos Específicos

- Diseñar la estructura del evento teniendo en cuenta la articulación entre la academia, la industria y el estado para el posicionamiento y comercialización de productos del sector moda (Modas- turismo)
- Caracterizar las empresas del sector moda teniendo en cuenta el mercado, comercialización, producción y diseño. (modas)
- Seleccionar los productos de cada empresa que cumplan con las condiciones de calidad para ser expuesto en el evento (modas)
- Realizar el evento SEVEN con la integración de conferencias, talleres, exhibiciones, pasarelas y homenajes a diseñadores. (modas y turismo)
- Dar a conocer los rasgos culturales de las provincias de Santander por la caracterización de las fortalezas turísticas. (turismo)
- Estructurar una estrategia pedagógica para fortalecer las competencias en las empresas a partir de los resultados obtenidos en el evento (modas)

- Capacitar a las empresas del sector moda en el desarrollo de diseño, identidad, tendencia y marketing. (Modas y turismo)

6. ESTADO DEL ARTE

La industria de la moda en Colombia ha sido un factor de gran importancia en la economía del país y se ha fortalecido cada vez más con la incursión de diferentes marcas nacionales que se suman para crear colecciones comerciales en los diferentes mercados como el femenino, masculino, infantil, calzado, joyería, entre otros.

Desde hace 31 años INEXMODA creó en Colombia la primera plataforma de moda denominada Colombiamoda y la primera plataforma textil Colombiatex que vincularía las primeras marcas comerciales a nivel nacional y se enfocaba en fortalecer la industria textil en el país. Actualmente Colombiamoda y Colombiatex han ampliado su feria para reunir a la industria de la moda, textil, la academia y las empresas afines para que exhiban sus productos y sean vendidos por compradores nacionales e internacionales. Cada año en el mes de febrero y julio las dos plataformas de moda abren sus puertas en la Plaza Mayor de la ciudad de Medellín para que tanto comerciantes como compradores tengan durante una semana un espacio donde puedan conocer las últimas tendencias de moda y textil, se capaciten en temas relacionadas con empresa, diseño, tendencias y generen alianzas entre las diferentes marcas.

Bogotá fue la segunda ciudad en generar una plataforma de moda hace 20 años en el país con el Bogotá Fashion Week que reunía a diseñadores destacados locales y además les dio la oportunidad a los estudiantes de programas de diseño de moda a presentar sus propuestas con un reconocimiento al mejor diseño con el “premio toby setton de la moda”. Posterior a esto, surgió en Bogotá el Círculo de la Moda organizado por la escuela de diseño pionera en el país “Arturo Tejada Cano”, donde se les dio prioridad a los jóvenes creadores, a estudiantes y a esas marcas que estaban surgiendo en la industria de la moda a nivel local y aún no eran reconocidos.

En el año 2001 se abre la primera feria de moda en Cali denominada Exposhow con el fin de potencializar la industria de la moda caleña y presentar durante una semana en el mes de septiembre pasarelas de los diseñadores locales y nacionales más destacados. Dicha feria se lleva a cabo en la ciudad de Cali cada dos años y vincula además la feria de belleza más importante del país.

Otra feria importante en el país es plataforma K, creada en el año 2005 en la ciudad de Barranquilla para mostrar las colecciones de los grandes diseñadores nacionales y genera un espacio para los nuevos creadores. Se realiza cada año en el mes de marzo y es apoyado por la Cámara de Comercio de Barranquilla.

Santander es uno de los departamentos más destacados por aportar al país un gran porcentaje en la economía por la producción en cuero y productos infantiles. Es así como se crea en el año 1996 la “Exposición Internacional de Moda Infantil – EIMI” desarrollada cada año en el mes de julio en los que han participado países como Venezuela, Estados Unidos, Bolivia, Ecuador, Panamá, Perú entre otros. En esta plataforma se vinculaban todas las marcas infantiles locales para que hicieran exhibición de sus productos y pasarelas infantiles durante una semana. La feria infantil pasó a ser una plataforma presencial a ser una plataforma virtual en el año 2017 y el año 2018 con el fin de proyectar la transformación digital y captar mayores compradores del mercado infantil. En el año 2018 esta feria de moda realizó su último evento.

En el año 2007 se presenta la primera plataforma en Santander donde reúne todos los mercados: casual, formal, deportivo, ropa interior, complementes y accesorios; con la feria denominada “Santander Fashion Week”. Esta plataforma se realizaba cada año en el mes de septiembre durante dos días y fue en el año 2013 donde se dio paso a una segunda feria de moda denominada “Corazón de la Moda”, que se llevaba a cabo en el marco de la “feria bonita de Bucaramanga”. Esta plataforma reunía todas las marcas locales de los diferentes mercados y también amplió su pasarela para que se vincularan las instituciones que tenían los programas de diseño de moda donde sus estudiantes mostraran las mejores colecciones académicas. En el año 2017 se da paso a la feria de moda “Hecho en Bucaramanga” donde reúne las principales marcas y los principales diseñadores locales y se da un espacio para las pasarelas académicas. Dicha feria se realiza cada año en el marco de “la feria bonita de Bucaramanga”.

Lo anterior permite evidenciar el proceso fluctuante que ha tenido Bucaramanga con una plataforma de moda que logre evidenciar y potencializar a nivel nacional las marcas y los diseñadores locales en los diferentes mercados.

6. MARCOS REFERENCIALES

Marco conceptual

- Competitividad

Suñol (2006) describe que la competitividad debe presentarse de manera integrada cuando se busca generar estrategias de desarrollo que incluyan y busquen generar un impacto positivo desde la parte cultural y económica de un sector o de un país.

De esta manera se puede determinar que la competitividad puede generarse de manera individual y colectiva, puede estar demarcada en las estrategias que se quieran alcanzar y la forma como se desarrollen las ideas, las habilidades, los intereses y los conocimientos para lograrlo.

- Aprendizaje basado en proyectos

El enfoque del aprendizaje basado en proyectos busca desde la educación que los estudiantes se familiaricen con los ambientes reales del sector externo y puedan contribuir con el desarrollo del proyecto por medio de diferentes estrategias de elaboración y de esta manera aplicar las competencias adquiridas durante su formación académica. Esto le brinda al estudiante indagación, autonomía, análisis, deducción e interpretación.

Según lo afirman Botella y Ramos (2019) se debe trabajar en un proceso dinámico donde el estudiante sea quien defina o detecte la herramienta o la estrategia idónea para trabajar, de esta manera se da un proceso didáctico que es una de las fuentes de aprendizaje importe en el ABP.

Hoy en día, se busca que, desde la educación, se intervengan con procesos más amigables para el aprendizaje autónomo de los estudiantes y se emplean un sin número de herramientas digitales para facilitar la comprensión de textos, diálogos y patrones disciplinares. Gálvez y Gertrudis (2011: 2) hablan que en la actualidad existen diferentes contextos para buscar herramientas que faciliten la comunicación y la educación, con el fin de capacitar al ser humano dentro de la sociedad digital con metodologías diversas.

R - IN - 04

DOCUMENTO TÉCNICO DE PLAN, PROGRAMA O PROYECTO

VERSIÓN: 05

- **Cultura**

Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones. (UNESCO, 2005).

Lo anterior define las costumbres que se adoptan según el grupo social que pertenecemos y esto se refleja tanto en nuestra forma de expresarnos, de hablar hasta nuestra vestimenta.

- **Diversidad cultural**

Multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. (Ibidem).

- **Contenido cultural**

Sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales que las expresan. Expresiones culturales: son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural. (UNESCO, 1998).

- **Actividades, bienes y servicios culturales**

Son los que, desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales. (Ibidem).

- **Interculturalidad**

Presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo. (UNESCO, 1954).

- **Turismo**

El turismo ofrece a las partes interesadas del Patrimonio Mundial la capacidad de cumplir la obligación que impone la Convención de presentar los sitios al público y generar recursos económicos para la conservación, materializando al mismo tiempo ventajas comunitarias y económicas a través del uso sostenible. (UNESCO, 2014).

- **Turismo de negocios**

Se entiende por turismo de negocios el desplazamiento de personas desde su lugar de origen hacia un destino para realizar reuniones de negocios, participar en reuniones en las filiales de la empresa, visitar ferias, participar en congresos y conferencias relacionados con su área de actuación. (Gouvea y dos Santos, 2005:169).

Marco Legal

Constitución política de Colombia

Formación profesional y técnica

ARTÍCULO 54. Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y capacitación profesional y técnica a quienes lo requieran. El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

ARTÍCULO 68. Los particulares podrán fundar establecimientos educativos. La ley establecerá las condiciones para su creación y gestión. La comunidad educativa participará en la dirección de las instituciones de educación. La enseñanza estará a cargo de personas de reconocida idoneidad ética y pedagógica. La Ley garantiza la profesionalización y dignificación de la actividad docente.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo MINCIT

Regulación de comercialización de prendas de vestir

ARTÍCULO 2o. OBJETO. El objeto fundamental del presente reglamento técnico es el de establecer medidas tendientes a reducir o eliminar la inducción a error a los consumidores.

ARTÍCULO 3o. CAMPO DE APLICACIÓN. Este Reglamento Técnico aplica a los productos clasificados en el Arancel de Aduanas Colombiano, dentro de las Subpartidas Arancelarias de la Sección XI, correspondientes a los Capítulos 61 (Confecciones Punto), 62 (Confecciones Plano) y 63 (Confecciones Hogar), así como los productos que se clasifican dentro de la Partida 4203 (Prendas de vestir en Cuero).

Congreso de Colombia

Derechos de autor

ARTÍCULO 12. El autor o, en su caso, sus derechohabientes, tienen sobre las obras literarias y artísticas el derecho exclusivo de autorizar, o prohibir:

- a) la reproducción de la obra bajo cualquier manera o forma, permanente o temporal, mediante cualquier procedimiento incluyendo el almacenamiento temporal en forma electrónica.
- b) la comunicación al público de la obra por cualquier medio o procedimiento, ya sean estos alámbricos o inalámbricos, incluyendo la puesta a disposición al público, de tal forma que los miembros del público puedan tener acceso a ella desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija.
- c) la distribución pública del original y copias de sus obras, mediante la venta o a través de cualquier forma de transferencia de propiedad.
- d) La importación de copias hechas sin autorización del titular del derecho.
- e) El alquiler comercial al público del original o de los ejemplares de sus obras.
- f) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.

ARTÍCULO 27. En todos los casos en que una obra literaria o artística tenga por titular del derecho de autor a una persona jurídica, el plazo de protección será de 70 años contados a partir del final del año calendario de la primera publicación autorizada de la obra.

Si dentro de los 50 años siguientes a la creación de la obra no ha existido publicación autorizada, el plazo de protección será de 70 años a partir del final del año calendario de la creación de la obra.

7. METODOLOGÍA

La metodología por aplicar para el desarrollo de esta investigación es de tipo descriptiva a partir de un enfoque cualitativo, como método la observación y el análisis de cuestionarios los cuales serán aplicados a los participantes del evento y tiene como referencia las siguientes fases:

- **Diseño:** Esta fase se enfocará en el diseño de la estructura del evento teniendo en cuenta la articulación entre la academia, la industria y el estado para el posicionamiento y comercialización de productos del sector moda.
- **Consolidación:** Se realizará una caracterización las empresas del sector moda teniendo en cuenta el mercado, comercialización, producción y diseño por medio de un cuestionario vía telefónica. También, acorde con los resultados obtenidos en este primer cuestionario se procederá con la selección de los productos de cada empresa que cumplan con las condiciones de calidad para ser expuesto en el evento.
- **Desarrollo:** Para esta fase se plantea la producción del evento SEVEN con la integración de conferencias, talleres, exhibiciones, pasarelas y homenajes a diseñadores evento, y la articulación de los rasgos culturales de las provincias de Santander como elemento turístico dentro de la narrativa.
- **Valoración:** Esta fase plantea la estructuración de una estrategia pedagógica para fortalecer las competencias en las empresas a partir de los resultados obtenidos en el evento por medio del análisis de métricas dadas por las herramientas digitales usadas por las marcas para sus ventas y las interacciones de sus publicaciones con los usuarios. Finalmente, se realizará la evaluación del evento.
- **Formación y articulación:** La fase final de esta investigación consistirá en la capacitación a las empresas del sector moda en el desarrollo de diseño, identidad, tendencia y marketing y la asignación de practicantes del programa de Diseño de Moda y Turismo para que aporten al fortalecimiento de las falencias detectadas en el proceso de la investigación.

Los participantes del evento hacen referencia a las empresas que hacen parte de los diferentes mercados locales mencionados previamente tales como femenino, masculino, infantil, marroquinería, joyería y pret a porter; los cuales serán convocados a partir de una convocatoria pública en redes sociales y correos electrónicos.

Formación y articulación	Análisis de mediciones				X	X															
	Planteamiento estrategia pedagógica						X	X	X												
	Capacitación a empresarios								X	X	X	X									
	Asignación de practicantes									X	X	X	X								
	Elaboración productos investigación														X	X	X	X	X	X	X
	Informe final																				X

Fuente: Equipo de Investigación

10. RESULTADOS ESPERADOS

10.1 Productos de Generación de Nuevo Conocimiento – GNC

Tabla 2. Productos esperados de Generación de Nuevo Conocimiento

Tipo Producto	Nombre o título del producto	Publicación, casa editorial o institución que otorga la patente
Artículo (REDARK) Universidad de Valladolid. Del evento de Seven	Artículo enfocado en el sector moda con los resultados del proceso	Revista científica indexada en bases de datos avaladas por COLCIENCIAS
Artículo	Artículo enfocado en el sector turismo con los resultados del proceso	Revista científica indexada en bases de datos avaladas por COLCIENCIAS
Libro digital. Con memorias de cada ponencia, abordaje del capítulo, que lo hace cada ponente UTS. Se incluye la información del enfoque comercial de cada día y al final el video.	Memorias de las conferencias realizadas en el marco de SEVEN. Contenido: Prólogo por Kika Rocha. Introducción general de Seven y Capítulo que lleva introducción que habla del tema del día y establecer una relación del tema de cada día con la ponencia de cada uno. Abordaje teórico. Estudio de caso para cada ponencia. Conclusiones y referencias y muestra comercial. 10 páginas 2.800 palabras. Fecha de entrega: viernes 4 de septiembre. Letra Times Roman 12, interlineado doble.	Editorial que cumpla requisitos de calidad para divulgación de libros resultado de investigación.
Capítulo de libro	Capítulo de libro con los aportes intelectuales de la docente Carolina Raigosa Díaz del desarrollo de la conferencia en SEVEN docente modas	Editorial que cumpla requisitos de calidad para divulgación de libros resultado de investigación
Capítulo de libro	Capítulo de libro con los aportes intelectuales de la docente Luz Adriana	Editorial que cumpla requisitos de calidad para divulgación de libros resultado de investigación

Tipo Producto	Nombre o título del producto	Publicación, casa editorial o institución que otorga la patente
	Gualdrón Díaz del desarrollo de la conferencia en SEVEN docente modas	
Capítulo de libro	Capítulo de libro con los aportes intelectuales de la docente Natalia Salazar Peña del desarrollo de la conferencia en SEVEN docente modas	Editorial que cumpla requisitos de calidad para divulgación de libros resultado de investigación
Capítulo de libro	Capítulo de libro con los aportes intelectuales de la docente Dora Marleny Pabón Gelves del desarrollo de la conferencia en SEVEN docente modas	Editorial que cumpla requisitos de calidad para divulgación de libros resultado de investigación
Capítulo de libro	Capítulo de libro con los aportes intelectuales del desarrollo del docente Roger Díaz de la conferencia en SEVEN docente modas y turismo	Editorial que cumpla requisitos de calidad para divulgación de libros resultado de investigación
Capítulo de libro	Capítulo de libro con los aportes intelectuales del docente Norberto Fabian Díaz Duarte del desarrollo de la conferencia en SEVEN docente turismo	Editorial que cumpla requisitos de calidad para divulgación de libros resultado de investigación
Capítulo de libro	Capítulo de libro con los aportes intelectuales de la docente Marly Rivera del desarrollo de la conferencia en SEVEN docente turismo	Editorial que cumpla requisitos de calidad para divulgación de libros resultado de investigación
Obra de Arte, arquitectura y diseño	Obra de I semestre de carácter efímero en el marco del evento. Plano de la prenda exhibida, que sea video	SEVEN
Obra de Arte, arquitectura y diseño	Obra de II semestre de carácter efímero en el marco del evento.	SEVEN
Obra de Arte, arquitectura y diseño	Obra de II semestre de carácter efímero en el marco del evento.	SEVEN
Obra de Arte, arquitectura y diseño	Obra de III semestre de carácter efímero en el marco del evento.	SEVEN
Obra de Arte, arquitectura y diseño	Obra de IV semestre de carácter efímero en el marco del evento.	SEVEN

Fuente de elaboración propia

10.2 Productos de Desarrollo Tecnológico e Innovación - DTel

Tabla 3. Productos esperados de Desarrollo Tecnológico e Innovación

Tipo de producto	Nombre del producto
Innovación en gestión empresarial	Consolidación de la plataforma de comercialización y mercadeo de los productos del sector moda participantes en el evento SEVEN Santander Fashion Industry. RAIOS

Innovación en gestión empresarial	Proceso de curaduría de las marcas seleccionadas y asesoría de las piezas audiovisuales que conforman la estrategia publicitaria en el evento SEVEN Santander Fashion Industry. Taller once
Innovación en gestión empresarial	Proceso de producción de la puesta en escena de las piezas de exhibición de las marcas participantes durante la vigencia en el evento SEVEN Santander Fashion Industry, Mónica Modelare.
Innovación en gestión empresarial	Gestión y desarrollo del evento SEVEN Santander Fashion Industry.

Fuente de elaboración propia

10.3 Productos de Apropiación Social del Conocimiento – ASC

Tabla 4. Productos esperados de Apropiación Social del Conocimiento

Tipo de Producto	Tipo de difusión
Evento científico	Ponencia Internacional. Contar la experiencia en otro evento
Evento científico	Ponencia Nacional. Contar la experiencia en otro evento
Evento científico	Conferencia local
Evento científico	Conferencia local
Evento científico	Conferencia local
Evento científico	Conferencia local
Evento científico	Conferencia local
Evento científico	Conferencia local
Evento científico	Conferencia local
Generación de contenido multimedia	Video de exposición día 1. Sacar el video de cada ponente a parte
Generación de contenido multimedia	Video de exposición día 2
Generación de contenido multimedia	Video de exposición día 3
Generación de contenido multimedia	Video de exposición día 4
Generación de contenido multimedia	Video de exposición día 5
Generación de contenido multimedia	Video de exposición día 6
Generación de contenido multimedia	Video de exposición día 7
Estrategia pedagógica	Programa de capacitación a empresarios del sector moda.
Informe final	Resultado del proceso
Evento artístico y cultural	SEVEN. Lo certifica la Universidad que fuimos organizadores y ejecutores del evento.

Fuente de elaboración propia

10.4 Productos de Formación de Recurso Humano – FRH

Tabla 5. Productos esperados de Formación de Recurso Humano

# trabajos de grado	Modalidad	Objetivo relacionado
2	Trabajos de grado en práctica empresarial. Al finalizar la práctica se sube el documento para Lolos y Morelife	# del objetivo 7

Fuente de elaboración propia

11. PRESUPUESTO

11.1 Presupuesto Global

Tabla 6. Descripción del presupuesto global del proyecto por rubros

Rubros	Fuentes				Total
	UTS		Externa		
	Efectivo	Especie	Efectivo	Especie	
Recurso Humano	0	41600000	0	9600000	51200000
Materiales, Equipos y Software	0	0	28500000	0	28500000
Servicios Técnicos	0	0	7500000	0	7500000
Divulgación y protección del conocimiento	0	0	57000000	0	57000000
Gastos de viaje	0	0	8000000	0	8000000
Otros	2000000	0	0	0	2000000
Total	103000000	41600000	9600000		154200000

Fuente: Equipo de Investigación

11.2 Recurso Humano

Tabla 7. Descripción del rubro de recurso humano del proyecto

Rol	Dedicación Horas	Valor Hora	UTS		Externa		Total
			Efectivo	Especie	Efectivo	Especie	
Director científico	1200	23		\$27.600.000			\$27.600.000
Coinvestigador	700	20		\$14.000.000			\$14.000.000
Estudiantes Tecnología(cantidad)	(40 est.*20h)	12				\$9.600.000	\$9.600.000
Total					\$0	\$41.600.000	\$0

Fuente: Equipo de Investigación

11.3 Materiales, Equipos y Software

Tabla 8. Descripción del rubro de materiales, equipos y software del proyecto

Descripción	Justificación	UTS		Externa		Total
		Efectivo	Especie	Efectivo	Especie	
4 equipos de computo	Consolidación de la información recolectada			\$16.000.000		\$16.000.000

Software	Diseño de los contenidos			\$2.500.000		\$2.500.000
Cámara de video	Registro fílmico			\$5.000.000		\$5.000.000
Cámara fotográfica	Registro fotográfico			\$3.000.000		\$3.000.000
Grabador de Audio	Registro de audio			\$2.000.000		\$2.000.000
Total			\$28.500.000	\$0	\$0	\$0

Fuente: Equipo de Investigación

11.4 Servicios Técnicos

Tabla 9. Descripción del rubro de servicios técnicos del proyecto

Descripción	Justificación	UTS		Externa		Total
		Efectivo	Especie	Efectivo	Especie	
Asesores pedagógicos y tecnológicos	Acompañamiento y asesoría en creación de contenido			\$7.500.000		\$7.500.000
Total		\$7.500.000	\$0	\$0	\$0	\$7.500.000

Fuente: Equipo de Investigación

11.5 Divulgación y Protección del Conocimiento

Tabla 10. Descripción del rubro de divulgación y protección del conocimiento del proyecto

Descripción	Justificación	UTS		Externa		Total
		Efectivo	Especie	Efectivo	Especie	
	Producto DTI					\$0
Ponencias Internacionales	Producto de ASC			\$30.000.000		\$30.000.000
Ponencias nacionales	Producto de ASC			\$15.000.000		\$15.000.000
Libros	Producto NC			\$12.000.000		\$12.000.000
Total			\$57.000.000	\$0	\$0	\$0

Fuente: Equipo de Investigación

11.6 Gastos de viaje

Tabla 11. Descripción del rubro de gastos de viaje del proyecto

Descripción	Justificación	UTS		Externa		Total
		Efectivo	Especie	Efectivo	Especie	
Transporte	Traslados			\$3.500.000		\$3.500.000
Alimentación	Alimentación en el destino			\$1.500.000		\$1.500.000
Hospedaje	Hospedaje en el destino			\$3.000.000		\$3.000.000

Total		\$8.000.000	\$0	\$0	\$0	\$8.000.000

Fuente: Equipo de Investigación

11.7 Otros

Tabla 12. Descripción del rubro de otros gastos requeridos en el proyecto

Descripción	Justificación	UTS		Externa		Total
		Efectivo	Especie	Efectivo	Especie	
Imprevistos		\$1.000.000				\$1.000.000
Materiales de oficina		\$1.000.000				\$1.000.000
Total		\$2.000.000	\$0	\$0	\$0	\$2.000.000

Fuente: Equipo de Investigación

12. IMPACTOS DEL PROYECTO

El proyecto de investigación propuesto intenta, por una parte, la creación de un evento que permita la articulación de la industria, academia y el estado y así conseguir la generación de nuevas dinámicas entre los sectores a partir productos del sector moda que reflejen los rasgos culturales de las provincias de Santander y la identidad de las empresas en el marco del evento SEVEN (Santander Fashion Industry).

Por otra parte, trata de identificar las necesidades de capacitación de la industria de la moda, desde una observación crítica del proceso de creación desde el diseño hasta la comercialización de los productos. Esto con el fin de fortalecer un abanico de competencias necesarias en diferentes áreas disciplinares en el sector turismo y empresarial de la moda en el departamento de Santander y de esta forma empoderar desde la academia a los empresarios y estudiante de los programas para la toma de decisiones, estrategias y soluciones que permitan posicionar sus productos y diseños al mercado departamental y nacional.

Las Unidades Tecnológicas de Santander debe apropiarse de los procesos de diseño, marketing, producción, distribución y comunicación de la moda y el turismo en los diferentes espacios de participación nacional e internacional para ser un referente en la articulación entre lo empresarial y académico de la mano con el estado para ser competitivo y generar experiencias que enriquezcan el departamento y la educación.

13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Botella, A.M. Ramos, P. (2019). Investigación-acción y aprendizaje basado en proyectos. Una revisión bibliográfica. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982019000100127&lang=es

Congreso de Colombia. (2018). Disposiciones relativas al derecho de autor y los derechos conexos. Recuperado de:

<http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201915%20DEL%2012%20DE%20JULIO%20DE%202018.pdf>

Constitución Política de Colombia. (1992). Formación profesional y técnica. Recuperado de: <https://constituciondecolombia.com.co/cpcart54.html>

Gálvez de la Cuesta, M. y Gertrudis Casado, M. (2011). "Comunicación y educación inmersivas". Revista ícono 14. Vol. 2, p.2.

Gouvea, M. dos Santos, R. (2005). Marketing de servicios en el marco de turismo de negocios. Recuperado de: <file:///Downloads/Dialnet-MarketingDeServiciosEnElContextoDelTurismoDeNegoci-6931209.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). Reglamento técnico sobre etiquetado de confecciones. Recuperado de: https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/res_195009_confecciones_actualizado_abril_2013.pdf

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. Revista Ciencia y Sociedad. Volumen XXXI, Número 2. Universidad INTEC. Santo Domingo.

UNESCO. (2005). Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales.

_____. (1998). Conferencia intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo.

_____. (1954). Convención de la Haya.

_____. (2014). Patrimonio mundial. Turismo sostenible.