

**PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA XV FERIA EMPRESARIAL DE LA
UNIVERSIDAD DEL CAUCA COORDINACIÓN ÁREA DE MERCADEO**

**ANDRES DAVID ESTRADA MUÑOZ
ERIKA MARCELA TENORIO PEÑARANDA**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2018**

**PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA XV FERIA EMPRESARIAL DE LA
UNIVERSIDAD DEL CAUCA COORDINACIÓN ÁREA DE MERCADEO**

**ANDRES DAVID ESTRADA MUÑOZ
ERIKA MARCELA TENORIO PEÑARANDA**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**Directora
ISABEL GÓNZALEZ SERNA
Profesional en Administración de Empresas**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2018**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre Teresa, por sus consejos, valores, que con su ejemplo me ha enseñado a salir adelante sin importar los obstáculos que puedan surgir en el camino, pero más que nada por su amor.

A mi padre José Elías, por su ejemplo de perseverancia, trabajo, constancia, y el valor de seguir adelante y forjar mi futuro, por tener siempre confianza en mí, por su apoyo incondicional y por su amor.

A mi hermana Carolina, por ser un gran ejemplo de hermana mayor, de la cual aprendí muchas cosas invaluable, por su incondicional apoyo, cariño y amor.

A mí cuñado Mauricio, por su maravillosa amistad, por gran apoyo y por ser un gran ejemplo que seguir.

A mi difunta abuela Oliva, por haberme inculcado todos sus valores, por su apoyo, cariño, por sus consejos y, por sobre todo, su gran amor incondicional.

A mis sobrinos Nicolás y Sebastián por enseñarme a ser una mejor persona.

A mis primos Jonathan, Andrea, Gina, Silvana y Camila por su apoyo y por su amor.

A mis primos Felipe y Javier, quienes son una fuente de motivación y un gran ejemplo que seguir, por su compromiso y por su trabajo.

A mis mejores amigos Andrés, Diego, Nacho, Juan Pablo y Nicolás por haberme brindado su sincera amistad durante muchos años, por todos los momentos compartidos y por todo el apoyo que me han brindado desde el colegio.

A Karen, por haberme ayudado en este trayecto de mi vida, por sus enseñanzas y consejos, por haberme ayudado en momentos difíciles de mi vida y por haberme brindado tanto cariño y tanto amor.

Andrés Estrada Muñoz

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido la vida, por brindarme su infinito amor y misericordia cada uno de mis días, por haberme enseñado a labrar este maravilloso camino profesional y por cumplirme uno de los sueños más anhelados de mi vida.

A mi madre Emilsen, que con su esfuerzo y amor hizo posible la realización de esta meta, ayudándome a construir mi futuro, por creer en mí siempre, dándome el mejor ejemplo y apoyándome incondicionalmente en cada decisión.

A mi novio Harry, por estar presente en cada momento de mi vida, por el amor, cariño y comprensión que me brinda diariamente, por su voluntad al apoyarme en mi crecimiento personal y por siempre ser mi compañía y soporte.

A una persona que aprecio mucho, Miller, por su absoluto apoyo en todas las etapas de mi vida, por querer siempre lo mejor para todos y ser un ejemplo de generosidad.

A mi abuela Olga, por su paciencia y amor durante mi formación, por estar siempre pendiente de mí y por inculcarme valores y principios.

A mi abuelo Francisco (Q.E.P.D), por haber sido un gran ejemplo de fortaleza, respeto y responsabilidad y por brindarme todo su cariño.

A mis tías y mi familia en general, porque son parte fundamental en mi vida y siempre han cuidado de mí.

Erika Marcela Tenorio Peñaranda

AGRADECIMIENTOS

Deseo a todas las personas que directa o indirectamente influenciaron en mí, corrigiéndome, dando ánimo, teniendo paciencia, acompañándome en momentos de incertidumbre y de felicidad, quienes compartieron sus conocimientos y experiencias que ayudaron en la culminación de este trabajo.

A mis padres, por ser uno de los pilares importantes, entregándome todos sus conocimientos, experiencias, que me han forjado poco a poco en el trayecto de mi vida, por brindarme todo su cariño amor, por celebrar mis triunfos y ayudarme a mejorar y superar mis fracasos.

A mi hermana, mi cuñado y a mis dos sobrinos, por brindarme todo su aprecio y amor, por ser un ejemplo a seguir, por ayudarme a ser una mejor persona y por todo el apoyo brindado.

A mi familia en general, por brindarme cada uno sus enseñanzas, por mostrarme el verdadero valor de una familia y por todo el amor que me han brindado.

A mis mejores amigos, y a mis grandes amigos no mencionados anteriormente, por ser una fuente de apoyo incondicional, por enseñarme el valor de la amistad, por su inigualable aprecio y por su constante cariño y amor.

A mi directora y compañeros de pasantía, por haberme enseñado muchas cosas, por haber trabajado duro en este evento, por el constante aprendizaje que vivimos día a día, por haber enfrentado todos los obstáculos que se presentaron como un gran grupo de trabajo.

A todos los profesores que estuvieron en mi etapa universitaria, por todas sus enseñanzas en el aula de clase y por todo el conocimiento brindado.

Andres Estrada Muñoz

AGRADECIMIENTOS

A mi madre por ayudarme a cumplir un sueño más, por darme siempre lo mejor, por inculcarme valores y principios que han contribuido con mi formación y carácter y por su admirable generosidad.

A mi novio Harry por darme tanto amor y cariño, por motivarme a ser mejor y por brindarme siempre maravillosos momentos.

A toda mi familia y amigos, que de alguna u otra manera contribuyeron a que esta meta se realizara, compartiendo alegrías y tristezas, apoyándome y demostrándome su afecto en los momentos difíciles.

A mi directora y compañeros de pasantía, por el aprendizaje, la perseverancia, por haber realizado con éxito este gran evento y por el empeño constante que hoy rinde frutos y nos hace mejores profesionales.

A todos los profesores que me brindaron su conocimiento y por cada una de las enseñanzas transmitidas que me formaron como una profesional ética y comprometida.

A mis compañeros de la carrera y a todas aquellas personas que han hecho parte de este maravilloso trayecto, agradezco de corazón su apoyo y afecto.

Erika Marcela Tenorio Peñaranda

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE TABLAS, FIGURAS Y ANEXOS	9
INTRODUCCION	12
CAPITULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA DEL TRABAJO	13
1.1 MARCO REFERENCIAL	13
1.1.1 Aspectos Generales de la Universidad del Cauca.....	13
1.1.2 Aspectos del Programa de Administración de Empresas	18
1.1.3 Aspectos Generales de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.....	19
1.2 MARCO CONCEPTUAL.....	24
1.2.1 Emprendimiento y su impacto en el desarrollo.....	24
1.2.2 Ferias Empresariales	27
1.2.3 Mercadeo.....	29
1.2.4 Marketing digital.....	29
1.3 Marco legal.....	30
1.3.1 Normas de carácter Nacional	30
1.3.2 Normas de carácter Departamental	31
1.3.3 Normas de carácter Municipal	31
1.3.4 Normas internas de la Universidad del Cauca	32
2 CAPITULO II. PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	35
2.1 Problema de Investigación	35
2.1.1 Descripción del problema	35

2.1.2	Formulación del problema	35
2.2	Justificación.....	36
2.3	Objetivos	36
2.3.1	Objetivo General.....	36
2.3.2	Objetivos Específicos.....	36
3	CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA	37
3.1	Diseño de estrategias de mercadeo para la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca	37
3.2	Implementación de estrategias de mercadeo en la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.....	40
3.2.1	Publicidad Tradicional	41
3.2.2	Relaciones públicas.....	50
3.2.3	Marketing de guerrilla.....	55
3.2.4	Marketing interactivo.....	57
3.2.5	Marketing digital.....	60
3.3	Evaluación de las actividades de mercadeo de la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.....	78
4	CAPITULO IV. CONCLUSIONES DEL TRABAJO	82
4.1	Conclusiones	82
5	Referencias Bibliográficas.....	83

LISTA DE TABLAS, FIGURAS Y ANEXOS

	Pág.
TABLAS	
Tabla 1. Matriz DOFA.....	38
Tabla 2 .Actividades de Promoción.....	39
Tabla 3. Actividad o piezas publicitarias.....	39
FIGURAS	
Figura 1. Bandera Universidad del Cauca.	17
Figura 2. Escudo Universidad del Cauca.....	17
Figura 3. Uso no permitido del escudo de la Universidad del Cauca.	33
Figura 4. Colores permitidos por la Universidad del Cauca.....	34
Figura 5. Valla ubicada en el sector de Torre Molinos.....	42
Figura 6. Pendones Feria Empresarial.	43
Figura 7. Pendón de Bienvenidos.	44
Figura 8. Backing de la Feria Empresarial.....	45
Figura 9. Afiche de programación.	45
Figura 10. Afiche de bienvenida para estudiantes.	46
Figura 11. Afiches en Carteleras de la Universidad del Cauca.....	47
Figura 12. Pasacalle Feria Empresarial Unicauca.....	47
Figura 13. Pasacalle en el sector del Colegio Champagnat.	48
Figura 14. Volantes.....	48
Figura 15. Escarapelas.	49
Figura 16. Saloneo.	49
Figura 17. Emisora.....	50
Figura 18. Emisora.....	51
Figura 19. Emisora.....	51

Figura 20. Emisora.....	52
Figura 21. Organizadores Área de Mercadeo en el CC. Campanario.....	53
Figura 22. Rueda de prensa Cauca Emprende.	54
Figura 23. Rector de la Universidad del cauca.	54
Figura 24. Decano de la Universidad del Cauca.....	55
Figura 25. Lanzamiento XV Feria Empresarial.....	56
Figura 26. Lanzamiento XV Feria Empresarial.....	56
Figura 27. Lanzamiento XV Feria Empresarial.....	57
Figura 28. Coordinador PAE con el Photocall	58
Figura 29. Emprendimiento con photocall y paletas.	59
Figura 30. Emprendedor con marco y paleta “Yo viajo con explora tour”.	60
Figura 31. Fan Page de la Feria Empresarial.	61
Figura 32 Perfil Instagram de la Feria Empresarial.....	61
Figura 33. Perfil Twitter de la Feria Empresarial.	62
Figura 34. Datos demográficos Facebook.	63
Figura 35. Usuarios de dispositivos.....	63
Figura 36. Nivel de formación.....	64
Figura 37. Puesto de trabajo público objetivo	65
Figura 38. Publicidad pagada en Facebook 1	67
Figura 39. Publicidad pagada en Facebook 2	67
Figura 40. Publicidad pagada en Facebook 3	67
Figura 41. Publicidad pagada en Facebook 4	67
Figura 42. Resultados Edad y Sexo – Campaña alcance	68
Figura 43. Publicidad pagada en Facebook 5.....	69
Figura 44. Publicidad pagada en Facebook 5	69
Figura 45. Publicidad pagada en Facebook 5	70
Figura 46. Resultados Edad y Sexo – Campaña interacciones	70
Figura 47. Publicidad pagada en Facebook 6	71
Figura 48. Resultados Edad y Sexo – Campaña Reproducciones de video.....	72
Figura 49. Imagen de promoción	72
Figura 50. Frase de emprendimiento	72

Figura 51. Tip de emprendimiento	73
Figura 52. Video para emprendimientos.....	73
Figura 53. Video promocional Feria empresarial	73
Figura 54. Video convocatoria voluntarios.....	73
Figura 55.Publicidad emprendimiento Coca Nasa.....	74
Figura 56.Publicidad patrocinador Dinamo	74
Figura 57. Publicidad patrocinador Bancompartir Figura 58. Publicidad patrocinador CCC	75
Figura 59. Plantilla para emprendimientos	75
Figura 60. Publicacion en Popayán CO.....	76
Figura 61. Publicacion en Popayán Moderna	76
Figura 62. Publicación en Unicauca Noticias.....	77
Figura 63. Transmisión en Programa Unicauca al día.....	77
Figura 64. Publicación Pagina Web Unicauca.....	77
Figura 65. Total seguidores en Facebook.	79
Figura 66. Gráfica de personas por género que les gusta la Fan Page.....	79
Figura 67. Alcance de la publicidad en Facebook.	80
Figura 68. Perfil en Instagram Feria Empresarial.	81

INTRODUCCION

La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, es un evento organizado por estudiantes de Administración de Empresas desarrollado e implementado de forma anual, el cual busca ser un actor fundamental en el desarrollo económico de la Ciudad de Popayán y el departamento del Cauca, esto mediante la organización de espacios que permitan la muestra de nuevos proyectos, emprendimientos y empresas para impulsar la economía departamental y nacional.

El siguiente informe, recopila y muestra la información acerca de la coordinación del área de mercadeo del evento, uno de los pilares fundamentales que hace posible la realización de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. Se inicia con un primer capítulo sobre la contextualización de los actores organizadores, como lo son: la Universidad del Cauca, el programa de Administración de Empresas y en esta versión en particular, la articulación con la Red de Emprendimiento del Cauca.

En el segundo capítulo se podrá observar la descripción y justificación del problema, tomando el evento como una importante oportunidad en el entorno para ser explotada; seguido de los objetivos con los cuales se busca dar solución al problema planteado.

Posteriormente, en el capítulo tercero se describe la manera en que se desarrolló y se lograron cumplir los objetivos propuestos para la práctica profesional, realizada en la Feria Empresarial, se muestra el trabajo realizado desde la planeación del evento hasta la respectiva evaluación del mismo.

Finalizando el informe, se encontrarán los aprendizajes y conclusiones obtenidos durante la realización de la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, que tuvo como lema “Emprendiendo construimos paz”, versión que en articulación con la Red de Emprendimiento del Cauca y el evento Cauca Emprende, buscó la visualización emprendimientos desarrollados en la ciudad de Popayán y el departamento del Cauca.

CAPITULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA DEL TRABAJO

1.1 MARCO REFERENCIAL

1.1.1 Aspectos Generales de la Universidad del Cauca

El presente trabajo de práctica profesional, entre otras instalaciones, la Universidad del Cauca fue el principal lugar donde se desarrollaron diferentes actividades de este trabajo de práctica profesional. La Universidad del Cauca es un ente universitario autónomo del orden nacional vinculado al Ministerio de Educación, con régimen especial, personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera y patrimonio independiente. Fue creada el día 24 de abril de 1827 mediante decreto dictado por el presidente de la Republica Francisco de Paula Santander, en desarrollo de la Ley del 18 de mayo de 1826.

La Universidad del Cauca cuenta con una filosofía organizacional donde se define misión, visión, objetivos, principios y propósitos los cuales se referencian a continuación.

Misión:

La Universidad del Cauca:

Es una Institución de educación superior pública, autónoma, del orden nacional, creada en los orígenes de la República de Colombia. La Universidad del Cauca fundada en su tradición y legado histórico, es un proyecto cultural que tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo social, mediante la educación crítica, responsable y creativa. La Universidad forma personas con integridad ética, pertinencia e idoneidad profesional, demócratas comprometidos con el bienestar de la sociedad en armonía con el entorno. La Universidad del Cauca genera y socializa la ciencia, la técnica, la tecnología, el arte y la cultura en la docencia, la investigación y la proyección social.¹

¹ Universidad del Cauca. Acerca de Unicauca, Filosofía. Recuperado de:
<http://www.unicauca.edu.co/versionP/Acerca%20de%20Unicauca/Filosof%C3%ADa>

Visión:

Es importante saber cómo la Universidad se proyecta a largo plazo, por lo tanto, define su visión como:

La Universidad del Cauca, fiel a su lema "Posteris Lvmen Moritvrvs Edat" (Quién ha de morir deje su luz a la posteridad), tiene un compromiso histórico, vital y permanente con la construcción de una sociedad equitativa y justa en la formación de un ser humano integral, ético y solidario.²

Objetivos:

Estos ayudan a identificar los resultados que la organización desea alcanzar en un periodo de tiempo específico, por lo tanto, ayuda a guiar a la empresa de la mano de su misión y visión, así, la Universidad del Cauca define sus objetivos de la siguiente manera:

- Promover la construcción y desarrollo de una sociedad justa que propicie el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.
- Contribuir a la educación integral de los estudiantes con el propósito de formar ciudadanos capaces de interactuar positivamente en la sociedad bajo principios éticos y democráticos, fundamentados en los derechos humanos.
- Desarrollar planes, programas y proyectos de formación profesional en los niveles de pregrado y posgrado, con altos niveles de exigencia y calidad académica que coadyuven efectivamente al desarrollo sociocultural, científico y tecnológico de la región y del país.

² Universidad del Cauca. Acerca de Unicauca, Filosofía. Recuperado de:
<http://www.unicauca.edu.co/versionP/Acerca%20de%20Unicauca/Filosof%C3%ADa>

- Adelantar estrategias de coordinación y apoyo interinstitucional, con la finalidad de articular la Universidad a los procesos de apropiación de ciencia y tecnología, desarrollo social, cultural y productivo en el ámbito regional, nacional e internacional.
- Promover y fomentar estrategias de articulación y cualificación académica con los niveles de educación formal, no formal e informal para contribuir con el cumplimiento de los objetivos, propósitos y finalidades de la Ley 115 de 1994.
- Propiciar, incentivar y fortalecer los grupos de investigación y la interacción con pares académicos, con el fin de producir y validar conocimientos específicos de las ciencias, la tecnología, las humanidades, el arte y la cultura, de tal manera que aporten efectivamente a la solución de los problemas del entorno y a mejorar las condiciones de vida.
- Desarrollar proyectos pedagógicos encaminados a la creación y fortalecimiento de una cultura ambiental para la conservación del entorno, así como también del patrimonio cultural e histórico de la región.

Principios:

Para poder lograr esos objetivos impuestos por la organización, es necesario que se trabaje bajo ciertos parámetros, es por esto que la Universidad del Cauca define los siguientes principios:

- La convivencia y la tolerancia, necesarios para la consecución de la paz nacional.
- La honestidad y la responsabilidad, dentro de la pluralidad ideológica y el respeto a los derechos individuales y sociales.
- La valoración integral del ser humano, superando toda forma de discriminación e inequidad.
- La libertad y la autonomía, principios esenciales para formar personas capaces de decidir en libertad y con responsabilidad.

- La Democracia y la participación, en el marco de un Estado Social de Derecho que garantice el pleno desarrollo individual y social.

Propósitos:

Para finalizar, la Universidad del Cauca siendo consciente de su compromiso con la región y con el país, en cuanto a los procesos relacionados al mejoramiento de la calidad de la educación en términos de formación de valores, formación para el trabajo y la productividad, desarrollo del pensamiento, generación y apropiación de ciencia y tecnología, establece los siguientes propósitos institucionales:

- Reafirmar el liderazgo y la proyección de la Universidad en el contexto regional, nacional e internacional.
- Desarrollar planes, programas y proyectos de formación, investigación e interacción con la comunidad, con pertinencia académica y calidad para la excelencia y el mejoramiento continuo.
- Generar las condiciones institucionales para la adopción, adecuación y desarrollo de programas de ciencia y tecnología, con el fin de elevar los niveles de competitividad de sus procesos educativos.
- Consolidar mecanismos de participación democrática en el marco de los principios consagrados por la Constitución Política y la Ley 30 de 1992.
- Liderar procesos de desarrollo socio-cultural, científico y tecnológico, a través del cumplimiento de sus funciones de investigación, formación y servicio comunitario, procesos encaminados a mejorar las condiciones de vida de la población en la región.

Símbolos

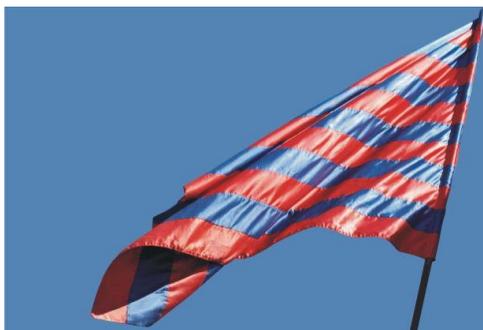


Figura 1. Bandera Universidad del Cauca.

Fuente: Universidad del Cauca

Fue adoptada por el Consejo Directivo de la Universidad del Cauca mediante el Acuerdo N° 75 del 7 de noviembre de 1922, al conmemorarse el aniversario número 95 de fundación de la institución.

La bandera está conformada por doce barras azules y rojas de igual tamaño, alternadas y colocadas perpendicularmente a la asta.



Universidad
del Cauca®

Figura 2. Escudo Universidad del Cauca.

Fuente: Universidad del Cauca

Fue adoptado por el Consejo Directivo de la Universidad del Cauca mediante el Acuerdo N° 75 del 7 de noviembre de 1922. Consta de una mano que levanta una antorcha, en cuyo entorno se puede leer la frase latina "*Posteris lumen moriturus edat*" (Quien ha de morir deje su luz a la posteridad)

1.1.2 Aspectos del Programa de Administración de Empresas

La práctica profesional de la XV Feria empresarial, es realizada por estudiantes del programa de Administración de Empresas, el cual pertenece a la facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca.

La Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas fue fundada el 5 de agosto de 1966, con el fin de cooperar con el desarrollo económico del país. Pretende participar en la formación de profesionales con altas capacidades humanas, técnicas e investigativas para dirigir, organizar y controlar los recursos de los organismos del Estado y de las empresas del sector privado en pro del ordenamiento social y económico del país.

La facultad ofrece a la comunidad cuatro programas de pregrado: Economía, Contaduría Pública, Turismo y Administración de Empresas. Este último es creado mediante la resolución N° 112 del 20 de diciembre de 1989, expedida por el honorable Consejo Superior.

De acuerdo al documento realizado por el docente de la Universidad del Cauca Mg. José Reinel Bermeo Muñoz, titulado: “Creación y desarrollo del programa de Administración de Empresas en la Universidad del Cauca”, en cuanto al tema de exigencias sobre cumplimiento de normas de calidad, registros de funcionamiento y reformas al programa, ésta ha tenido varios sucesos importantes como la obtención del Registro Calificado al programa por tercera vez hasta el año 2019, mediante la Resolución 13153 del 16 de octubre de 2012, expedida por el Ministerio de Educación Nacional (MEN) y registrada en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES). Además, mediante la Resolución 2031 del 24 de marzo de 2010 emitida por el MEN le otorga al programa de Administración de Empresas la Acreditación de Alta Calidad por un periodo de cuatro años. Y el 11 de diciembre del año 2015 mediante la Resolución 20141 emitida por la misma entidad se le otorgó la re acreditación de alta calidad para un periodo de cuatro años.

Objetivo General:

El programa de Administración de Empresas tiene como objetivo general “Aportar a la sociedad personas con alto sentido ético que armonizado a una profunda y constante capacidad de análisis en el proceso permanente de toma de decisiones, coadyuven con claridad al desarrollo de la sociedad, generando bienestar a través de su aporte a las organizaciones, a sus procesos con estrategias válidas y definitivas, y/o también creando empresas que posibiliten la construcción de valor agregado y permitan entregar un importante balance social y económico a los trabajadores, socios, clientes, proveedores y en general al contexto que le rodea”.

Objetivos Específicos:

Asimismo, cuenta con objetivos específicos definidos así:

- Formar profesionales con capacidad de profundizar e innovar el conocimiento en diferentes campos de la Administración, y que contribuyan al desarrollo social y económico del país.
- Capacitar al futuro Administrador para identificar, planear, ejecutar y evaluar proyectos en su área, que contribuyan al desarrollo productivo de la región.
- Instruir al futuro Administrador en la formulación y puesta en marcha de nuevas propuestas que fortalezcan el desarrollo académico y los grupos de investigación.
- Desarrollar entre estudiantes, egresados, profesores y otros profesionales el componente humanístico, alrededor de actividades curriculares.

1.1.3 Aspectos Generales de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca

Es importante desarrollar espacios en los cuales los mismos estudiantes realicen un contraste entre la fundamentación teórica vista en las aulas de clase con la realidad, por tal motivo, se desarrollan diferentes eventos anualmente como lo son: Gerenciarte, Tecnoinnovación, Eureka y La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. Esta última, tiene como objetivo primario:

Constituirse en un escenario interactivo entre la academia, la sociedad y el sector empresarial donde se expongan proyectos sociales empresariales y financieros que posibiliten conocer el desarrollo social y económico que se está gestando en la región.³

Tomando como referencia al documento: “*Feria Empresarial Unicauca: del aula de clases a las organizaciones latinoamericanas*” realizado por los estudiantes Andrés Mauricio Garcés y Susan Julieth García, la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca nació en el año 1997, cuando el docente Jorge Enrique Barrera en conjunto con el estudiante Andrés Maya proponen iniciar un evento de corte académico donde los estudiantes pudieran participar en actividades de emprendimiento, mostrando a la comunidad su idea de negocio o proyecto, llevando como slogan en su primera versión “*Déjate ver, te lo mostrare todo*”, contando con 20 stands y realizado en las instalaciones de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas ubicada anteriormente en la sede de Santo Domingo.

La Feria Empresarial en su II versión estuvo bajo la coordinación del Profesor y Magister Jorge Arbey Tobar Dejesús, quien decidió continuar con el evento para impulsar el desarrollo económico y el emprendimiento en el departamento, contó con la exposición de once proyectos y de igual manera fue realizada en la Facultad de Santo Domingo, en el año 2000. Gracias a los buenos resultados de ésta se dio pie a desarrollar de manera más organizada las siguientes versiones.

La III versión fue realizada en el año 2001, dirigida nuevamente por el profesor Jorge Tobar teniendo una mejor estructura, organizada por áreas y con tareas específicas con el fin de garantizar una mejor ejecución de la planeación. Su slogan fue “*Donde se gestan los grandes negocios*”, donde se contó con noventa y cinco proyectos.

En su IV versión de la feria, el profesor Jorge Tobar logro que el evento integrara actores regionales y nacionales, contando con la exposición de 119 proyectos, la vinculación de 69 empresas de la región y el ingreso aproximado de 7.280 personas al campus de Santo Domingo durante dos días.

³ “Creación y desarrollo del programa de Administración de Empresas en la Universidad del Cauca”. BERMEJO, J.R. 2016.

La V versión de la Feria empresarial fue dirigida por el docente Santiago Martínez en el año 2003 cuyo slogan fue “*Proyectándose al futuro*”, igualmente en las instalaciones de la sede de Santo Domingo. Por primera vez se le brinda importancia al componente académico donde se destinó un día para ofrecer conferencias gratuitas al público, seguido de tres días de la muestra empresarial, convirtiéndose hasta el momento en la feria más larga organizada por los estudiantes de Administración de Empresas.

Posteriormente la VI versión estuvo bajo la coordinación de la profesora Yenni Angélica Conde. Se realizó durante dos días en el año 2004 y su slogan fue “*Escenario de grandes ideas*”. Inicialmente se realizaría en el campus de Santo Domingo, pero debido a problemas de orden público enfocados en la educación, surgió un retraso de tres meses y se trasladó de lugar a la Facultad del Carmen. En esta versión, se implementó una estructura organizacional con cuatro áreas funcionales: Finanzas, Técnica, Mercadeo y Personal, además tres unidades estratégicas: local, nacional y visitantes.

En la VII versión de la Feria Empresarial, la dirección estuvo bajo la dirección del profesor Miguel Fernando López Calle en el año 2005 bajo el lema: “*un espacio para crear futuro*”. Nuevamente fue realizada en la Facultad de Santo Domingo, donde se brindó un lugar para participar de conferencias y exposiciones comerciales simultáneamente.

En el año 2005, la VIII versión trabajaron con el lema “*Jóvenes con actitud emprendedora*”, bajo la coordinación del docente Diego Cáceres. En esta oportunidad la Feria Empresarial se traslada y se realiza en las nuevas instalaciones de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas en el sector de Tulcán, donde por primera vez, la Feria se realiza con la división de tres pabellones: **A**, para pequeñas, medianas y grandes empresas; **B**, para los proyectos de Universidades e Institutos y **C**, para las comunidades de negocios donde llevan a cabo las muestras.

La IX versión de la Feria Empresarial fue realizada en el año 2008 a cargo del Profesor Cesar Osorio, bajo el lema “*Déjese ver, es su oportunidad*”. En esta ocasión, los stands fueron distribuidos para que los asistentes iniciaran el recorrido en la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, y terminaran en el Centro Deportivo Universitario (CDU), sin embargo por inconvenientes climatológicas, el número de asistentes disminuyó en gran medida.

En la X versión de la Feria Empresarial, la coordinación estuvo a cargo del Profesor Héctor Alejandro Sánchez, con el slogan “*Hagamos negocios*”, se realizó en el año 2010 nuevamente en la Facultad de Santo Domingo. Se nombra un gerente comercial, un gerente financiero y un gerente de logística para que fueran los responsables de aspectos generales, de igual manera introduce gerentes de actividades o de proyectos. Aquí aparece como estrategia de promoción la rueda de prensa donde se ofrece una programación más amplia al público. Esta versión tiene hasta la actualidad, el record de tener la mayor cantidad de visitantes, con un aproximado de 15.000 personas.

En cuanto a la XI versión de la Feria Empresarial:

Fue coordinada nuevamente por el docente Héctor Alejandro Sánchez quien decide reiterar la estrategia de montar la feria sobre una gran estructura donde se colocaban proyectos que eran liderados por sus respectivos gerentes. Se siguen utilizando las estrategias que en la versión anterior resultaron exitosas y se resuelve realizar el evento en la sede de Tulcán a pesar del temor a un fracaso, debido a los resultados que se obtuvieron con la novena feria, sobre todo debido al cambio de sede.

A causa de la Asamblea estudiantil del año 2011, la décimo primera feria tuvo que ser aplazada en dos oportunidades y debió ser realizada dos semanas después de Semana Santa de 2012, convirtiéndose en un reto para los organizadores, pues la Semana Mayor es el evento insignia de Popayán, donde la actividad económica se incrementa debido a la concentración de turistas que llegan a la ciudad atraídos por el patrimonio cultural, religioso y por las muestras comerciales que tradicionalmente se realizan en esta época del año.

A pesar de todos los contratiempos por el aplazamiento, cambio de sede y la presión de entrar a competir con los eventos de Semana Santa, se logró ofrecer una feria que durante cuatro días cumplió con las expectativas de los visitantes, expositores, aliados estratégicos y organizadores extendiendo su impacto al ámbito latinoamericano.⁴

En el año 2013 se realizó la XII versión en las instalaciones de la Facultad del Claustro de Santo Domingo, con el slogan “*Cauca territorio de oportunidades*”, bajo la dirección del docente Franklin Mosquera. Para esta versión, los organizadores presentaron como novedad el enfoque regional de dicha Feria Empresarial, por lo que se buscó la participación de empresarios de los diferentes municipios del Cauca. Además, en esta versión, se crea el logo actual de la Feria Empresarial, el cual va a ser utilizado en las posteriores versiones, incluyendo a la última versión de la Feria Empresarial.

En la XIII Versión, llevó el slogan: “*El Cauca un destino por descubrir*”, realizada en el año 2014, bajo la coordinación del docente Franklin Mosquera, esta versión conto con el apoyo de la Gobernación del Cauca y la Corporación Mixta de Turismo del Cauca. Esta versión contó con tres componentes principales: El Componente Empresarial, el cual buscó vincular al sector empresarial e industrial del departamento del Cauca al desarrollo del sector turístico como estrategia de desarrollo económico. El Componente Turístico, el cual pretendió generar conciencia sobre las potencialidades del turismo para el desarrollo del departamento, a través de la proyección de atractivos turísticos caucanos y el Componente Cultural, el cual buscó posicionar al turismo cultural y el fomento de la cultural como una de las potencialidades de la región.

Por último, la XIV versión de la Feria empresarial estuvo bajo la dirección de la profesora Isabel González, con el slogan: “*Impulsando el Desarrollo Regional*”. En esta ocasión, la muestra empresarial y la agenda académica principal se trasladaron al centro de Convenciones Casa de la Moneda, teniendo además, talleres de capacitaciones y conferencias para los emprendimientos y estudiantes en las instalaciones de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas.

⁴ Trabajo de grado: “Feria Empresarial Unicauca: Del Aula De Clases A Las Organizaciones Latinoamericanas”. Por: Andrés Mauricio Garcés Quirá y Susan Julieth Rojas García (2012)

En esta ocasión en especial, la XV Feria Empresarial de la Universidad el Cauca, se encuentra bajo el marco de la I versión del evento Cauca Emprende, desarrollado por la Red de Emprendimiento del Cauca, la cual está compuesta por diferentes actores como lo son: La alcaldía de Popayán, la Gobernación del Cauca, la Cámara de Comercio del Cauca, Centro Regional de productividad e innovación del cauca, la Universidad del Cauca, el Colegio Mayor del Cauca, la Corporación Universitaria Comfacauca, el Centro de Empleo y emprendimiento del Cauca, Fundación Universitaria de Popayán, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Universidad Cooperativa de Colombia, Creativ e Innovación Cauca.

Es importante aclarar que, aunque la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca estaba bajo el marco de Cauca Emprende, dentro de las negociaciones con la Red de emprendimiento del Cauca, se dio total autonomía en la parte de Mercadeo por parte de cada ente o institución.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

1.2.1 Emprendimiento y su impacto en el desarrollo

La Feria Empresarial en su XV versión “Emprendiendo Construimos Paz” brindó un espacio para la visualización de emprendimientos que han surgido a nivel local y regional, impulsando el desarrollo del departamento y de esta forma contribuir al fortalecimiento de los mismos.

La palabra “emprendimiento” se deriva del término francés entrepreneur, que significa: “estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo o el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre”

Sin embargo, con el paso del tiempo, el concepto ha cambiado. Hoy día el término emprendimiento “caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas”

De acuerdo a las disposiciones generales consagradas en la Ley 1014 de 2016, se define el Emprendimiento como “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad”⁵.

El emprendimiento es un término muy utilizado actualmente que ha venido ganando importancia, debido a la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

El espíritu emprendedor proviene de aquellas personas que piensan y desean poder independizarse y alcanzar una estabilidad económica, el desempleo y la baja calidad de los empleos que existen son algunos de los factores determinantes para que las personas piensen en incursionar en el mundo de los negocios y generar sus propios recursos, poder avanzar y tener la posibilidad de pasar de ser empleados a empleadores.

A nivel local, el Municipio de Popayán dentro del Plan Local de Empleo (PLE) determina a el emprendimiento como uno de los actores estratégicos para la disminución del desempleo siendo éste una tendencia que contribuye al desarrollo del Municipio en la generación de nuevas empresas, en el año 2010, se creó la Red Regional de Emprendimiento del Cauca, con el objetivo de promover el desarrollo económico regional, la creación de empresas, el fortalecimiento de la competitividad y productividad, creando políticas, que permitan el fomento a la cultura de emprendimiento en el Cauca; igualmente, establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento, según las necesidades y los planes de desarrollo, según la orientación y principios generales de la Red de Emprendimiento Nacional y constituirse como articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo. De igual manera, el Fondo Emprender, coordinado por el SENA, ha permitido la financiación y asistencia a nuevas unidades productivas para la ciudad.

⁵ Alfonso Rodríguez Ramírez, Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial.

En una forma más general y destacando la importancia del emprendimiento a nivel Nacional se han establecido programas que permiten la inclusión de las nuevas ideas de la población. El Departamento para la Prosperidad Social DPS establece tres programas que contribuyen al desarrollo del país, las cuales giran en torno al emprendimiento.

Por medio del programa de Emprendimiento Individual, el DPS busca fortalecer emprendimientos en desarrollo mediante estrategias dirigidas a la capitalización y desarrollo de las capacidades productivas y empresariales para la generación de ingresos autónomos y sostenibles. Esto se hace acorde con el perfil socio productivo, el encadenamiento comercial y el contexto territorial, contribuyendo así, a la estabilización socioeconómica de la población participante.

Otro programa que ofrece el DPS es el de Emprendimiento Colectivo, con el cual se busca crear condiciones óptimas para el fortalecimiento de las organizaciones productivas conformadas por población en situación de vulnerabilidad. Esto se hace a través de la generación de ingresos, empleo, e integración de las instancias locales que promueven el desarrollo competitivo de las regiones de intervención.

Por otro lado el Programa “*Mi Negocio*” que gestiona el DPS, busca generar oportunidades y desarrollar capacidades, orientadas a la creación y/o desarrollo de proyectos productivos, que se conviertan en un medio para la generación de ingresos a través del acceso a la acumulación de activos que les permita una inclusión productiva sostenible.

Considerando lo anteriormente mencionado, se determina la importancia que ha venido adquiriendo el emprendimiento en los diferentes escenarios organizacionales y del mismo modo se puede describir éste como uno de los principales motores de la economía que contribuye a impulsar los niveles de desarrollo.

1.2.2 Ferias Empresariales

Las ferias empresariales son espacios comerciales donde empresarios, emprendedores de diferentes o mismos sectores, buscan dar a conocer y ofertar sus bienes y/o servicios en un tiempo determinado. Los asistentes de una feria empresarial pueden ser público en general o profesionales de un área específica, dependiendo de la temática que tenga como tal la feria o en otras circunstancias de ingreso de carácter mixto.

La feria es una actividad empresarial donde busca promocionar emprendimientos y hacer negocios mediante la exposición de los productos y servicios en un stand; también el emprendedor mediante sus relaciones busca obtener aliados estratégicos como inversionistas o proveedores, y definir como tal un mercado meta al cual dirigirse.

Al planear una feria empresarial se generan nuevas oportunidades de publicidad, promoción y comercialización, por lo tanto, en la etapa de planeación, se deben tener claros los objetivos, basados en elementos de calidad, cantidad, tiempo e innovación; de tal manera que los indicadores relacionados reflejen los aportes y cambios que se han propuesto conseguir.

Objetivos de una feria

- Dar a conocer bienes y servicios exhibidos en la feria.
- Identificar competidores actuales y potenciales.
- Buscar alianzas estratégicas.
- Fomentar las relaciones de negocios con los compradores, en busca de la oportunidad para hacer negocios.
- Indagar mecanismos de comercialización.
- Investigar el mercado actual
- Conseguir contactos en un tiempo breve
- Conocer la opinión de los visitantes y empresarios sobre los productos y servicios ofrecidos.

Ventajas de una feria

Teniendo claro la importancia de una feria empresarial, hay beneficios que dejan tanto para el expositor como para el visitante:

- Dentro de las ventajas principales que se tiene al participar en una feria es encontrar un significativo número de clientes en un solo sitio, a través de la buena promoción que se realice para concretar la asistencia de invitados a la feria, esto ayuda al expositor a promocionar por su cuenta el producto y/o servicio, obteniendo grandes ventas, proveedores, distribuidores, o aliados estratégicos para expandir su mercado.
- Las ferias sirven para conocer fortalezas y debilidades que se tienen a la hora de entrar a competir con un emprendimiento en un sector, principalmente sirve como un medio para una investigación de mercado donde puedes conocer las diferentes opiniones que tienen los clientes de tu producto y promocionar tu marca.
- Son el lugar idóneo para establecer contactos comerciales, encontrarse con los clientes habituales y captar nuevos clientes, ofreciendo nuevos servicios y/o productos y conocer las tendencias actuales del mercado
- Crea un valor agregado, a través de los conocimientos sobre temas de interés empresarial, que proporcionan las conferencias técnicas y asesorías que se presente en los diferentes días que se encuentre la feria

Lo recomendable para una feria es la diversidad en cuanto a los emprendimientos, para así conocer todos los avances que se están efectuando en la región, se deben tener ideas innovadoras y creativas en mercadeo, publicidad y otros, desarrollando de esta manera una buena promoción y un mayor impacto en el mercado y público objetivo.

1.2.3 Mercadeo

El mercadeo puede ser definido como *“un proceso social por el cual tanto grupos como individuos consiguen lo que necesitan y desean mediante la creación, la oferta y el libre intercambio de productos y servicios de valor para otros grupos o individuos”*. (KOTLER, Philip, KELLER, Kevin. 2006).

Dentro de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, se trabajó arduamente en el Branding: *“Proceso de construir una posición favorable dentro de un mercado específico para un producto o servicio de una compañía en las mentes de los consumidores. Las empresas son dueñas de fábricas y marcas registradas, pero en definitiva los consumidores son los verdaderos dueños de las marcas”*. (ONTIVEROS, Diego. 2013)

Por lo que dentro de los objetivos que se conciben dentro de organización, concretamente, desde el área de mercadeo tomando en cuenta el branding, es el posicionamiento, definido como: *“Una posición de un producto, es la forma en que los consumidores definen el producto con base en sus atributos importantes; es decir, el lugar que ocupa en la mente de los consumidores, en relación con los productos de la competencia”*. (KOTLER, ARMSTRONG, 2012).

Pero para poder dar a conocer un bien o servicio, y que este en un periodo de tiempo determinado se posicione en la mente de un consumidor, debe existir dentro de la organización un proceso de comunicación de marketing donde *“son el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la “voz” de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores”* (KOTLER, Philip, KELLER, Kevin. 2006).

1.2.4 Marketing digital

“Consiste en usar tecnologías de la información basadas en internet y todos los dispositivos que permitan su acceso para realizar comunicación, con intención comercial entre una empresa y sus clientes o potenciales clientes” (Junta Castilla y León, Red de asesores tecnológicos & Consejo Regional de Cámaras de Comercio e Industria de Castilla y León, 2012, p.11)

1.3 Marco legal

1.3.1 Normas de carácter Nacional

El desarrollo de eventos como lo es la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, se rige por normas nacionales, las cuales regulan su respectiva ejecución, con el fin de salvaguardar la integridad humana, los derechos de autor y la conservación de los monumentos y/o centro históricos que hacen parte del patrimonio Nacional. Por lo tanto, la circular número 18 del 27 de enero de 2012 señala lo siguiente en unos de sus apartados con relación al cumplimiento de las normas sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos: *“En este sentido, es importante precisar que los responsables de eventos públicos (conciertos, festivales, reinados, ferias y similares) donde se pretendan comunicar obras musicales en vivo, se encuentran en la obligación de acreditar ante la autoridad competente la obtención de la autorización y el comprobante de pago por concepto de derecho de autor de los titulares o sus legítimos representantes”*. Se hace necesario citar la anterior norma, debido a que en la ejecución de la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, se usaron obras y presentaciones musicales para ambientar el evento y para finalizar el mismo.

Continuando con la normatividad vigente de carácter nacional, para actividades de comunicación que se desarrollaron desde el área de mercadeo en la realización de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca CONARP (Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria), señala lo siguiente respecto al mensaje que se transmite:

El Código es aplicable al mensaje comercial en su integridad, en contenido y forma, incluyendo en consecuencia todas las palabras y números, elementos y presentaciones visuales y auditivas, efectos musicales y de sonido y cualquier material visual y sonoro que se origine en todo o en parte de otras fuentes, que sea utilizado para la promoción de cualquier clase de bienes y servicios, a través de los diferentes medios utilizados para llegar al público.

En el Artículo 9 de la LEY 140 DE 1994 se consagra que:

La Publicidad Exterior Visual no podrá contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal ni que atenten contra las leyes de la moral, las buenas costumbres o conduzcan a confusión con la señalización vial o informativa. En la Publicidad Exterior Visual, no podrán utilizarse palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el debido respeto a las figuras o símbolos consagrados en la historia nacional. Igualmente se prohíben las que atenten contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos.

Es así como la Feria Empresarial para su respectiva ejecución de sus actividades de comunicación en la XV versión, actuó bajo la normatividad vigente de carácter Nacional.

1.3.2 Normas de carácter Departamental

Para el orden departamental no hay norma que rijan directamente para el uso de espacios relacionados con actividades propias de mercadeo, pues se conciben las de carácter nacional, que se trataron anteriormente.

1.3.3 Normas de carácter Municipal

En el perímetro urbano de la ciudad de Popayán, se deben considerar los respectivos permisos de uso de suelo para poder disponer de espacios públicos, en los cuales, se pueda desarrollar las actividades de mercadeo en lo que respecta a la promoción, en este caso para la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. En el DECRETO NÚMERO 20141900002395 DEL 03 DE MARZO DE 2014, señala lo siguiente sobre la reglamentación de la publicidad visual exterior y los avisos publicitarios del municipio de Popayán, en su artículo 3:

No está permitido colocar avisos bajo las siguientes condiciones: a) Los avisos volados salientes de la fachada. b) Los que sean elaborados con pintura o materiales reflectivos. c) Los pintados o incorporados en cualquier forma a las ventanas o puerta de la edificación. d) Los adosados o suspendidos en antepechos al segundo

piso, y e) Los que no se encuentran adscritos dentro del artículo 1 del Presente Decreto.

Continuando con el Decreto Municipal, mencionado en el párrafo anterior, en su artículo 23 señala:

Publicidad. No se permitirá la colocación de propaganda política, publicidad de eventos, afiches, pendones, pasacalles y vallas en todo el Sector Antiguo de Popayán. La colocación de lábaros será permitida para eventos especiales previa solicitud escrita a la Oficina Asesora de Planeación Municipal para el plazo y permiso de instalación. No se permitirá la ubicación de pendones, o afiches colgados sobre las fachadas, o colgados a balcones, ventanas, dinteles, cornisas, aleros y otros.

Es así, que para la ejecución de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, en su XV versión, se hace el debido acatamiento de las normas municipales.

1.3.4 Normas internas de la Universidad del Cauca

En la Universidad del Cauca está el Manual de Identidad Corporativa Universidad del Cauca, aspecto que concierne al área de mercado de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, en este, especifica la manera en que se debe usar los respectivos emblemas como son la bandera y el escudo. Para este informe se tendrá solamente presente el Escudo, emblema utilizado en las diferentes piezas publicitarias realizadas para la promoción de la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

El documento es claro, al enfatizar que el escudo no se debe manipular de tal manera que este se deforme, como lo expresa la siguiente imagen:

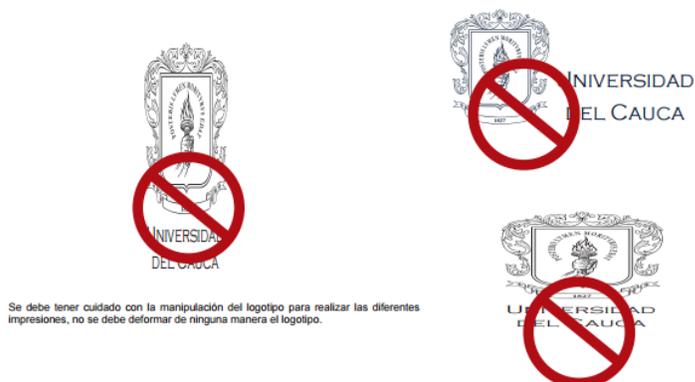
Uso No permitidos

Figura 3. Uso no permitido del escudo de la Universidad del Cauca.

Fuente: Manual de Identidad Corporativa Universidad del Cauca.

En el mismo documento expresa los colores permitidos para el escudo, que se pueden utilizar en formato CMYK para piezas impresas y RGB para contenido digital, en la imagen que se presenta a continuación detalla mejor la aseveración.

Correspondencias de Color

Este Logosimbolo se formula en CMYK para efectos de impresos y en RGB para efectos digitales de la siguiente manera:

	CMYK 100C 90M 60Y 50K RGB 15R 32G 65B		CMYK 0C 100M 100Y 30K RGB 175R 0G 0B		CMYK 0C 0M 0Y 100K RGB 0R 0G 0B
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Figura 4. Colores permitidos por la Universidad del Cauca.

Fuente: Manual de Identidad Corporativa Universidad del Cauca.

Todo lo anterior se tuvo en cuenta para la ejecución de la XV versión de la Feria Empresarial del Alma Mater, pensado en que cada pieza publicitaria realizada para el evento no afectara la imagen de la Universidad y, a su vez, tampoco atentara contra su propio diseño y estructura.

2 CAPITULO II. PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

2.1 Problema de Investigación

2.1.1 Descripción del problema

La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca es un evento organizado por estudiantes y profesores del programa de Administración de Empresas. Esta feria que nació en el año de 1997, y desde su creación hasta el momento de realizar este trabajo se han desarrollado catorce (14) versiones, cada una con su respectivo enfoque y lema establecido. Según informes de la feria empresarial del año 2012 y 2013, el evento se realizó continuamente en las instalaciones de la Universidad del Cauca; sin embargo, la décimo tercera versión marcó un hito relevante, se decide “sacarla” del campus universitario y llevarla a un nuevo escenario, el centro de convenciones Casa de la Moneda, a fin de establecerse como un evento de carácter regional. De igual manera la siguiente versión se realizó en este sitio y se denominó “Impulsando el Desarrollo Regional”.

Teniendo en cuenta el auge que ha tenido el evento y la intención de la Universidad del Cauca y el programa de Administración de Empresas de mantener comunicación continua con el sector empresarial, surge la necesidad de realizarse anualmente la Feria empresarial, generando espacios donde los emprendedores que poseen ideas de negocios y empresarios logren dar a conocer sus productos y servicios. De acuerdo con lo anterior nace la importancia de realizar la XV Feria Empresarial, para que los actores de este logren alcanzar los objetivos que se plantean siendo parte del evento.

2.1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son las actividades necesarias en el área de mercadeo para desarrollar la décimo quinta versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca?

2.2 Justificación

Es necesario entender la importancia del área de mercadeo dentro de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, por lo cual se retoma una definición dada por la AMA (American Marketing Association) “*Marketing es una función organizacional y un conjunto de procesos para generar, comunicar y entregar valor a los consumidores, así como para administrar las relaciones con estos últimos, de modo que la organización y sus accionistas obtengan un beneficio*”. Teniendo en cuenta lo anterior, podemos entrever que el mercadeo dentro de la décima quinta versión, busca no solo ofrecer beneficios que ayuden a los emprendimientos, a la academia, a la comunidad en general, sino también, crear una relación de confianza con los mismos, a través de la visibilidad que se le otorga al evento de manera previa y posterior a su ejecución. Por lo que el Mercadeo se convierte en un área importante y vital para el evento, es gracias a esta y a sus respectivas actividades, con las que el público objetivo podrá visualizar e informarse de lo que se está realizando al interior de la misma.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo General

Realizar la Décima quinta versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca coordinando el área de mercadeo a realizarse en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda de la ciudad de Popayán.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Diseñar el plan de trabajo para el área de mercadeo de la XV Feria Empresarial de la Universidad del Cauca
- Ejecutar el plan de trabajo establecido para el área de mercadeo de la XV Feria Empresarial de la Universidad del Cauca
- Apoyar las diferentes áreas de la Feria Empresarial los días del evento.
- Realizar el cierre y evaluación de la XV Feria Empresarial

3 CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA

3.1 Diseño de estrategias de mercadeo para la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca

Para la ejecución de la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca se realizó previamente un análisis, con el fin de conocer el estado actual del evento y, a partir de este diagnóstico se dio inicio al plan de marketing que se efectuaría en esta XV versión.

Dentro del logo de la Feria Empresarial, encontramos 5 colores, en la etapa de planeación se decidió usar el color naranja, ya que es un color muy vibrante y energético, es cálido, acogedor y extravagante. El color naranja hace que un producto sea más accesible y este impacta a una amplia gama de personas, tanto hombres como mujeres.

Para la definición del slogan de esta XV versión de la Feria Empresarial, se realizó una lluvia de ideas con todo el equipo organizador y posteriormente se realizaron una serie de filtros para escoger el slogan más adecuado para esta versión. Es así, como el slogan de la XV Feria Empresarial de la Universidad del Cauca es: “Emprendiendo Construimos Paz”.

La herramienta utilizada para realizar el diagnóstico fue la Matriz DOFA. En esta se identificaron tres (3) elementos por cada variable, es decir: tres (3) Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas respectivamente. El resultado del ejercicio fue el siguiente:

Tabla 1. Matriz DOFA.

VARIABLES INTERNAS	VARIABLES EXTERNAS
<p>+ Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Talento humano comprometido • Alianzas estratégicas <p>- Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos • Equipo de trabajo reducido • Falta de comunicación 	<p>+ Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de nuevos emprendimientos • Nuevas tecnologías de información • Localización de la feria <p>- Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visibilidad de la Feria Empresarial • Difícil captación de emprendimientos, por eventos simultáneos • Cambios climáticos

Una vez definidas las variables con las que se contaban al interior del equipo organizador y, las variables externas, las cuales se debían afrontar y aprovechar, se realizó a través de una reunión un ejercicio de generación de ideas para poder identificar la estrategia de mercadeo a seguir en la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca; para esta actividad, se tuvo en cuenta los informes de versiones anteriores y aportes de algunos de sus respectivos organizadores, insumos que fueron de gran utilidad para el ejercicio. El eje central de la actividad realizada fue: trabajar con el mismo producto (Feria), los clientes actuales y consecución de nuevos clientes, de tal forma que se diera no solo a conocer el evento para su pertinente participación, sino también, crear una recordación en la mente del público objetivo, que para la Feria Empresarial son: empresarios, emprendedores, academia (docentes y estudiantes) y sociedad en general.

El resultado del trabajo realizado a partir del Brainstorming arrojó que para la ejecución de la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, se debía realizar una estrategia intensiva de penetración de mercados y desarrollo del mercado, por lo que, para su desarrollo se utilizaron actividades de promoción, las cuales se enfocaron en el marketing digital como medio de difusión masiva. A continuación, se lista en una tabla las actividades de promoción que se planearon.

Actividades de Promoción

Tabla 2 .Actividades de Promoción.

Publicidad Tradicional	<ul style="list-style-type: none"> • Valla • Pendones • Backing • Afiches • Volantes • Pasacalles • Saloneo
Relaciones Públicas	<ul style="list-style-type: none"> • Radio • Rueda de prensa • Centro Comercial Campanario
Marketing de Guerrilla	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento Feria Empresarial
Marketing Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas en Redes sociales • Marketing de contenidos • Relaciones publicas
Marketing Interactivo	<ul style="list-style-type: none"> • Paletas en madera con emojis con el marco referente a Instagram

Una vez definida la estrategia de mercadeo a desarrollar, junto con las actividades de promoción concebidas y sus respectivos medios, se decide después de una sesión grupal del área de mercadeo detallar la cantidad de las actividades y piezas publicitarias a materializar.

Tabla 3. Actividad o piezas publicitarias.

ACTIVIDAD O PIEZA PUBLICITARIA	CANTIDAD
Volantes y programación	1000
Afiches 50 x 35	200
Marco de Instagram y Paletas	1
Valla promocional instalada	1
Cuñas radiales	2
Lanzamiento	1
Pasacalles 5m x 1	2
Pendones 2m x 1m	3
Backing 3m x 2,5m	1
Rueda de prensa	1
Videos	1
Campañas de marketing digital	3

Las actividades de marketing digital se desarrollaron faltando aproximadamente 3 meses a la realización del evento, generando contenido de interés para los seguidores de nuestras redes sociales (emprendedores, empresarios, estudiantes, etc.). Las campañas pagas en la red social Facebook se ejecutaron con 3 semanas de antelación. Se realizaron diferentes tipos de campaña:

1. **De interacción:** Para obtener datos de emprendimientos interesados en los stands
2. **De alcance:** difundir de manera masiva el evento
3. **De reproducción de video:** Para promocionar los videos realizados para promocionar el evento

Cabe aclarar que la publicidad orgánica en redes sociales dirigida a los emprendimientos y empresas se realizó con 2 meses de anticipación, quienes apalancaron la financiación del evento, siendo estos a su vez, los actores principales de la Feria.

Las actividades Marketing tradicional fueron dirigidas al público en general de la ciudad de Popayán y fueron desarrolladas faltando aproximadamente 3 semanas antes del evento

El costo total de las actividades de promoción dentro de la estrategia intensiva de penetración de mercado y desarrollo del mercado, planeadas para la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca fue de un promedio de dos millones setecientos mil pesos moneda corriente (\$2.700.000.00).

3.2 Implementación de estrategias de mercadeo en la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca durante sus diferentes versiones, se ha enfocado en la satisfacción de expositores, conferencistas, patrocinadores y visitantes, por tal motivo ha implementado estrategias de mercadeo que ayudan a la difusión del evento y con las cuales se pretende que haya una mejor recordación de ésta con el paso del tiempo.

Teniendo en cuenta lo anterior, para la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca se trabajó la estrategia intensiva de penetración de mercado y desarrollo de mercado, para ello las actividades de promoción que se implementaron fueron:

- Publicidad tradicional
- Relaciones públicas
- Marketing de guerrilla
- Marketing digital
- Marketing interactivo

Por tal motivo, se describirá de forma cronológica las diferentes actividades que se realizaron para el cumplimiento de cada una de las estrategias mencionadas con anterioridad.

3.2.1 Publicidad Tradicional

La publicidad tradicional es una forma directa del marketing donde organizaciones construyen y envían sus mensajes para ofrecer un producto, servicio, idea o evento. Este tipo de publicidad ofrece material impreso, los cuales pueden ser los únicos que alcanzan a un grupo en particular de personas, sin embargo se puede considerar costoso y difícil de medir los resultados.

Para la divulgación de información relevante de la XV versión de la Feria Empresarial, y como parte de las negociaciones con los patrocinadores, se acordó que estarían publicidad tradicional impresa específica de la Feria Empresarial. Se utilizaron diferentes formas de publicidad tradicional, las cuales se describen a continuación:

- Valla Sector Torre Molinos



Figura 5. Valla ubicada en el sector de Torre Molinos.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Inicialmente fue necesario hablar con la persona encargada de otorgar el permiso de uso de la Valla ubicada en el sector de Torre Molinos, la jefa de comunicaciones de la Universidad del Cauca, la señora Martha Pilar Campos. Después de otorgarnos la autorización de este espacio, se diseñó una valla con dimensiones de 4mts.x12mts. El material de impresión fue en lona. La producción e instalación la realizó la empresa de diseño contratada por los organizadores de la Feria Empresarial.

Se pretendía la instalación de varias vallas en diferentes lugares estratégicos de la ciudad, sin embargo fue difícil conseguir el dinero para su producción y de igual manera para su instalación.

- Pendones

Para la realización de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca se diseñaron diferentes tipos de pendones, con el fin de cumplir una función informativa. Además, se utilizaron de manera estratégica en la facultad de Ciencias Contables, días antes del evento, en la rueda de prensa, en el Centro Comercial Campanario y en las diferentes actividades en el día del evento.

- Pendones Feria Empresarial



Figura 6. Pendones Feria Empresarial.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

En primer lugar, uno de los pendones fue expuesto constantemente días antes del evento en la entrada del CES, como fuente de información para estudiantes, docentes y administrativos interesados, así como también se utilizó en la rueda de prensa del evento Cauca Emprende posteriormente se utilizaron en el lanzamiento de la Feria empresarial en la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Por último, estuvieron expuestos en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda durante los días del evento. Sus dimensiones fueron de 1mtx2mts. En estos diseños, contaron con un espacio promocional nuestros patrocinadores.

- Pendón de Bienvenidos



Figura 7. Pendón de Bienvenidos.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Este pendón fue utilizado en la entrada del Centro de Convenciones Casa de la Moneda, dando la bienvenida a la XV versión de la Feria Empresarial, este pendón tiene 1mts.x2mts de dimensiones.

- Backing

Se les prometió a los patrocinadores oficiales ser parte del Backing de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. Por tanto, días previos a la feria y con la confirmación de los patrocinadores y aliados más importantes, se mandó a producir un backing con dimensiones de 2mts x 3mts



Figura 8. Backing de la Feria Empresarial.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

En el Backing de XV Feria Empresarial, estuvieron los siguientes logos: Feria Empresarial, Programa de Administración de Empresas Acreditación de Alta Calidad, Universidad del Cauca, Centro de Estudios y Soluciones (CES), Bancompartir, Cámara de Comercio del Cauca, Focus, Dinamo, EFC y Harry Castaño entrenador personal, Coca Nasa, Centro Protegemos y los 50 Años de la Facultad de Ciencias, Contables, Económicas y Administrativas.

El Backing se expuso en la entrada del Centro de Convenciones Casa de la Moneda durante los días del evento.

- Afiche de Programación



Figura 9. Afiche de programación.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Los afiches contaban con la programación detallada de las conferencias de carácter nacional e internacional, del evento Cauca Emprende, en articulación con la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, de igual manera, se mencionaba los organizadores y los patrocinadores del evento.

- Afiches de información del evento Cauca Emprende



Figura 10. Afiche de bienvenida para estudiantes.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Los afiches del evento Cauca Emprende, no fueron diseñados por los organizadores de la Feria Empresarial, si no, por parte de la Red de Emprendimiento del Cauca, pero fuimos los encargados de publicitarlos. Donde daba la información de la fecha y del lugar, de los eventos involucrados, entre ellos la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, y en la parte inferior todos los actores que pertenecen a la Red de Emprendimiento del Cauca.



Figura 11. Afiches en Carteleros de la Universidad del Cauca.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Estos afiches se colocaron en puntos estratégicos en las carteleros de las diferentes Facultades de la Universidad del Cauca, junto a los afiches de la Feria Empresarial.

- Pasacalles



Figura 12. Pasacalle Feria Empresarial Unicauca.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Fueron diseñados dos pasacalles donde se le brindaban información de la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. Inicialmente se habían previsto 6 puntos importantes de la ciudad donde poner los pasacalles, debido a falta de presupuesto, y al corto tiempo que teníamos en cuanto al tema de los permisos otorgados por la alcaldía, nos vimos en la obligación de tomar la decisión de poner los pasacalles en 2 puntos estratégicos en la Universidad del Cauca. Igualmente se pidieron los permisos correspondientes, los cuales, la Universidad los otorgo el mismo día que se solicitaron.



Figura 13. Pasacalle en el sector del Colegio Champagnat.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Los pasacalles fueron exhibidos en el puente que comunica la Facultad de Ingenierías con la Facultad de Educación de la Universidad del Cauca en la Carrera 2, y el otro pasacalle fue expuesto en la entrada de la Facultad de Ciencias Contables.

- Volantes



Figura 14. Volantes.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial

Los volantes contaban con el mismo diseño de los afiches de la Feria Empresarial, con el fin de poder repartirlos con mayor facilidad y el público en general pudiera obtenerlos y guardarlos, para tener consigo toda la información de la programación de la agenda académica del evento Cauca Emprende en articulación con la XV Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

- Escarapelas



Figura 15. Escarapelas.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Las escarapelas fueron entregadas a cada uno de los expositores y emprendimientos con su respectivo nombre, y el nombre del stand, con el propósito de brindar identificación dentro del Centro de Convenciones Casa de la Moneda.

- Saloneo



Figura 16. Saloneo.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial

Para informar del evento a todos los estudiantes de la Universidad del Cauca y cumplir con la asistencia de público prometida por parte de los organizadores de la Feria Empresarial a sus expositores, se hizo la visita a los salones en las diferentes Facultades de la Universidad del Cauca donde se dio toda la información del evento Cauca Emprende y de la XV Feria Empresarial, donde,

paralelamente, aprovechamos la oportunidad para colocar los afiches en las carteleras de las Facultades y donde se entregaban los volantes de la XV Feria Empresarial.

3.2.2 Relaciones públicas

Hace referencia a la gestión de comunicación entre una organización y la comunidad. En este caso, era de vital importancia que el área de Mercadeo de la Feria Empresarial utilizara diferentes espacios o medios para dar información a las personas sobre el evento, además, de realizar una Rueda de Prensa donde se pudiera interactuar y conocer a fondo los objetivos, organizadores, aliados y patrocinadores del evento Cauca Emprende, en relación con la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

- Radio

Se tuvo la oportunidad de asistir a la emisora de la Universidad del Cauca para cumplir con la función de informar y de igual manera persuadir a las personas para asistir al evento.

Contamos con un espacio los días jueves en horas de la mañana (7:00 a 8:00 am) durante tres semanas previas al día del evento, en el programa “La Franja” en la radio de la Universidad del Cauca, donde tuvimos varios invitados especiales y hablamos de un tema específico cada semana.



Figura 17. Emisora.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial

La primera sesión en el programa contamos con los organizadores de la Feria Empresarial, donde hablaron de la Feria Empresarial y su trayectoria, de los diferentes paquetes promocionales para la vinculación de patrocinadores y la invitación a los expositores que quisieran ser parte de la

Feria Empresarial con un stand los días del evento en la Casa de la Moneda, finalizando con la invitación al público en general de asistir los días del evento a la Casa de la Moneda.



Figura 18. Emisora.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial

Posteriormente la segunda semana en el programa, tuvimos como invitados la directora de la XV Feria empresarial, la profesora Isabel González y a un representante fuera de la Universidad del Cauca de la Red de emprendimiento del Cauca el sr. Juan Camilo Medina, quienes tocaron los temas del evento Cauca emprende en articulación con la XV Feria empresarial, hablaron acerca de la Red de Emprendimiento del Cauca y todos sus actores y de nuevo haciendo la invitación al público en general de asistir al evento.



Figura 19. Emisora.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial

Finalizando, en la última sesión en el programa y en la semana posterior al evento, tuvimos como invitados 2 estudiantes del voluntariado de la Feria Empresarial, donde contaban la experiencia de ser voluntarios del evento organizado por estudiantes de Administración de Empresas, siendo ellos estudiantes de otras carreras, contaron sus expectativas y deseos, invitando a los estudiantes de otras carreras, a unirse en la próxima versión de la Feria Empresarial, haciendo énfasis en los aprendizajes que podrían tomar del evento y de la experiencia única de ser voluntarios en un evento de tal magnitud. Queremos hacer énfasis en la importancia del manejo del voluntariado dentro de las áreas de la Feria Empresarial, reconociéndolos como un pilar importante en la realización del evento y de todas las actividades que lleva consigo.



Figura 20. Emisora.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial

De igual manera, con la ayuda del centro de Comunicaciones de la Universidad, se logró hacer una cuña donde se daban datos importantes en relación con el evento de la Feria Empresarial, la cual era reproducida en varias ocasiones en el transcurso del día.

- Stand en el Centro Comercial Campanario

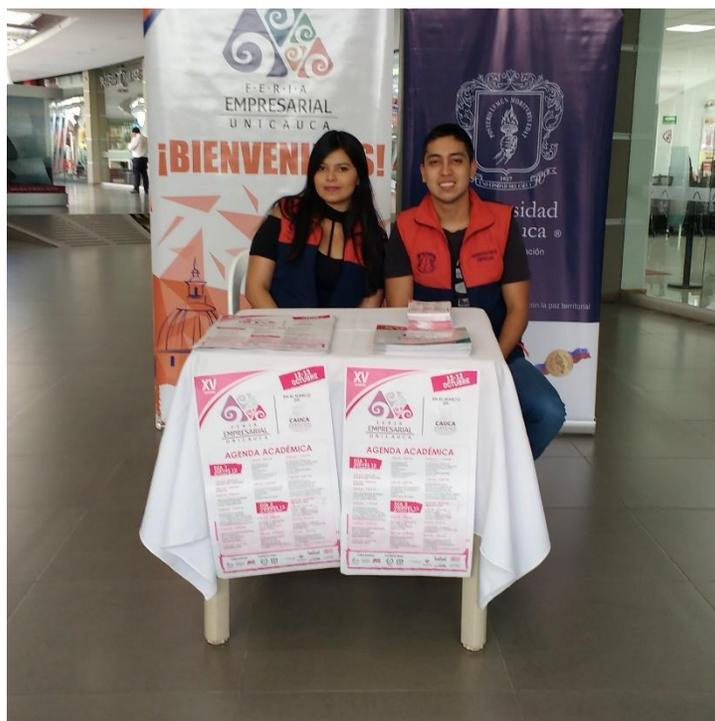


Figura 21. Organizadores Área de Mercadeo en el CC. Campanario.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Se logró sacar una cita con el jefe de Mercadeo del Centro Comercial Campanario, para la posibilidad de obtener un Stand dentro del Centro Comercial y hacer el respectivo volanteo, inicialmente nos pedían una suma considerable de dinero alta debido al poco presupuesto que en ese momento teníamos a disposición, después de hacer un proceso de negociación, el jefe de Mercadeo en un acto de compañerismo siendo egresado de la Universidad del Cauca, nos otorgó el permiso de tener el Stand el día Sábado 7 de Octubre sin costo alguno. Esto aumento el contacto con el público en general logrando obtener un mayor impacto en la asistencia del evento.

- Rueda de prensa



Figura 22. Rueda de prensa Cauca Emprende.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

De igual manera, se programó la Rueda de Prensa del evento Cauca Emprende en articulación con la Feria Empresarial para el día jueves 5 de Octubre de 2017, con el fin de ofrecer información de los eventos que serían parte de Cauca Emprende y del macro-evento en general, de obtener mayor apoyo por parte de los medios y generar mayor difusión acerca del evento asegurando la asistencia del público al Centro de Convenciones Casa de la Moneda.



Figura 23. Rector de la Universidad del cauca.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

La Rueda de Prensa realizada en el Salón de los Consejos de La Universidad del Cauca estuvo integrada por el Rector de la Universidad del Cauca el sr. José Luis Diago Franco, el Decano de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas el sr. Andres Castrillón, un representante de cada actor de la Red de Emprendimiento del Cauca y los diferentes medios de comunicación. Los periodistas de los diferentes medios realizaron intervenciones y preguntas acerca del evento Cauca Emprende.



Figura 24. Decano de la Universidad del Cauca.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

3.2.3 Marketing de guerrilla

El marketing de guerrilla se basa en utilizar diferentes medios, espacios o situaciones del entorno con creatividad, y de esta manera transformarlos en una experiencia que quede en la memoria de las personas. Teniendo en cuenta esto, se pretendió llamar la atención de la comunidad universitaria, realizando el lanzamiento de la XV Feria Empresarial.



Figura 25. Lanzamiento XV Feria Empresarial.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

El lanzamiento de la Feria Empresarial se realizó el día martes 10 de Octubre de 2017 en las instalaciones de la universidad del cauca, partiendo de la Facultad de Educación, siguiendo por la Facultad de ingenierías y terminando en la Facultad de Ciencias contables, se contrató a “Mamagallismo al 100”, un grupo de malabarista, magos, cuenteros, entre otros, de igual manera con la ayuda de los voluntarios se invitaba a la comunidad en general de asistir al lanzamiento y a los días del evento de la Casa de la Moneda.



Figura 26. Lanzamiento XV Feria Empresarial.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Mientras el grupo entretenía a los estudiantes, los organizadores junto con voluntarios estuvieron entregando volantes con la programación de la XV versión de la Feria Empresarial y dando información de esta. La comunidad Universitaria se mostraron bastante interesadas en participar de la Feria Empresarial.



Figura 27. Lanzamiento XV Feria Empresarial.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

3.2.4 Marketing interactivo

Es aquel marketing que trabaja con diferentes técnicas y herramientas que tienen un soporte tecnológico como por ejemplo internet, cámaras fotográficas digitales, teléfonos celulares, Smartphone, entre otros. Como su mismo nombre lo indica, es aquel que ayuda acercar al cliente con la empresa, utilizando formas innovadoras y recursos con los que actualmente conviven los seres humanos; permitiendo de esta manera tener una relación mucho más directa con los clientes. Durante la realización de la XV versión de la Feria Empresarial se utilizó el marketing interactivo

- Photocall

El Photocall fue elaborado en el primer semestre del año 2016 para el evento Eureka, realizado por los estudiantes del programa de Administración de Empresas, sin embargo, fue adecuado con los colores y los respectivos nombres de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca para ser utilizado nuevamente en la XV versión. Se tomaron fotografías el día del lanzamiento y durante el evento, tanto a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas como docentes, administrativos, emprendimientos y empresas presentes en el evento.



Figura 28. Coordinador PAE con el Photocall

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

- Paletas de emojis

Las paletas de emojis fueron elaboradas por los organizadores para esta XV Versión se realizó su impresión con diferentes frases referentes a la XV Versión de la Feria Empresarial, se tomaron las fotografías a diferentes personas antes y durante el evento.



Figura 29. Emprendimiento con photocall y paletas.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

Tanto el photocall como estas paletas fueron útiles para realizar un concurso de un viaje a San Cipriano con el emprendimiento explora tour, en la red social Facebook; la idea era que los participantes se tomaran una foto con el photocall y las paletas y la subieran a sus perfiles etiquetando a la Feria Empresarial y Explora Tour, utilizando el hashtag #YoViajoConExplora #XVFeriaEmpresarial y #TodosSomosFeria y de esta manera entrarían a participar. El ganador sería anunciado el último día del evento.



Figura 30. Emprendedor con marco y paleta “Yo viajo con explora tour”.

Fuente: Área de mercadeo XV Feria Empresarial Unicauca.

3.2.5 Marketing digital

Para esta décimo quinta versión de la Feria Empresarial decidimos enfocarnos en el Marketing Digital como medio de difusión del evento, dado que es un canal de comunicación efectivo para llegar al público objetivo además de que los costos son mucho más bajos respecto al marketing tradicional.

3.2.5.1 Ejecución plan de marketing digital

1. Análisis de mercado

Es necesario realizar un análisis digital interno que nos permita conocer el estado en el que se encuentra el evento dentro de estos canales, cabe resaltar las redes sociales para publicar el contenido y para realizar las campañas fueron Facebook, Instagram y Twitter, que según la herramienta buzzsumo.com son las que más se adaptan para realizar las estrategias.

La Fan page “Feria Empresarial Unicauca” contaba inicialmente con 1.700 seguidores, actualmente se cuentan con alrededor de 2.354 seguidores; En esta red social se ejecutaron las campañas pagas de nuestro evento, y las menciones de los emprendimientos y patrocinadores.



Figura 31. Fan Page de la Feria Empresarial.

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Se tienen cuentas en Instagram y Twitter con el usuario @ferieunicauca medios en los cuales se realizaban publicaciones con el fin de generar un engagement con los seguidores y para dar a conocer el evento, los emprendimientos y patrocinadores que hicieron posible la Feria Empresarial. Dichas redes sociales el índice de participación no era muy alto por lo cual se optó por actualizarlas diariamente con diferente contenido acorde al evento.



Figura 32 Perfil Instagram de la Feria Empresarial

Fuente: Instagram perfil Feria Empresarial Unicauca



Figura 33. Perfil Twitter de la Feria Empresarial.

Fuente: Twitter perfil Feria Empresarial Unicauca

Para las actividades de marketing digital se decidió desde el equipo de mercadeo compartir contenido relevante para los emprendimientos, como noticias, imágenes y videos de otras páginas que fueran de interés. Para el desarrollo de estas publicaciones se determinó que se debían pautar de manera constante, de ahí que diariamente se colgaban a las redes sociales un determinado contenido en horas de mayor tráfico en las mismas, que de acuerdo a los estadísticos de la Fan Page eran: 6:00pm a 9:00pm en un principio. Luego de ver la interacción que estaban teniendo las publicaciones arrojó que los horarios en que los seguidores visitaban la página en Facebook era de: 9:00am a 11:00am, 1:00pm a 3:00pm y de 5:00pm a 8:00pm.

- **Análisis del Audience Insights en Facebook**

Con el fin de ejecutar las campañas pagas en la red social Facebook se hizo el siguiente análisis del público objetivo.

- **Datos Demográficos**

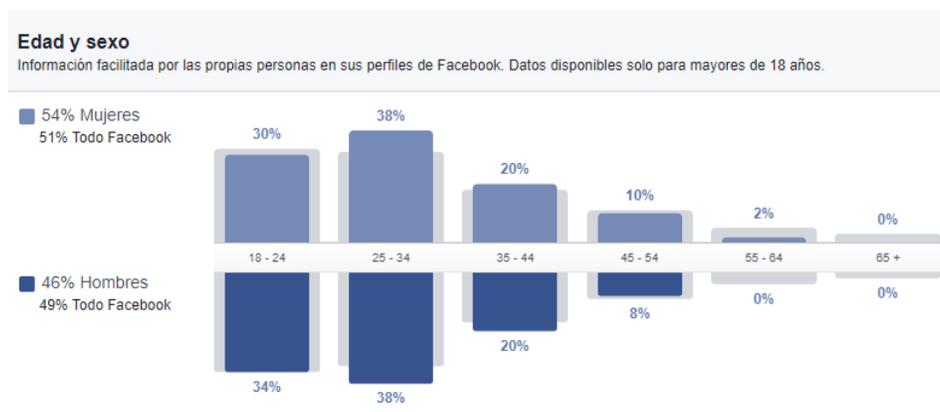


Figura 34. Datos demográficos Facebook.
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

En la anterior gráfica se observa que el público objetivo al cual le llegaríamos, son hombres y mujeres entre los 25 y 34 años de la ciudad de Popayán en mayor proporción, dado que este público posee intereses y comportamientos relacionados con el emprendimiento, negocios, etc. Sin embargo, no descartamos el público de las demás edades.

- **Ubicación**



Figura 35. Usuarios de dispositivos
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

En la gráfica se observa que las personas acceden a Facebook en mayor proporción a través de dispositivos móviles, lo que quiere decir que lo ideal es dirigir las campañas específicamente a este público.

- **Niveles de formación**



Figura 36. Nivel de formación

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

En esta grafica se evidencia el nivel de formación del público objetivo y en mayor proporción encontramos que son personas con estudios universitarios, por lo cual se puede dirigir las campañas de manera específica a este segmento.

- **Puestos de trabajo**



Figura 37. Puesto de trabajo público objetivo

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Según la información dada por Facebook los anteriores son los puestos en los que trabaja nuestro público objetivo, por lo tanto en la segmentación de las campañas se colocaron algunos de estos, para que les llegue la información y se obtengan mayores conversiones, tanto de asistentes como de emprendimientos y empresas.

2. Objetivos estrategia digital

- Aumentar la visibilidad del evento
- Llegar a la mayor cantidad de público para que asista al evento
- Conseguir leads de emprendimientos y empresas
- Incrementar las interacciones de las redes sociales

3. Estrategias

Objetivo 1 y 2:

- Campaña en Facebook con el objetivo de alcance
- Campaña de reproducciones de video
- Relaciones publicas

Objetivo 3 y 4:

- Campaña en Facebook de interacción con botón de “más información” llevándolo a un formulario de inscripción.
- Campaña en Facebook de alcance
- Marketing de contenidos

4. RESULTADOS

- **CAMPAÑAS DE ALCANCE**

El fin de esta campaña era alcanzar al mayor número de personas a través de imágenes y videos con textos diferentes, con el objetivo de que las personas se enteraran del evento y así lograr una gran asistencia los dos días del mismo; los anuncios obtuvieron gran cantidad de interacciones, un excelente alcance (68.038 personas alcanzadas en la ciudad de Popayán) y de la misma manera se logró una relevancia importante del evento en todas las redes sociales, en su mayoría Facebook.



Figura 38. Publicidad pagada en Facebook 1
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 39. Publicidad pagada en Facebook 2
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 40. Publicidad pagada en Facebook 3
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 41. Publicidad pagada en Facebook 4
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Campaña 1	Alcance	Impresiones	Coste por resultados	Participación en la página	Personas a las que les gusta la página
Feria Empresarial imágenes y videos	68.038	79.511	1469,8	6.302	31



Figura 42. Resultados Edad y Sexo – Campaña alcance

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

• CAMPAÑAS DE INTERACCION

El objetivo de esta campaña era conseguir emprendimientos inscritos para que hicieran parte del evento mediante un stand. Se realizaron dos convocatorias, una para emprendimientos de estudiantes y egresados de la universidad del cauca y otra para emprendimientos y empresas en general de la ciudad de Popayán; para esto se diseñaron dos tipos de formularios de inscripción ver ANEXO 1. Con esta campaña se obtuvieron 35 emprendimientos inscritos de egresados y estudiantes y 15 emprendimientos y empresas. A continuación, se evidencia la ejecución y resultados de esta campaña

Feria Empresarial Unicauca Publicidad ·  

Sé parte de la XV Feria Empresarial Unicauca con tu Empresa o Emprendimiento, este 12 y 13 de Octubre en el Centro de convenciones Casa de la Moneda. ¡Una gran oportunidad de exhibir tus productos o servicios!... Más



12 y 13 de Octubre
Centro de Convenciones
Casa de la Moneda

Feria Empresarial Unicauca [Más información](#)

Educación

  Feria Empresarial Unicauca, Mauricio Burbano y 130 personas más

8 comentarios 31 veces compartido

Figura 43. Publicidad pagada en Facebook 5
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Feria Empresarial Unicauca Publicidad ·  

Sé parte de la XV Feria Empresarial Unicauca con tu Empresa o Emprendimiento, este 12 y 13 de Octubre en el Centro de convenciones Casa de la Moneda. ¡Una gran oportunidad de exhibir tus productos o servicios!... Más



Feria Empresarial Unicauca [Más información](#)

Educación

 Feria Empresarial Unicauca, Shamah Sanchez y 37 personas más

7 comentarios 13 veces compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir

Figura 44. Publicidad pagada en Facebook 5
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Feria Empresarial Unicauca Publicidad ·  ...

Sé parte de la XV Feria Empresarial Unicauca con tu Empresa o Emprendimiento, este 12 y 13 de Octubre en el Centro de convenciones Casa de la Moneda. ¡Una gran oportunidad de exhibir tus productos o servicios!... Más



Feria Empresarial Unicauca [Más información](#)

Educación

 Egresados Pae Unicauca y 26 personas más
2 veces compartido

Figura 45. Publicidad pagada en Facebook 5

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Campaña 2	Resultados (Interacciones)	Alcance	Impresiones	Coste por resultados	Participación en la página	Personas a las que les gusta la página
	501	15.941	29.369	199,6	566	65
Imagen 1	43	2.394	2.539	186,4	48	5
Imagen 2	127	5.494	6.849	212,8	152	25
Imagen 3	83	3.792	4.687	180,3	92	9
Imagen 4	248	12.051	15.294	201,6	274	26

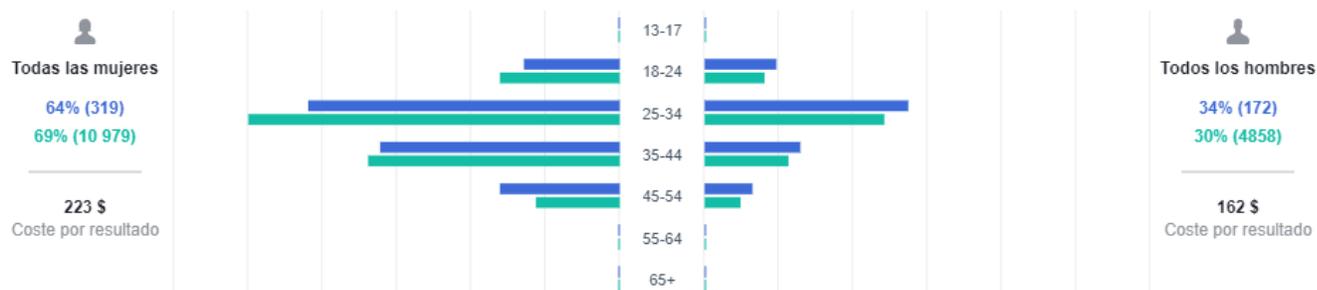


Figura 46. Resultados Edad y Sexo – Campaña interacciones

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

- **CAMPAÑA DE REPRODUCCIONES DE VIDEO**

El objetivo de esta campaña fue promocionar un video donde se proporcionaba toda la información de la Feria Empresarial, se escogió este tipo de campaña debido a que el costo es muy bajo (5 pesos por reproducción), y el video es un medio interactivo y atractivo para el público, lo que logra al mismo tiempo mayor alcance y mayor interacción de las personas.



Figura 47. Publicidad pagada en Facebook 6
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Campaña 3	Resultados	Alcance	Impresiones	Coste por resultados	Participación en la página	Personas a las que les gusta la página
VIDEO	9.332	18.063	32.593	5,4	9.578	17



Figura 48. Resultados Edad y Sexo – Campaña Reproducciones de video

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

- **MARKETING DE CONTENIDOS**

Para llevar a cabo uno de los objetivos de marketing digital para la Feria Empresarial, se ejecutó una estrategia de contenidos en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram; y consiste en crear y distribuir contenido relevante para clientes y potenciales clientes con el fin de atraerlos. Para este fin se publicó diferente tipo de contenido como imágenes de promoción del evento, frases de emprendimiento, tips de emprendimiento, videos y noticias de interés. Las siguientes, son algunas piezas publicitarias y videos que se publicaron:



Figura 49. Imagen de promoción

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 50. Frase de emprendimiento

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 51. Tip de emprendimiento

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 52. Video para emprendimientos

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 53. Video promocional Feria empresarial

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 54. Video convocatoria voluntarios

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

- **CAMPAÑAS PARA PATROCINADORES Y EMPRENDIMIENTOS**

Para los patrocinadores y algunos emprendimientos se decidió realizar campañas pagas en Facebook, con el fin de que obtuvieran más visibilidad, y dar a conocer que estos hacían parte del evento apoyando el emprendimiento de la región. A continuación, se evidencia algunas de las campañas realizadas a los patrocinadores y emprendimientos:



Figura 55. Publicidad emprendimiento Coca Nasa

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 56. Publicidad patrocinador Dinamo

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 57. Publicidad patrocinador Bancompartir

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca



Figura 58. Publicidad patrocinador CCC

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

De igual manera para todos los demás emprendimientos se les realizó menciones, para lo cual se diseñó una plantilla en el programa “Adobe Illustrator”, tal y como se detalla en la siguiente imagen.



Figura 59. Plantilla para emprendimientos

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

- RELACIONES PUBLICAS EN MARKETING DIGITAL

Se realizaron alianzas estratégicas con páginas de la red social Facebook de la ciudad de Popayán que poseen un gran número de seguidores y una amplia influencia en sus comunidades, lo que se estableció con ellos fue que se publicaran piezas publicitarias invitando a sus seguidores a asistir a nuestro evento, esta colaboración se realizó con las siguientes páginas: Popayán moderna, Popayán CO y el periódico Nuevo Liberal. Así mismo se hizo con los canales de comunicación de nuestra Alma Mater, donde publicaron en sus diferentes medios de difusión la información de nuestro evento, invitando a toda la comunidad ser parte de él.



Figura 60. Publicacion en Popayán CO
Fuente: Fan Page Feria Popayán CO



Figura 61. Publicacion en Popayán Moderna
Fuente: Fan Page Popayán Moderna



Figura 62. Publicación en Unicauca Noticias

Fuente: Fan Page Feria Unicauca Noticias



Figura 63. Transmisión en Programa Unicauca al día

Fuente: Fan Page Unicauca Noticias

Jueves, Octubre 12 / 2017 - Viernes, Octubre 13 / 2017

XV Feria Empresarial

Lugar: 4439 (Centro de Convenciones Casa de la Moneda)
Hora: 8:00 A.M.

El programa Administración de Empresas de la Universidad del Cauca, realizará los días 12 y 13 de octubre la XV Feria Empresarial. El evento que se llevará a cabo en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda, tendrá como eje temático el emprendimiento como generador de paz.

La actividad académica que cumple 20 años de trayectoria busca generar un escenario de encuentro entre la academia, la sociedad y el sector empresarial, para dar a conocer e impulsar el emprendimiento de la región y contribuir al desarrollo social y económico.

En esta nueva edición, la Feria Empresarial, se enmarca en la programación del Encuentro de Innovación, Asociatividad y Paz: "Cauca Emprende", organizado por la Red Regional de Emprendimiento del Cauca.

Figura 64. Publicación Pagina Web Unicauca

Fuente: Fan Page Feria Unicauca Noticias

3.3 Evaluación de las actividades de mercadeo de la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

Posteriormente a los días del evento de la Feria Empresarial el 12 y 13 de Octubre de 2017, el área de mercadeo realizó la respectiva evaluación del área, con el fin de ver cuáles fueron los puntos óptimos y eficientes que se tomaron, y cuales aspectos hay que mejorar para las próximas versiones.

Con relación al material publicitario impreso, se comprobó que, al igual que en las anteriores versiones, no es necesario en cierta medida destinar un elevado presupuesto para la elaboración de elementos físicos como cartillas, plegables, o postales que no se usaron en esta versión, ni tampoco en afiches o volantes. Estos se pueden conseguir con la ayuda de los patrocinadores, siendo estos últimos empresas que ven en eventos como la Feria, medios para posicionar su marca, sin embargo, la ciudad está mostrando un cambio elevado de mentalidad en el tema de publicidad, por lo que campañas de marketing, publicidad en redes y en los diferentes medios tecnológicos, han tenido un mayor impacto que los medios tradicionales de publicidad impresos, por lo que es imperativo reducir prudentemente la cantidad en cada una de las piezas publicitarias impresas e invertir en marketing digital.

Sin embargo, hay elementos publicitarios que no es recomendable reducir notoriamente su elaboración como son: las vallas, pendones y pasacalles. Estas fueron piezas publicitarias fundamentales en un formato grande, que aún son bien recibidas por la comunidad, aunque se recomienda de igual forma, utilizar las pantallas gigantes de publicidad, para dar un mensaje más llamativo e interactivo.

Se determina que los medios de comunicación, usados por parte del equipo de mercadeo, ayudaron a la divulgación del evento, aunque es difícil medir su respectivo impacto, sin embargo, a través de las diferentes entrevistas y cuñas radiales se logró difundir el mensaje de invitación a la comunidad payanesa y se logra ampliar la información del evento en muchos aspectos.

Para la evaluación de las estrategias de marketing digital se realizó el respectivo análisis estadístico en el capítulo III en el apartado 3.2.5, donde evidencian los resultados de cada una de las campañas ejecutadas. A continuación, se detallan los resultados en cuanto a me gusta obtenidos en la Fan Page de Facebook:



Figura 65. Total seguidores en Facebook.

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Cabe resaltar que aumentó en un número importante los seguidores debido a que en la décimo cuarta versión esta contaba con 1987 seguidores y en esta décimo quinta versión cerró en 2.352 seguidores.

Según el público que sigue la página se evidencia que 52% del público son Mujeres y el 47% son hombres, la estadística es casi proporcional entre estos dos géneros y se observa en el siguiente gráfico

Datos demográficos totales sobre las personas a las que les gusta tu página basados en la información de edad y sexo que proporcionan en sus perfiles de usuario.

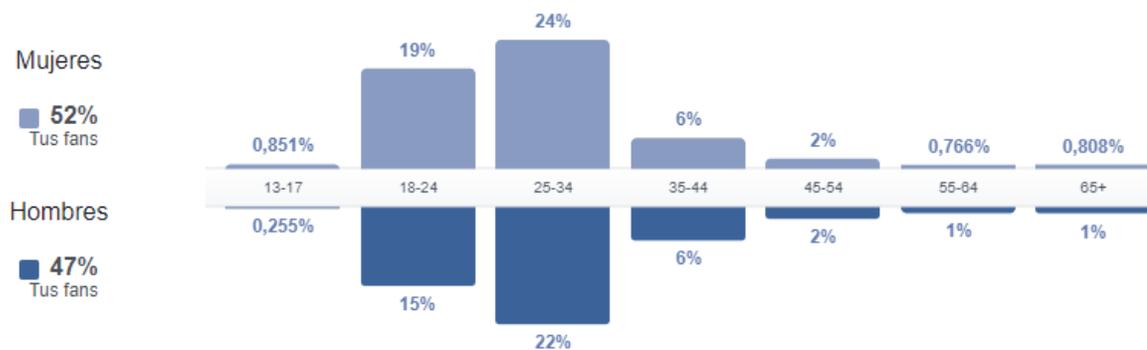


Figura 66. Gráfica de personas por género que les gusta la Fan Page.

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Finalmente observamos que las campañas pagas realizadas tuvieron resultados positivos, dado que las publicaciones alcanzaron alrededor de 40.578 personas, en comparación con el alcance orgánico es decir el número total de usuarios únicos que han visto las publicaciones por métodos de distribución gratuitos, que fue de tan solo 1.776 personas y aquí se observa la importancia de invertir parte del presupuesto del área de mercadeo en marketing digital, ya que existe un mayor alcance, es mucho más económico y es claramente efectivo.



Figura 67. Alcance de la publicidad en Facebook.

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca

Alcance total	Orgánico	Pagado
42 354	1776	40 578

Otra red social que aumentó su número de seguidores fue Instagram, donde se publicaron diferentes fotos del evento y se mencionaron a los emprendimientos y empresas que hicieron parte de la XV versión de la Feria Empresarial



Figura 68. Perfil en Instagram Feria Empresarial.

Fuente: Instagram perfil Feria Empresarial Unicauca

Unificando las actividades de marketing tradicional, marketing digital, relaciones públicas, marketing de guerrilla y marketing interactivo, se concluye que los objetivos del área de mercadeo de coordinar la misma para poder llegar a cierta cantidad de público, se realizó de manera eficiente ya que se contó con una gran asistencia alrededor de 6.000 personas; que el impacto que se tuvo fue positivo, generando expectativa y logrando cumplir con la realización de la XV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. Se resalta la importancia de usar los beneficios que las nuevas tecnologías de la información nos brindan, optando por usar las herramientas que el marketing digital nos ofrece, para de esta manera optimizar recursos y contribuir con el medio ambiente, reduciendo los costos a invertir en el marketing tradicional que como se sabe, la realización de este implica que se utilicen materiales que contaminan nuestro entorno natural.

4 CAPITULO IV. CONCLUSIONES DEL TRABAJO

4.1 Conclusiones

- Con la realización de la Feria Empresarial se busca un espacio vital para el desarrollo de la economía local, fomentando los distintos emprendimientos que hay en la región caucana.
- El voluntariado de la Feria Empresarial es de enorme importancia para la realización de todas las actividades programadas por cada área.
- La articulación con la Red de Emprendimiento del Cauca fue muy favorable para la Feria Empresarial, en cuanto a patrocinadores, presupuesto y en la asistencia en los días del evento.
- Se logró optimizar los recursos que se tenían para el área de mercadeo, logrando tener la cantidad suficiente de piezas publicitarias y poder hacer diversas campañas de marketing en redes, impactando a una mayor cantidad de personas.
- La implementación de estrategias de mercadeo debe estar ligadas en su mayoría a la creatividad y la interacción de las personas para lograr una mayor participación de éstas en las diferentes actividades de la Feria Empresarial.
- El área de mercadeo debe trabajar constantemente de la mano de los medios de comunicación, con el fin de llegar al público objetivo y transmitirle un mensaje claro y llamativo que motive su participación en la Feria Empresarial.
- La realización de estrategias de marketing digital fueron el principal medio difusión de la XV versión de la Feria Empresarial, por medio de este se logró obtener una gran interacción y alcance del público objetivo; fue de vital importancia haber realizado este tipo de marketing.

5 Referencias Bibliográficas

ÑAÑEZ BALCAZAR, Vanessa, VALENCIA GOMEZ, Jonathan Alexander e IMBACHI SAMBONÍ, Luis Omar (2016) Practica profesional: “Planeación y ejecución de la XIV Feria Empresarial de la Universidad del Cauca “Impulsando el Desarrollo Regional”.

KOTLER, Philip y KELLER, Kevin. Dirección de Marketing. 12 ed. México: PEARSON EDUCACIÓN.

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Marketing. 14 ed. México: PEARSON EDUCACIÓN, 2012. 720p.

ONTIVEROS, Diego. La comunicación de las marcas, branding. 1 ed. Buenos Aires: DIRCOM, 2013. 280p.

UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Recuperado de: <http://www.unicauca.edu.co/>

BERMEO, J.R. (2016), Creación y desarrollo del programa de Administración de Empresas en la Universidad del Cauca.

RODRÍGUEZ, ALFONSO (2009), Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial.

ANEXOS

PREGUNTAS RESPUESTAS 15

¡EXHIBE TU EMPRENDIMIENTO O EMPRESA!

Haz parte de la XV Feria Empresarial, participando con un stand ¡Esta es tu oportunidad para darte a conocer!
¡No te pierdas lo pierdas! Este 12 y 13 de Octubre en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO O EMPRESA *

Texto de respuesta larga

RESPONSABLE O DIRECTOR *

Texto de respuesta corta

TELÉFONO *

Texto de respuesta corta

CORREO ELECTRÓNICO *

Texto de respuesta corta

SECTOR O ACTIVIDAD ECONÓMICA

Texto de respuesta larga

Fuente: Google Forms Feria Empresarial Unicauca

Déjanos ver tu idea de Emprendimiento!

Esta convocatoria nos permitirá conocer las ideas de emprendimiento o empresas que poseen los estudiantes y egresados de la Universidad del Cauca.

*Obligatorio

Datos Personales.

Nombres y Apellidos. *

Tu respuesta

Correo Electrónico. *

Tu respuesta

Teléfono. *

Tu respuesta

SIGUIENTE

Página 1 de 2

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Fuente: Google Forms Feria Empresarial Unicauca

Condición Académica. *

- Estudiante
- Egresado

Programa. *

Elige ▼

Si eres estudiante dinos tu semestre. *

Elige ▼

Idea de Emprendimiento o Empresa. *

Tu respuesta

Descripción en pocas palabras del producto o servicio que ofrecen y en que estado está esa idea.

Tu respuesta

¿Le gustaría participar con un stand en la Feria? *

- Sí
- No

ATRÁS

ENVIAR

 Página 2 de 2