

**PLANEACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DE EVENTOS DIGITALES, EN
EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Universidad
del Cauca®

MARISOL ESCUE MARTÍNEZ
MARTHA CLARISA GUERRERO JIMÉNEZ

CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS

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

POPAYÁN

2021

**PLANEACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DE EVENTOS DIGITALES, EN
EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Marisol Escue Martínez

Martha Clarisa Guerrero Jiménez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Administradoras de
Empresas

Esp. Isabel González Serna

Directora Empresarial

Esp. Catalina Rodríguez Ramírez

Asesora Académica

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2021

Nota de Aceptación

Esp. Isabel Gonzales Serna
Directora del Centro de Estudios y Servicios

Esp. Catalina Rodríguez Ramírez
Asesora Académica

Popayán, diciembre de 2021.

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado especialmente a Dios, por haberme otorgado la vida, darme fortaleza y ser la guía en mi crecimiento profesional. En segundo lugar, es para mis padres por el apoyo incondicional, los principios y valores inculcados, el sacrificio y esfuerzo durante todos estos años, ellos son mis alentadores en mis sueños y por ello, me siento orgullosa y privilegiada de ser su hija, son los mejores. También es para mis hermanos, porque han estado siempre presentes en este proceso y en gratitud por su estímulo moral brindado en esta etapa académica. Asimismo es para todas las personas especiales que me acompañaron, aportando a mi formación profesional y personal.

Marisol Escue Martínez

En memoria de mi abuelo Humberto Guerrero, quién fue mi modelo para luchar por una vida cualitativamente mejor, por su fe y su entusiasmo que me otorgaron la exigencia de conquistar mis propósitos. También es para mi madre Rosa Jiménez, por su capacidad de entrega y sacrificio, este trabajo es en suma reciprocidad por el amor y el respeto que me ha brindado.

Martha Clarisa Guerrero Jiménez

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, deseamos agradecer al Comité Organizador del evento Prospectiva del Ejercicio profesional de la Administración de Empresas, Reforma de Ley 60 de 1981, por vincularnos en esta experiencia académica tan significativa para el Programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca, y cuya paciencia fue fundamental para el desarrollo ameno de la intervención organizacional. Por último en orden, aunque no en importancia, agradecemos a nuestras directoras, señalamos nuestro reconocimiento por su capacidad para orientarnos y su comprensión ante los limitantes que truncaron en su momento el progreso idóneo del trabajo de grado, son sin duda, cimientos en nuestra formación.

INDICE DE CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN	1
CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO	2
PROBLEMATIZACIÓN	2
Formulación del problema	3
JUSTIFICACIÓN	3
OBJETIVOS	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos	4
CONTEXTUALIZACIÓN TEORICA.....	5
MARCO TEÓRICO.....	5
Evento	5
Comunicación Integrada de Marketing.....	6
Proceso de la Planificación Integrada de Marketing.....	7
Estrategia orientada al cliente y el mix de comunicaciones	8
Marketing online, en teléfonos móviles y en redes sociales	9
MARCO CONTEXTUAL	10
Centro de Estudios y Servicios	10
Programa de Administración de Empresas	10
Centro de Gestión de las Comunicaciones.....	10
MARCO LEGAL.....	11
Ley 60 de 1981.....	11
Proyecto de Ley 147 de 2019.....	11
CONTEXTUALIZACIÓN METODOLOGICA	12
PLANIFICACIÓN	12
EJECUCIÓN.....	12
EVALUACIÓN	13
DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRACTICA PROFESIONAL	14
DIAGNOSTICO ESTRATEGICO.....	14
Análisis DOFA.....	14
Matriz DOFA	17

PLANIFICACIÓN DEL EVENTO	17
Público objetivo	17
Plan de Acción	19
Organización	20
Programación	21
Presupuesto	22
EJECUCIÓN DEL EVENTO	23
Gestión conceptual y estructural	23
Gestión logística y técnica	29
Gestión del protocolo	34
EVALUACIÓN DEL EVENTO.....	36
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....	39
BIBLIOGRAFÍA	42
ANEXOS	43

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Comunicación de marketing integral.....	6
Figura 2. Proceso general de planificación	8
Figura 3. Esquema de un plan de marketing centrado en la variable comunicación	8
Figura 4. Tipología integrada de comunicaciones de marketing	9
Figura 5. Mapa de públicos.....	18
Figura 6. Organigrama de la organización de eventos PAE	20
Figura 7. Proceso para definir lista de invitados.....	25
Figura 8. Ejemplo de una carta de invitación del Evento	25
Figura 9. Ejemplo de las piezas gráficas del Evento	30
Figura 10. Ejemplo de email directo.....	31
Figura 11. Porcentaje de Público en las redes sociales de Facebook e Instagram.....	32
Figura 12. Ejemplo de Comunicación online de la Universidad del Cauca	33
Figura 13. Convocatoria referenciada por alguien.....	33
Figura 14. Ejemplo de formularios de inscripción realizados en Google Forms.....	34
Figura 15. Ejemplo del formato para la certificación del Evento	35
Figura 16. Participación del Conversatorio	36
Figura 17. Participación del Foro.....	36
Figura 18. Estadísticas de la Campaña 20 de abril de 2021.....	37
Figura 19. Alcance en Facebook e Instagram.....	38
Figura 20. Resultados claves de la intervención del proyecto	40

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz DOFA del evento	17
Tabla 2. Objetivos, estrategias y acciones comunicativas	19
Tabla 3. Cronograma del evento	22
Tabla 4. Presupuesto de la Organización del Evento.....	22
Tabla 5. Clasificación del Conversatorio de la Reforma de Ley 60 de 1981	24
Tabla 6. Clasificación de Foro Nacional de Administración	24
Tabla 7. Presupuesto del Evento	26
Tabla 8. Agenda del Conversatorio de la Reforma de la Ley 60 de 1981	26
Tabla 9. Agenda del Foro Nacional de Administración	27
Tabla 10. Indicadores de la Gestión del Evento	36

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Aval para la realización del Conversatorio de la Reforma de Ley 60 de 1981	43
Anexo 2. Aval para la realización del Foro Nacional de Administración	44
Anexo 3. Solicitud para la trasmisión y fecha del evento.....	45
Anexo 4. Autorización para la realización del Conversatorio de la Reforma	46
Anexo 5. Autorización para la realización del Foro Nacional de Administración	47
Anexo 6. Acuerdo de confidencialidad de la información sensible del evento	48
Anexo 7. Solicitud de financiación de recursos.....	49
Anexo 8. Elaboración del Briefing	54

INTRODUCCIÓN

Sin duda, uno de los principales méritos del Comité organizador del evento “Prospectiva del Ejercicio Profesional de la Administración de Empresas: Reforma de la Ley 60 de 1981” fue abordar inicialmente el análisis del Proyecto de Ley 147 de 2019, por lo que resulta útil el estudio para demostrar a la comunidad de las ciencias administrativas, todas aquellas condiciones y obstáculos que se tratan arriesgadamente en el acto legislativo para ejercer libremente la profesión en el país. Algunos de los conceptos e ideas expresadas aparecen en artículos y memorias relacionadas con las actividades de esta problemática.

Las teorías y aplicaciones propuestas en este trabajo de intervención organizacional son en efecto, una visión ajustada para estructurar la organización de los actos, lo que permite seguir promoviendo la transformación de la propuesta normativa, mediante la discusión de sus alcances. Los contenidos son abordados de manera práctica, para integrar los métodos y guías propios de la gestión de eventos con la praxis de las estrategias comunicativas en el medio online.

Y es que actualmente la revolución digital e informática demanda adaptaciones constructivas y la capacidad de concebir soluciones para enfrentarse a cambios radicales, tan significativos como una pandemia, que obligaron al ser humano a alterar sus procesos organizativos, por eso, es menester confrontar la realidad a través de la exploración de las nuevas tecnologías. De no ser así, aún a pesar de las múltiples dificultades del proyecto, la ejecución del serial de eventos del programa no sería posible.

Se tiene entonces, la configuración de tres elementos totalmente relacionados con la intervención organizacional. En primer lugar, se presenta el problema de investigación, seguido del componente teórico en que basar y respaldar la metodología, consolidando así los lineamientos necesarios para el campo practico, de forma razonable para el avance del proyecto y la formación profesional. Igualmente, como se revela en el plan de acción, resultó indispensable el uso de diversas herramientas para enriquecer la comunicación online, propias del mix de comunicaciones de marketing.

CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

En esta división se analiza y se define la estructura del proyecto social para la organización de eventos online del Programa de Administración de Empresas (PAE) y muy especialmente en relación con su contexto organizativo, haciendo hincapié en la temática de la Reforma de la Ley 60 de 1981.¹

PROBLEMATIZACIÓN

Debido a la disrupción biológica por Covid-19² en el mundo y a los cambios normativos para el ejercicio de la Profesión de Administración en Colombia³, el Departamento de Ciencias Administrativas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, de la Universidad del Cauca, dio origen en agosto de 2020 a un serial de eventos académicos online, denominado "Prospectiva del Ejercicio de la Profesión de Administración de Empresas: Reforma Ley 60 de 1981". Dada la inquietud y el interés suscitado a nivel local, la Coordinación Académica, el Departamento de Ciencias Administrativas y el área de apoyo en la organización de eventos del Centro de Estudios y Servicios, asumieron la continuidad de la organización de este, por lo que se han dedicado, en un trabajo conjunto, a promover la inquietud intelectual y el debate legal de la profesión en Colombia.

En consecuencia, desde el Área de apoyo en la Organización de Eventos del Centro de Estudios y Servicios, se determinó coordinar los actos bajo el paradigma de la Comunicación Integrada de Marketing, como pilar fundamental para alcanzar mayor difusión del estudio de la Reforma de Ley 60 de 1981, en el ámbito nacional. Así las cosas este modelo es indispensable para el desempeño de las comunicaciones enfocadas al medio online y la misión de promover el estudio de la reforma en todos aquellos que se mueven en el ámbito de las ciencias administrativas.

¹ Ley 60 de 1981 es la disposición que regula la Profesión de Administración de Empresas en Colombia.

² Mediante la Resolución 1462 del 25 de agosto de 2020 se prohibió el desarrollo de eventos de carácter público o privado que impliquen aglomeración de personas.

³ Ello se establece con base en el Proyecto de Ley 147 de 2019 que pretende regular el ejercicio de la profesión de Administración.

Formulación del problema

¿Cómo implementar con eficacia y eficiencia las etapas de la organización del evento académico “Prospectiva del ejercicio profesional de la Administración de Empresas, Reforma Ley 60 de 1981” dirigido por el PAE y vinculado al Centro de Estudios y Servicios de la Universidad del Cauca?

JUSTIFICACIÓN

En primer lugar, bajo la modalidad de esta práctica profesional, se asume la responsabilidad institucional, de contribuir mediante el CES a la reinversión de los eventos presenciales del PAE, y evitar la paralización de los mismos por la propagación global del Covid-19, esto como medida extraordinaria, para dar continuidad a las actividades institucionales y aprovechar las herramientas que ofrece la tecnología, en consecuencia, se trata de fortalecer: la agenda del evento, el porcentaje de interacciones del público específico y las metas. Unificado en forma de comunicación estratégica para seguir brindando información trascendental a la comunidad universitaria y a la sociedad.

En segundo lugar, el tratamiento privilegiado de la organización de los eventos, también se justifica porque existe afinidad con los intereses del PAE, en parte, a los debates que se espera generar en torno a la reforma de la Ley 60 de 1981. Esto, significa que progresivamente se maximice el compromiso, para conocer y responder a los dilemas o ambigüedades que el proyecto de ley suscita y al que muy poco se ha examinado. Entonces es claro que goza de especial interés para todo administrador de empresas formado en el alma máter, como para los demás a nivel nacional.

En tercer lugar, considerando que la característica principal de la “administración consiste en la aplicación del Proceso Administrativo con eficacia y eficiencia” (González, 2014) resulta imprescindible constituir la producción del evento en planificación, ejecución y evaluación; fases por las que debe pasar todo acto y que sirven como elemento de comunicación estratégica. Así, la idea práctica es lograr aplicar, en forma creativa, pero rigurosa, los conocimientos generales de la

administración de empresas y profundizar específicamente en el área de marketing para la organización de los respectivos actos y el desarrollo profesional.

Finalmente, y en relación indisoluble con lo anterior expuesto, la gerencia de eventos debe armonizarse con las comunicaciones integradas de marketing, no solo por ser un paradigma que evoluciona rápidamente, porque “la comunicación no es una única herramienta, sino más bien un grupo de diversas herramientas; (...) que la empresa coordinará cuidadosamente; (...) para proporcionar un mensaje claro, coherente y atractivo sobre la organización y sus productos” (Kotler & Armstrong, 2018). De ahí que pueda decirse que las acciones que tienen lugar en los tradicionales actos universitarios puedan fortalecerse desde una orientación teórico-práctica en las ciencias administrativas.

OBJETIVOS

Objetivo general

Planificar, ejecutar y evaluar el evento académico “Prospectiva del ejercicio profesional de la Administración de Empresas: Reforma Ley 60 de 1981” durante el transcurso del periodo académico 2020.1.

Objetivos específicos

- Diseñar e implementar las estrategias de comunicación de marketing para cada evento.
- Construir alianzas con instituciones de educación superior que ofrecen el programa de administración de empresas y con expertos de las temáticas de los respectivos eventos.
- Ejecutar cada evento cumpliendo con lo establecido en la planeación estratégica del mismo.
- Controlar las etapas de planificación y ejecución para hacer seguimiento de los resultados claves y evaluar el desempeño de los eventos.

CONTEXTUALIZACIÓN TEORICA

En esta disertación se relaciona el enfoque teórico de la comunicación integrada de marketing, en que basar el quehacer metodológico con la organización de los eventos denominados “Prospectiva del Ejercicio Profesional de la Administración de Empresas: Reforma de Ley 60 de 1981”.

MARCO TEÓRICO

El interrogante que plantea este proyecto de intervención organizacional obliga a vincular elementos propios de la mercadotecnia, campo del cual se obtienen fuentes secundarias, para orientar la falta de pericia y formación en la organización de eventos desde el paradigma de la comunicación integrada de marketing. En consecuencia, se incluyen diversas erudiciones, relacionadas entre sí, para el diseño del plan de comunicaciones que guía la presentación de los estudios de la Reforma de Ley 60 de 1981, en el medio online.

En este contexto, el producto básico del proyecto es la organización del evento Prospectiva del Ejercicio Profesional de la Administración de Empresas: Reforma de ley 60 de 1981, tanto en el ámbito local como en el nacional, por ello, se presenta a continuación los conceptos característicos para abordar el desarrollo del acto académico.

Evento

De acuerdo con Sanchez (2019):

Evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar preestablecidos, que desarrollarán y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general.

Se concibe así, aspectos propios de la configuración a las metas, el público objetivo, el cronograma, la temática y la tipología, entre otros. Concretamente, delimita lo referente a la planificación. En torno a este tópico, es menester “generar un plan de comunicación estratégica propio alrededor de la gestión de eventos; (...) para enmarcar la organización de actos vinculados a objetivos de comunicación” (Jiménez & Panizo, 2017) y coordinar eficazmente las comunicaciones integradas de marketing.

Comunicación Integrada de Marketing

Una de las acciones que mayor importancia tiene en la mercadotecnia es comunicar, “es posible que el área que más profundamente esté cambiando sea la comunicación, que actualmente presenta retos y oportunidades para los expertos; (...) quienes están desarrollando programas de marketing orientados y diseñados para crear relaciones estrechas con clientes en micro mercados definidos” (Kotler & Armstrong, 2018). Hasta aquí se puede señalar que las disposiciones correspondientes para difundir los alcances de la Reforma de Ley 60 de 1981 en el país, generan la necesidad de integrar los diversos canales en base con un paradigma que propone la coordinación eficaz de estos.

Frente a lo anterior, parece aceptable plantear la Comunicación Integrada de Marketing en la organización de eventos; el principal propósito del sistema es perseguir “que la marca “hable” con una sola voz, a través de la coordinación e integración de los diferentes mensajes dirigidos al público objetivo” (Estrella & Segovia, 2018). Además, sirve para aprovechar “el enorme aumento de la atracción que los consumidores demuestran por los medios sociales y aquí entra el marketing online, en teléfonos móviles y en medios sociales” (Kotler & Armstrong, 2018). De igual manera se suman al paradigma las diversas herramientas del Marketing, tal como se evidencia en la Figura 1.

Figura 1. Comunicación de marketing integral



Fuente: Adaptado de Kotler y Armstrong (2018)

Y en relación con la gestión de eventos, se advierte que:

La creación y producción de un evento empresario exige el análisis de una serie de variables relacionadas con claros objetivos de marketing y de las estrategias de comunicación dentro de las cuales, la publicidad y la acción promocional son herramientas fundamentales para la creación del “imaginario” deseado, es decir la imagen que se desea asociar con la empresa, marca o producto" (Sanchez, 2019)

De conformidad con lo planteado debe mencionarse cada disciplina que se reconoce necesaria para la integración en el plan de comunicaciones de marketing. Estas son:

- **Publicidad:** Toda forma de comunicación no personal que es pagada por una empresa identificada para presentar y promocionar ideas, productos o servicios.
- **Promoción de ventas:** Incentivos a corto plazo para impulsar la compra o la venta de un producto o servicio.
- **Venta personal:** Presentación personal por la fuerza de ventas de la empresa con el objetivo de cerrar ventas y establecer relaciones con los clientes.
- **Relaciones públicas:** Acciones que persiguen construir buenas relaciones con los diversos públicos de la empresa para obtener una notoriedad favorable, crear una buena imagen de la empresa y abordar o eliminar los rumores, las informaciones y los acontecimientos desfavorables.
- **Marketing directo y digital:** Contactos directos con clientes individuales cuidadosamente identificados y con comunidades de clientes tanto para obtener una respuesta inmediata como para cultivar relaciones duraderas con el cliente. (Kotler & Armstrong, 2018)

Como puede apreciarse en la Figura 1, la finalidad de integrar cada disciplina al Plan de Comunicación Integrada de Marketing es comunicar un mensaje sencillo para el consumidor, lo que en última instancia es el objetivo de la organización del evento, es decir, brindar información con claridad sobre los alcances de la Reforma de Ley 60 de 1981 para el ejercicio profesional de la Administración de Empresas en Colombia.

Proceso de la Planificación Integrada de Marketing

Como ocurre en casi todo proceso de planeación, el Plan de CIM se desarrolla en línea con las tres etapas, que se aprecian en la Figura 2. Si se confronta esta realidad con la gestión del evento

digital de manera paralela, la aplicación integral resulta beneficiosa en la medida que suma los diferentes aspectos de uno y otro para un mismo fin.

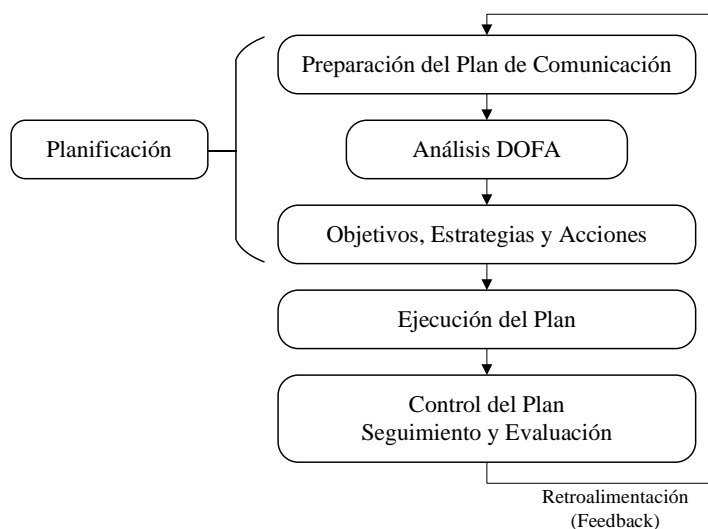
Figura 2. Proceso general de planificación



Fuente: Adaptado de Estrella y Segovia (2018)

En consecuencia, los aspectos necesarios para el desarrollo de este proceso de planificación son tomados en base con la estructura planteada por el manual de Comunicación Integrada de Marketing (Estrella & Segovia, 2018) tal como aparece la Figura 3.

Figura 3. Esquema de un plan de marketing centrado en la variable comunicación



Fuente: Adaptado de Estrella y Segovia (2018)

Estrategia orientada al cliente y el mix de comunicaciones

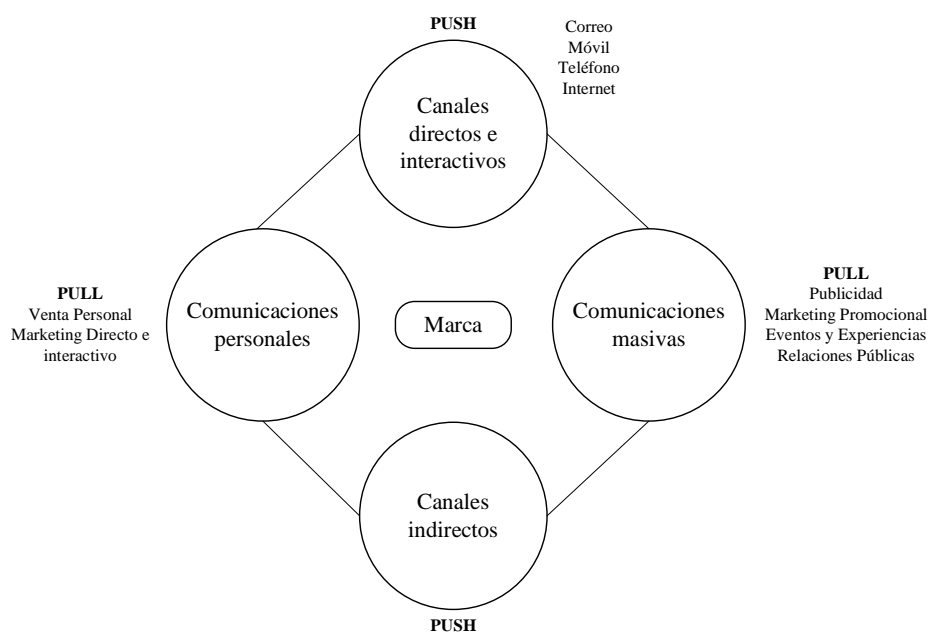
La estrategia de comunicación puede comprender sucintamente:

La “Estrategia de tipo «push» que requiere que se utilice al personal de ventas y las promociones comerciales para impulsar el producto por los canales. El productor promueve el producto entre los miembros del canal para animarlos a ofrecer el producto y promocionarlo entre los clientes finales; (...) La Estrategia de tipo «pull» que requiere que

se gaste mucho en publicidad y en promoción dirigida a los clientes para inducir a los clientes finales a comprar el producto. Si la estrategia tiene éxito, los clientes demandarán el producto a los miembros inmediatos del canal quienes, a su vez, lo demandarán a los productores”. (Kotler & Armstrong, 2018)

Ahora bien, analizando el planteamiento anterior, explícito en la Figura 4, no se excluye la posibilidad de desarrollar ambas estrategias, dado que, advirtiéndose nuevamente la falta de pericia en el perfil profesional y humano disponible para la organización del evento, no resulta pertinente asumir la realización de todas las actividades, debe resaltarse que en un trabajo conjunto, es menester la suma de voluntades desinteresadas que se congreguen en el interés de analizar la Reforma de Ley 60 de 1981 en pro de la legitimidad de la Profesión de Administración. Para esto, es necesario crear alianzas con stakeholders, además de aprovechar el respaldo de la Universidad del Cauca, para financiar este tipo de proyectos académicos.

Figura 4. Tipología integrada de comunicaciones de marketing



Fuente: Adaptado de Estrella y Segovia (2018)

Marketing online, en teléfonos móviles y en redes sociales

El social media es un instrumento de gran importancia en cuanto a la organización, promoción y evaluación de los eventos digitales, en cualquier caso esta estrictamente ligado al marketing digital, es decir al uso de estrategias que buscan darle visibilidad online, porque “son

servicios, aplicaciones o herramientas que existen en internet y que hacen posible que los propios usuarios puedan crear contenido e interactuar con el resto de usuarios de una forma simple, fácil e, incluso, amena” (Carballar, 2012).

MARCO CONTEXTUAL

En cuanto a la ubicación espacio temporal del desarrollo de la organización de eventos del PAE, se presenta a continuación las circunstancias que tienen relación tanto con la logística del evento como las referentes a su temática de la Reforma de Ley 60 de 1981.

Centro de Estudios y Servicios

Esta unidad estratégica de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca, busca articular la academia con la empresa y la comunidad, de acuerdo con el portal web universitario, entre sus actividades principales están: el consultorio empresarial, comunicaciones, gestión socio académica, facultarte y prácticas profesionales. De allí que es el principal miembro para apoyar los eventos del Programa de Administración de Empresas y cabe mencionar que desde aquí se coordina el evento académico mencionado en el presente trabajo de intervención organizacional.

Programa de Administración de Empresas

De acuerdo con la estructura orgánica de la Universidad del Cauca, tanto la Coordinación Académica del PAE, como el Departamento de Ciencias Administrativas se interrelacionan para direccionar la formación en Administración de Empresas, por lo que han representado un activo y fecundo servicio al desarrollar las consideraciones preliminares en el análisis de la reforma de la ley 60 de 1981, con el compendio de ponencias desarrolladas determinaron además los aspectos del evento e impregnaron el rumbo académico para la divulgación de la normativa en desarrollo.

Centro de Gestión de las Comunicaciones

Dependencia encargada de coordinar el funcionamiento, programación y producción de contenidos de los medios de comunicación impresos, radiales, televisivos y digitales, con los que cuenta la Universidad del Cauca. Es decir, los conformado por Unicauca Estéreo, la productora Universidad del Cauca Televisión, el portal www.unicauca.edu.co y las redes sociales verificadas de la Institución. Esta dependencia tiene como objetivo propiciar y promover procesos de

comunicación intra y extrainstitucional en favor de la participación y construcción de las diversas manifestaciones de cultura y bienestar que convergen en la Universidad.

MARCO LEGAL

El diseño estructural del Proyecto 147 de 2019, por medio del cual se pretende regular la Profesión de Administración en Colombia, dio lugar a una fuerte discusión sobre los alcances de esta en el campo administrativo. En este contexto, es necesario considerar la normatividad relacionada con la propuesta porque delimitan el mensaje que se desea comunicar.

Ley 60 de 1981

Por la cual se reconoce la Profesión de Administración de Empresas y se dictan normas sobre su ejercicio en el país. (noviembre 4 de 1981) y que en correspondencia con la aprobación del primer debate del senador Iván Darío Agudelo Zapata, se busca derogar esta Ley y su Decreto Reglamentario 2718 de 1984, por medio del Proyecto de Ley 147 de 2019.

Proyecto de Ley 147 de 2019

De acuerdo con el resumen suministrado en el Estado del Proyecto:

“El objeto de la presente ley es regular el ejercicio de la Profesión de Administración; (...) plantea las generalidades de la administración tales como los conceptos básicos, los diferentes programas de administración, los profesionales a los cuales aplica dicha ley y establece que el Consejo Profesional de Administración expedirá la tarjeta profesional y ejercerá la vigilancia del ejercicio profesional de los programas que correspondan al ámbito de conocimiento de la administración. Estos estarán determinados en atención a las herramientas normativas que disponga la autoridad competente para la aprobación oficial de los programas académicos, así como los programas que tengan el mismo objetivo, similar denominación o equiparables contenidos académicos” (Realpe & Garcia, 2021)

CONTEXTUALIZACIÓN METODOLOGICA

La intervención organizacional realizada es una investigación de corte cualitativo descriptivo; en cuanto permite interpretar, formular, diseñar y gestionar procesos y acciones específicas de la realidad humana fundamentados en el diálogo y la intersubjetividad. El diseño atravesó por varios momentos: uno inicial, otros intermedios y uno final. Esta subdivisión, se mantiene plenamente relacionada con la implementación del proceso administrativo⁴ y de conformidad con las fases de un evento con aplicación en las comunicaciones de marketing.

PLANIFICACIÓN

Considerando que "el principal papel de la planificación se centra en mantener un ajuste adecuado entre las metas y recursos de la empresa y los cambios que se producen en el entorno" (Estrella & Segovia, 2018) resulto razonable realizar una evaluación situacional mediante la herramienta de análisis DAFO, porque esta examina las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades que la organización debe atender. En efecto, a partir de este diagnóstico se desarrollan los objetivos, estrategias y acciones, así como el cronograma y el presupuesto, que sirven, además, para evaluar los resultados y desempeño en términos de tiempo y costo. Adicionalmente, al involucrar la contratación de una agencia, fue necesario elaborar el Briefing⁵ para el desarrollo de la campaña publicitaria del evento.

EJECUCIÓN

Etapas de implementación del plan y celebración del evento. En esencia, es el período de experimentación del proyecto, el despliegue de la dirección del acto, la delegación de responsabilidades, la supervisión del protocolo y de la campaña de comunicaciones.

⁴ Planeación, Organización, Dirección, Evaluación y Retroalimentación.

⁵ "Contiene información relativa al público objetivo, posicionamiento de la marca/empresa, promesa o beneficio del producto/servicio que ofrece la empresa, tono de la comunicación deseado, eje y concepto de la comunicación, presupuesto disponible, etc., que ayuda tanto al responsable de comunicación de la empresa como a los responsables de la campaña (agencia de comunicación) a considerar de manera adecuada las necesidades comunicativas de la empresa." (Estrella & Segovia, 2018)

EVALUACIÓN

Es la definición de la forma de verificación del avance del proyecto, comprende también la presentación de las implicaciones para la gestión, así como recomendaciones y acciones que retroalimenten la organización eficiente del evento.

DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRACTICA PROFESIONAL

En este capítulo se presentan los elementos del plan de comunicación derivados del análisis de situación de la organización del evento, ofrece justamente los objetivos, estrategias, acciones, la implementación del acto local y nacional, además de la evaluación; desarrollado de conformidad a lo expuesto en la formulación y diseño del proyecto de intervención organizacional.

DIAGNOSTICO ESTRATEGICO

Análisis DOFA

Esta herramienta de estudio del entorno de la organización permite evaluar los factores fuertes y débiles que se deben atender, para garantizar el desarrollo de estrategias comunicativas de marketing. En tal sentido, se presenta como resultado en la Tabla 1, la matriz DOFA del Evento.

Análisis Interno

Debilidades

- **Concepto de marca del evento poco potenciado:** en realidad no existe un icono que ofrezca una imagen personalizada y diferenciadora de los demás eventos del PAE, puesto que la organización parte de la generalidad institucional.
- **Aún no se tiene presencia en redes sociales:** claro está que a partir de la fecha de la presentación del primer evento es cuando se determina su continuidad, para llevar la discusión de la normatividad a nivel nacional.
- **Ausencia de campañas publicitarias:** de allí que solo se parte de las comunicaciones institucionales que tienen el efecto útil de convocar a la comunidad universitaria del alma máter y se excluya la aplicación de este tipo de herramientas.

Fortalezas

- **Disponibilidad de recursos financieros:** mecanismo de financiación que aporta la Universidad del Cauca, mediante expresa solicitud y gestión del jefe Departamento de Ciencias Administrativas a la Vicerrectoría Financiera.

- **Disponibilidad de los medios de comunicación institucionales:** son dirigidos por el Centro de Gestión de las Comunicaciones de la Universidad del Cauca y acompañan la trasmisión de los eventos, provee soporte técnico en la logística y publicación del anuncio de los actos académicos.
- **Capacidad para brindar eventos gratuitos:** la capitalización requerida para el evento es asumida con recursos propios de la universidad, no obstante, lo ideal sería que más universidades y actores interesados en la temática se sumaran en un trabajo conjunto.

Análisis Externo

Amenazas

- **Reforma Profesional “Proyecto 147 de 2019”:** históricamente resulta necesario actualizar el marco normativo de la Profesión de Administración, sin embargo, como demostraría el concepto de la Universidad del Cauca, los redactores del proyecto original no han tenido cabal conciencia de lo propuesto, porque el contenido de dicha norma limita el ejercicio profesional en el contexto empresarial y en el mercado laboral del país, dado que los alcances normativos poseen connotaciones ambiguas y de alguna forma preexistentes en la actual regulación colombiana.
- **Daños o problemas con la conectividad:** este es indudablemente uno de los factores que más se ha evidenciado en el desarrollo de eventos online, que requieren de soluciones a corto o mediano plazo, lo que resulta en el empleo drástico de mecanismos de descongestión, de hecho también dado el caso la cancelación del acto.
- **Sobreoferta de eventos online:** a partir de la pandemia se cancelaron los actos presenciales, así que, los organizadores optaron por la virtualidad, estos se sumaron a los que ya existían, razón por la cual, se compite por la atención de los asistentes deseados.

Oportunidades

- **Creciente aumento en el uso de las TIC y redes sociales:** se puede considerar que algunos interpretes han inferido que “la digitalización es un proceso que ya existía en Latinoamérica; (...) sin embargo, a raíz de la pandemia se aceleró de tal forma que en unos cuantos meses se evolucionó lo que hubiera llevado entre tres a cinco años” (Reyna, 2020).
- **Mejorar el marco normativo de la Profesión:** es claro que idealmente no debería concretarse la Reforma de la Ley 60 de 1981 mientras no se haya desarrollado una fuerte discusión de los alcances de la posible normativa, no cabe duda de que parece razonable promover el estudio de la propuesta, pero, por sobre todo, con la misión de edificar la Profesión de Administración en el país.
- **Refrescar el pensamiento administrativo en el país:** las diferentes problemáticas de la Administración de Empresas en Colombia expresan y ponen en el escenario del debate intelectual la necesidad de avanzar en la prospectiva profesional, dado que el mundo se encuentra ante la denominada cuarta revolución industrial.

Matriz DOFA

Tabla 1. Matriz DOFA del evento

		PRESENTE		
		FORTALEZAS	DEBILIDADES	
		Factores Internos	F1. Disponibilidad de recursos financieros F2. Disponibilidad de los medios de comunicación institucionales F3. Capacidad para brindar eventos gratuitos	D1. Concepto de marca del evento poco potenciado D2. Aún no se tiene presencia en redes sociales D3. Ausencia de campañas publicitarias
			Factores Externos	
FUTURO	OPORTUNIDADES	O1. Creciente aumento en el uso de las TIC y redes sociales O2. Mejorar el marco normativo de la Profesión O3. Refrescar el pensamiento administrativo en el país	Estrategias FO F3,O1 Presentar los eventos mediante el canal de YouTube y la página en Facebook de la Universidad del Cauca. F1,F2,F3,O1,O2,O3 Caracterizar la gestión del evento en relación al ámbito de la profesión de administración de empresas	Estrategias DO D1, O2, O3 Planear los elementos gráficos de la identidad del evento de acuerdo con la Reforma de ley 60 de 1981 D2,O1, O2, O3 Crear una comunidad para defender la misión del evento mediante la presencia en Redes Sociales
	AMENAZAS	A1. Reforma Profesional “Proyecto 147 de 2019” A2. Daños o problemas con la conectividad A3. Sobreoferta de eventos online	Estrategias FA F1, F2,F3,A1 Creación de alianzas para desarrollar un trabajo adecuado de sustentación y controversia ante los vacíos e inconsistencias del marco normativo de la profesión, haciendo énfasis en el marketing de bases de datos y en la herramienta de email marketing. F3, A3 Promocionar el evento académico con la certificación de asistencia.	Estrategias DA D3,A3, A2 Contratar una agencia especializada en publicidad para realizar la publicidad de los anuncios.D3, A1 Desarrollar el Briefing para la campaña de marketing directo.

Elaboración propia

PLANIFICACIÓN DEL EVENTO

Desarrollo del plan de acción del evento, se determina la propuesta, los responsables, las acciones, el presupuesto y cronograma.

Público objetivo

El Proyecto 147 de 2019, como tal, deja claro en el artículo 2 que:

El “Ámbito de aplicación de la presente ley, se aplicará dentro del territorio nacional a los profesionales de Administración, que cuenten con títulos profesionales expedidos tanto en el país como en el exterior, exceptuando a aquellos con título profesional en Administración Pública; (...) Se incluyen dentro de este ámbito de aplicación las denominaciones de todos aquellos títulos en Administración que, en el marco de la definición provista en el Artículo 1, la desarrollen con cualquier orientación particular o énfasis específico. Esto, incluye a aquellos títulos en Administración cuyas denominaciones puedan crearse a futuro al amparo de la autonomía de las IES; al igual que aquellos que hubieren podido dejar de existir o que hubieren cambiado de nombre”.

De todo lo anterior se puede extraer entonces cuál es el público objetivo del evento, en sentido particular o si se prefiere, en sometimiento al Profesional en Administración, lo mismo que se evidencia en la temática a los profesionales del Programa de Administración de Empresas, la necesidad de aseverar los dos incumbe exclusivamente porque son los principales interesados del análisis de la Reforma de Ley 60 de 1981. Ahora bien, el punto a dilucidar es si se incluirían a disertantes de otras disciplinas en la medida que apoyen la discusión sobre los alcances de la posible normativa.

En este contexto, sin dejar de lado la exclusividad y generalidad del ámbito de aplicación del proyecto, la practica ha considerado enriquecer el debate incluyendo a todo aquel que se mueve en el ámbito de las ciencias administrativas, prácticamente a investigadores, empresarios, funcionarios públicos y ponentes de otras naciones. En suma, debe resaltarse el hecho de que tal inclusión se hace en la medida que sea favorable para el avance del marco normativo de la profesión.

Figura 5. Mapa de públicos



Elaboración propia

Plan de Acción

Con la intención de alinear el objetivo general del proyecto a la planificación, se presenta en la Tabla 2 el plan de trabajo del evento.

Tabla 2. Objetivos, estrategias y acciones comunicativas

Objetivos	Estrategias	Acciones
Desarrollar un evento de acuerdo con los requerimientos del Comité Organizador	Desarrollo de un evento de mayor calidad	Gestión estructural y conceptual <ul style="list-style-type: none"> - Definición - Clasificación - Consecución de panelistas - Formación de alianzas y redes - Definición del presupuesto - Diseño de la agenda
Aumentar el número de asistentes al evento	De atracción de asistentes	Gestión logística y técnica <ul style="list-style-type: none"> - Imagen del evento - Desarrollo de Acciones Comunicativas (email marketing, redes sociales, referencias de terceros, comunicación online y offline) - Inscripciones - Personal

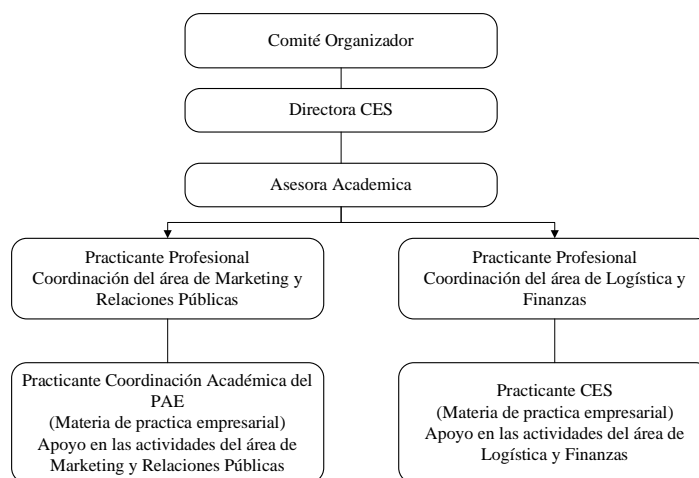
Comprometer a las personas a futuras actividades	De compromiso	Gestión del Protocolo <ul style="list-style-type: none"> - Acompañamiento a panelistas - Elaboración del libreto del presentador - Trasmisión de los eventos - Contacto de cierre y agradecimiento (Certificación)
--	---------------	---

Elaboración propia

Organización

Consiste en la delegación de responsabilidades, la determinación del tiempo, los elementos y el presupuesto con qué ejecutar el plan.

Figura 6. Organigrama de la organización de eventos PAE



Elaboración propia

Funciones

- **Comité Organizador:** integrado por la coordinadora académica del PAE, el jefe de departamento de ciencias administrativas, representante del PAE ante ASCOLFA y docentes investigadores del PAE, orientan las consideraciones preliminares del evento,

analizan la Reforma de Ley 60 de 1981 para el desarrollo de ponencias, además de aprobar la propuesta de la CIM y quienes verifican los alcances del acto. La periodicidad de su participación fue semanal, mediante reuniones vía Google Meet.

- **Directora del CES:** Comprende la dirección del área de apoyo a los eventos académicos, supervisa la implementación práctica de los actos.
- **Asesora académica:** Orienta y guía el desarrollo de la intervención organizacional, el modelo de la CIM para impedir que colapse la organización del evento.
- **Coordinadora del área de Marketing y Relaciones públicas:** Apoyar la realización del Plan de la CIM, su ejecución y evaluación, trabajar el Briefing de la Campaña con el comité organizador, responsable de la gestión de la imagen del evento, elaborar la propuesta de la lista de disertantes, gestionar las relaciones y alianzas necesarias.
- **Coordinadora del área de Logística y Finanzas:** Apoyar la realización del Plan de la CIM, su ejecución y evaluación, trabajar en reservar y agendar la hora, fecha, lugar y plataforma de las conferencias. Gestionar los tramites financieros para la inversión económica de los eventos. Además de monitorear los requerimientos logísticos de cada evento.
- **Practicantes:** Apoyar las actividades propias de cada área, manejo de redes sociales del evento, participación en las reuniones con el comité. Asistir la ejecución del acto. Disponibilidad de 15 horas semanales durante el transcurso de un periodo académico.

Programación

Considerando los cambios en las disposiciones del desarrollo de la práctica, el cronograma de actividades se desarrolló en los tiempos comprendidos tal como se muestran en la Tabla 3.

Tabla 3. Cronograma del evento

Evento	Año	2020			2021						
		Mes	Septiembre	Octubre	Noviembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Noviembre
Actividades											
Local	Desarrollo del Briefing del Evento										
	Elaboración de la Propuesta del Plan de CIM										
	Ejecución del Evento										
	Desarrollo de tareas pos evento										
	Evaluación del Evento										
Nacional	Desarrollo del Briefing del Evento										
	Elaboración de la Propuesta del Plan de CIM										
	Ejecución del Evento										
	Desarrollo de tareas pos evento										
	Evaluación del Evento										
Elaboración del Informe Final											

Elaboración Propia

Presupuesto

Cuantificación económica de la inversión basado en las actividades, es decir en lo necesario para desarrollarlas.

Tabla 4. Presupuesto de la Organización del Evento

Recursos Estimados			
Items	Cantidad	Costo	Total
Equipos/Herramientas			
Equipos de Computo	2	5.000	10.000
Software de organización de eventos	1	200.000	200.000
Talento Humano			
Asesores	2	900.000	1.800.000
Practicantes Profesionales	2	800.000	1.600.000
Practicantes Asignatura Practica Empresarial	2	700.000	1.400.000
Servicios			
Servicio de telecomunicación (WIFI, datos, saldo)	2	120.000	240.000
Marketing Digital	1	672.350	672.350
Elaboración de Pendones	1	285.600	285.600
Retención Fuente	1	85.355	85.355
Total servicios			1.283.305
Total rubro mensual equipos y personal			5.010.000
Total proyecto equipos y personal			20.040.000
Total Proyecto			21.323.305

Elaboración Propia

EJECUCIÓN DEL EVENTO

Consiste en la implementación de las acciones comunicativas del desarrollo del evento.

Gestión conceptual y estructural

Esta acción se orientó y se realizó de acuerdo con las disposiciones del Comité Organizador, para recolectar la información se organizaron reuniones periódicas⁶.

Definición

Primer Evento: Conversatorio de la Reforma de Ley 60 de 1981

Panel: Espacio en el que se sugiere el estudio de la Reforma de ley 60 de 1981, para generar controversia y enriquecimiento al análisis de la normativa, está conformado por un grupo de cinco ponentes que debaten alrededor de la temática y se expone el punto de vista particular en no más de 20 minutos cada uno. El moderador permite a los asistentes hacer preguntas y realiza breves resúmenes del punto de vista de cada uno para dejar en el cierre las conclusiones.

Segundo Evento: III Foro Nacional de Administración

Foro: Espacio de dos días, que se utiliza para conocer la opinión de los participantes alrededor de la Reforma de la Ley 60 de 1981 y Habilidades Profesionales para la Cuarta Revolución Industrial. Se trasmite en los canales virtuales de la Universidad del Cauca. Es considerado uno de los medios de reflexión y debate que promueve la formación profesional y actualidad del marco normativo. Está orientado por el presentador que coordina la agenda del evento y el moderador que coordina cada participación e invita al contrapunteo de opiniones.

Clasificación

⁶ Evidencias disponibles en el alojamiento de archivos de Google Drive para el Centro de Estudios y Servicios (CES), se ubica en la Carpeta de Archivo denominada “ACTAS CES 2020” y ACTAS CES 2021” correspondientemente.

Tabla 5. Clasificación del Conversatorio de la Reforma de Ley 60 de 1981

<i>Lugar</i>	Zoom Meetings
<i>Calidad del público</i>	Externo: actuales y futuros profesionales en Administración
<i>Tamaño</i>	Macro evento
<i>Temática</i>	Centralizado en la Reforma de la Ley 60 de 1981
<i>Estrategia de Mercadeo</i>	Marketing en Redes Sociales
<i>Intención</i>	Informativo
<i>Condición</i>	Académico y Político
<i>Participación</i>	Gratuito

Elaboración propia

Tabla 6. Clasificación de Foro Nacional de Administración

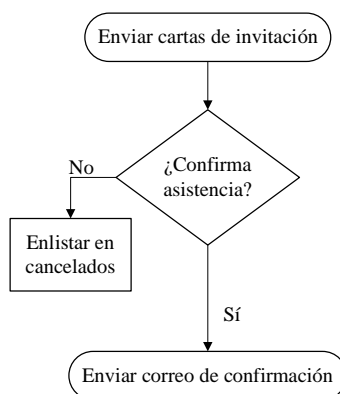
<i>Lugar</i>	Trasmisión en YouTube y Facebook
<i>Calidad del público</i>	Externo: actuales y futuros profesionales en Administración
<i>Tamaño</i>	Macro evento
<i>Temática</i>	Centralizado en la Reforma de la Ley 60 de 1981 y la Cuarta Revolución Industrial
<i>Estrategia de Mercadeo</i>	Marketing Directo y Redes Sociales
<i>Intención</i>	Informativo - Formativo
<i>Condición</i>	Académico y Político
<i>Participación</i>	Gratuito

Elaboración propia

Consecución de panelistas

Acción que abarca el envío de invitaciones a las personas que se desea integren la agenda del evento (Ver Figura 4). La carta se elaboró con el fin de transmitir la información relativa al acto y especialmente al estudio de la Reforma de la Ley 60 de 1981.

Figura 7. Proceso para definir lista de invitados



Elaboración propia

Figura 8. Ejemplo de una carta de invitación del Evento

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Coordinación
Programa de Administración de Empresas

88.11-525/24

Popayán __ de __ del __

Sr. Nombre
Cádo
Entidad

Asunto: Invitación como ponente al III Foro Nacional de Administración de Empresas: Prospectiva del Ejercicio Profesional, sección "Análisis del proyecto de reforma de la Ley 60 de 1981"

Cordial saludo

De la manera más atenta me permito invitarlo a participar como ponente de este importante evento académico, es un honor para la Universidad del Cauca, en conmemoración de los 30 años de nuestro programa de Administración de Empresas, crear este espacio para el encuentro entre académicos, estudiantes y egresados de las ciencias administrativas, así como también, de representantes del sector público y privado, compartiendo conocimientos, investigaciones, experiencias, expectativas e intereses.

El objetivo principal de este encuentro virtual es analizar la problemática de la administración de empresas en Colombia. Por consiguiente, el modelo de este Foro de discusión a nivel nacional se orienta en dos direcciones: i) Análisis del proyecto de reforma de la Ley 60 de 1981. ii) Oportunidades y proyección de la profesión en la cuarta revolución industrial. Estos serán transmitidos por las redes sociales de nuestra universidad y organizados vía Zoom, con micro conferencias de 20 minutos por ponente, se llevarán a cabo los días miércoles de 9:00 a.m. hasta las 6:00 p.m. y jueves 22 de abril en el horario de 4:00 p.m. a 6:00 p.m. respectivamente.

Asimismo, le reitero la invitación a participar como ponente en el Foro de Análisis del proyecto de reforma de la Ley 60 de 1981, dada su expertise en el campo, lo cual le dará realce a nuestro evento. Por consiguiente, esperamos contar con su colaboración para construir el sentido de solidaridad y democracia de la profesión de Administración, con lo cual se logre emprender una reforma que favorezca el ejercicio de esta, la cual no debe limitarse coercivamente dada la particularidad de su campo de acción siempre repleto de imprevistos, circunstancias, y, además, por ser importante para dinamizar la economía del país.

Agradezco su atención.
Universitariamente,

Original firmado
Mercy Johanna Valencia Caicedo
Coordinadora Académica
Programa de Administración de Empresas

Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Dirección Dependencia Popayán Cauca Colombia
Teléfonos 8209900 ext. 3117 - 3102 -3103
Correo electrónico: coordinacionpa@unicauca.edu.co
www.unicauca.edu.co

Elaboración propia

Después de confirmar la asistencia, a cada ponente se le solicita:

- Resumen de su Hoja de vida

- Fotografía
- Presentaciones visuales

Formación de alianzas y redes

Se realizó con la intención de comprometer relaciones con otro grupo de interés⁷ y ampliar: el análisis y discusión de la reforma, participación de panelistas, publicación de piezas gráficas en sus cuentas sociales.

Definición del presupuesto

Tabla 7. Presupuesto del Evento

Cuenta	Rubro
Ingresos	
Recursos financiados por la universidad	\$957.959
Egresos	
Pendones (4)	\$285.600
Campaña de Marketing Digital	\$672.350
Total	0

Elaboración propia

Diseño de la agenda

Tabla 8. Agenda del Conversatorio de la Reforma de la Ley 60 de 1981

Agenda Conversatorio de la Reforma de Ley 60 de 1981	
19 de noviembre de 2020	
Hora	Jueves
2: 00 p.m. – 2:10 p.m.	Instalación Moderador: Francisco Javier González Mejía

⁷ Base de datos disponible en el alojamiento de archivos de Google Drive para el Centro de Estudios y Servicios (CES), se ubica en la Carpeta de Archivo denominada “EVENTOS”.

2: 10 p.m. – 2:30 p.m.	Iván Darío Agudelo Zapata Senador ponente para segundo debate del Proyecto 147 de 2019
2: 30 p.m. – 2:50 p.m.	Jorge Enrique Barrera Moreno Miembro de ASCOLFA, representante por la Universidad del Cauca
2: 50 p.m. – 3:10 p.m.	Mercy Johanna Valencia Caicedo Coordinadora Académica del Programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca
3: 10 p.m. – 3:30 p.m.	Norma Lucia Bonilla Londoño Decana del Programa de Administración de Empresas de la Universidad Piloto de Colombia y secretaria Directiva del Consejo Profesional de Administración de Empresas (CPAE)
3: 30 p.m. – 3:50 p.m.	Victoria Eugenia Pino Terán Coordinadora Académica del Programa de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria autónoma del Cauca
3: 50 p.m. – 4:00 p.m.	Cierre del evento

Tabla 9. Agenda del Foro Nacional de Administración

<p>Agenda del III Foro Nacional de Administración 21 y 22 de abril de 2021 En el Marco de celebración de los 30 años del Programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca</p>
<p>Miércoles (mañana)</p>
<p>Presentador Santiago Lorza Diez</p>
<p>Moderador Jorge Enrique Barrera Moreno</p>

<p>Instalación</p> <p>José Andrés Castrillón</p> <p>Decano de la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas</p>		
Hora	Ponente	Tema
9:20 a.m. – 9:50 a.m.	<p>Claudia Albornoz Villota</p> <p>Directora de Mercadeo y Comunicaciones en Bodytech Colombia</p>	<p>Pilares de la Transformación Digital para Profesionales 4.0</p>
9:50 a.m. – 10:30 a.m.	<p>Juan Manuel Salazar Gómez</p> <p>CEO de Ecodisruption</p> <p>Centro de Conocimiento de Bioeconomía Circular</p>	<p>Planificación Prospectiva y Estratégica en un contexto de insolvencia por riesgo Lineal</p>
10:30 a.m. – 10:40 a.m.	Conclusiones	
Miércoles (tarde)		
<p>Instalación</p> <p>Isabel González Serna</p> <p>Directora del Centro de Estudios y Servicios de la FCCEA</p>		
Hora	Ponente	Representación
4:10 p.m. – 4:20 p.m.	<p>Introducción del panel</p> <p>Jorge Enrique Barrera Moreno</p> <p>Miembro de ASCOLFA, representante por la Universidad del Cauca</p>	
4:20 p.m. – 4:50 p.m.	Orlando Salinas Gómez	<p>Ex presidente del Consejo Directivo Nacional de la Asociación Colombiana de Facultades de Administración de Empresas (ASCOLFA)</p>

4:50 p.m. – 5:20 p.m.	Humberto Alejandro Rosales Valbuena	Docente Investigador de la Universidad Libre de Colombia
5:20 p.m. – 5:50 p.m.	Héctor Alejandro Sánchez	Docente Investigador de la Universidad del Cauca
5:50 p.m. – 6:00 p.m.	Conclusiones	
Jueves (tarde)		
Instalación Mercy Johanna Valencia Caicedo Coordinadora Académica del Programa de Administración de Empresas		
Hora	Ponente	Tema
2:10 p.m. – 2:40 p.m.	Bryan Clancy Director de Educación para Latinoamérica	Habilidades Profesionales para la Cuarta Revolución Industrial
2:40 p.m. – 3:10 p.m.	Jorge Betzhold Gerente de Transformación Organizacional en Deloitte	Desafíos de Administrar y Liderar el Futuro Laboral que emerge
3:10 p.m. – 3:40 p.m.	Jimmy Najjar Director de E-Learning y Redes Sociales	Transformación Digital en los Negocios
3:40 p.m. – 3:50 p.m.	Conclusiones	
3:50 p.m. – 4:00 p.m.	Cierre del III Foro Nacional de Administración	

Elaboración propia

Gestión logística y técnica

Aborda todos los requerimientos de soporte técnico y operativo necesario para el evento, adicionalmente, de las solicitudes de formatos que se necesitan diligenciar.

- Realización del evento (ver anexo 1,2,4,5)
- Lugar y Fecha (ver anexo 3)
- Financiación (ver anexo 7)

Imagen del Evento

Parte de la producción de imágenes del evento, se desarrolló a partir de la elaboración del Briefing (Ver el Anexo 8) para el diseño de la estrategia creativa.

Figura 9. Ejemplo de las piezas gráficas del Evento



Elaboración Propia

Desarrollo de Acciones Comunicativas

Email Marketing

Método de Marketing Directo, se realizó mediante correo electrónico para convocar a docentes y estudiantes del Programa de Administración de Empresas del país.

Figura 10. Ejemplo de email directo


MARTHA CLARISA GUERRERO JIMÉNEZ <marthague@unicauca.edu.co>

Correo Corregido para Invitaciones al evento Foro Nacional de Administración de Empresas

MARTHA CLARISA GUERRERO JIMÉNEZ <marthague@unicauca.edu.co>
Para: MERCY JOHANNA VALENCIA CAICEDO <mercyvalencia@unicauca.edu.co>, Coordinación del Programa Administración de Empresas <coordinacionpae@unicauca.edu.co> 16 de abril de 2021, 16:35

III FORO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS:
 PROSPECTIVA DEL EJERCICIO PROFESIONAL



Agendate con nosotros...

El Programa de Administración de Empresas, en el marco de la celebración de sus 30 años, te invita a ser parte de éste evento digital. Nuestro objetivo es generar estos espacios de reflexión prospectiva para reinventar la profesión y reivindicar su ejercicio en el país.

[Inscríbete aquí para obtener certificación](#)

Programación Académica

Miércoles, 21 de abril a las 9:00 a.m.

CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL
Conferencias:



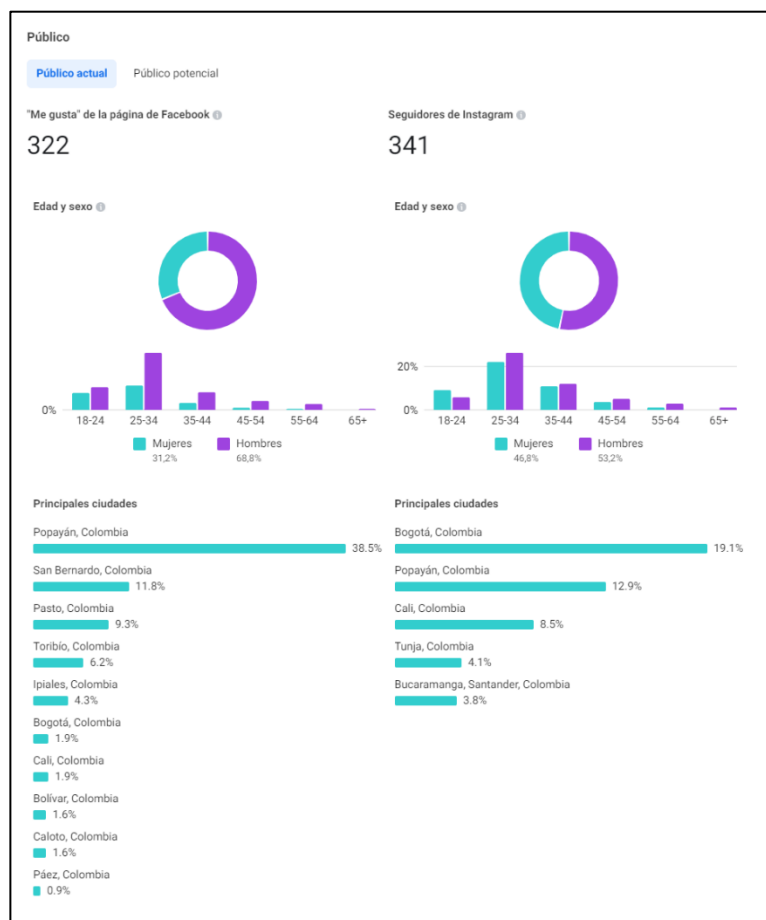
Pilares de la transformación digital para profesionales 4.0
Claudia Albornoz, Directora de Mercadeo y Comunicaciones en BodyTech Colombia

Elaboración propia

Redes Sociales

Las plataformas utilizadas para aumentar la exposición del Evento fueron: redes principales como Facebook, Twitter y LinkedIn, e Instagram como red secundaria.

Figura 11. Porcentaje de Público en las redes sociales de Facebook e Instagram del Movimiento Social del PAE

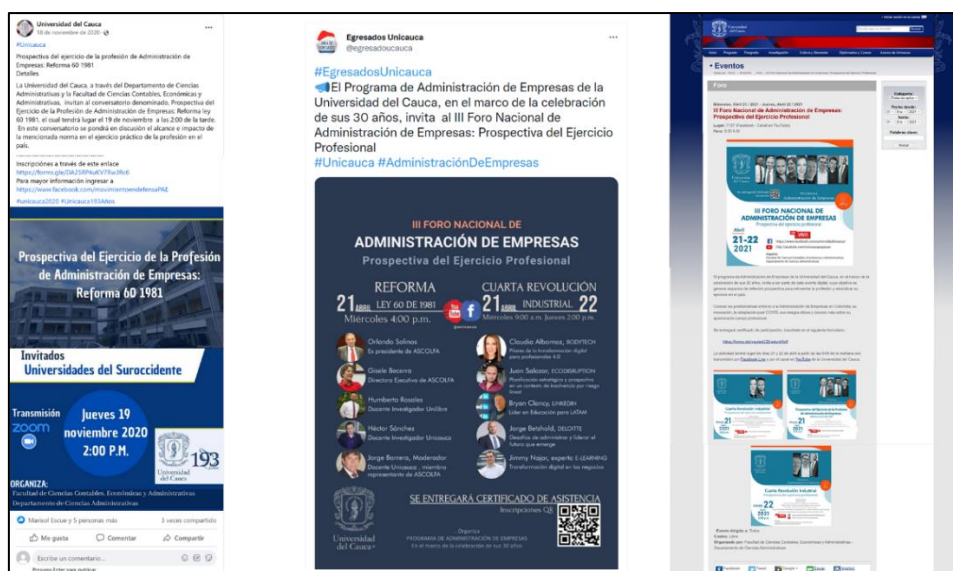


Fuente: Facebook Audience Insights

Comunicación online y offline

Con el único propósito de aprovechar los medios de comunicación de la Universidad del Cauca, disponibles para convocar a la comunidad universitaria, se adoptaron los requisitos formales para la edición y publicación de la convocatoria del evento. En tal sentido, los mecanismos manejados fueron: correo electrónico masivo institucional, publicación en la página web, redes sociales, mención en el programa televisivo de Unicauca al día y en el programa radial de Unicauca Estéreo.

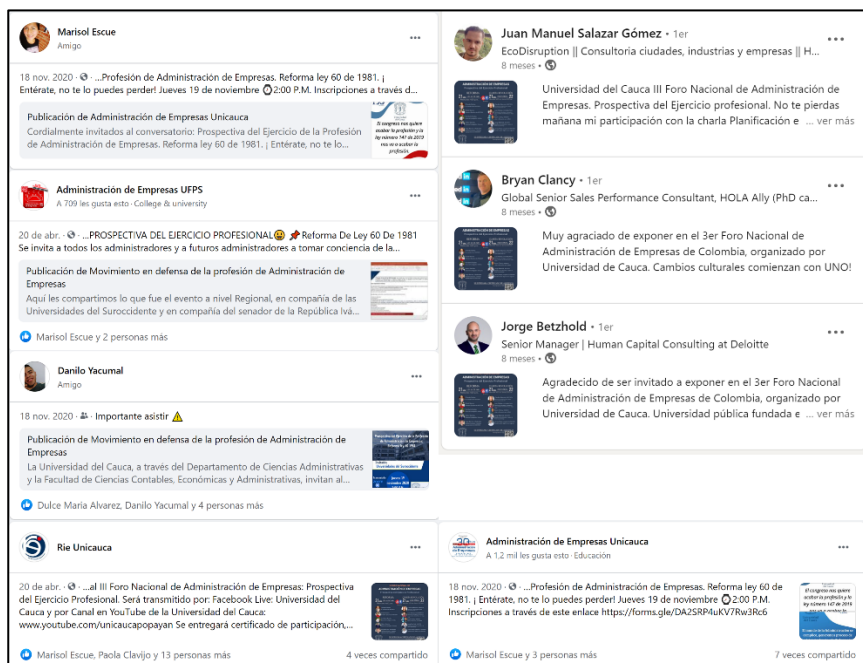
Figura 12. Ejemplo de Comunicación online de la Universidad del Cauca



Integración con plataformas de terceros

De esta manera fue posible integrar a personas del público objetivo, en su totalidad publicadas desde sus cuentas personales en redes sociales, por ejemplo, Twitter, Facebook y LinkedIn.

Figura 13. Convocatoria referenciada por alguien



Inscripciones

Las bases de datos⁸ adecuadas para esta actividad incluyen básicamente la información para contactar a asistentes deseados del evento, en esta, se proporciona el nombre, apellidos, teléfono, e-mail, ocupación y cargo profesional. La gestión de estas bases se trata bajo normativa legal aplicable al uso de información de las personas. (Ver anexo 6).

Figura 14. Ejemplo de formularios de inscripción realizados en Google Forms



Elaboración Propia

Gestión del protocolo

Tratándose entonces de las medidas formales del evento, esta acción permite conocer e interactuar con los panelistas y los asistentes. De la satisfacción del evento depende, en parte, la imagen que surja a futuro para sumarse al análisis de la Reforma Profesional.

Acompañamiento a panelistas

Esta tarea se desarrolla como proceso de seguimiento, es precisamente desde el primer contacto con el ponente que se debe mantener buena disponibilidad para atender los aspectos

⁸ Bases de datos disponible en el alojamiento de archivos de Google Drive para el Centro de Estudios y Servicios (CES), se ubica en la Carpeta de Archivo denominada "EVENTOS".

académicos de las ponencias. El recibimiento de los invitados se realizó al tiempo con las orientaciones técnicas, brindadas por el Centro de Gestión de las Comunicaciones de la Universidad del Cauca, es decir en privado, antes de iniciar el evento pues se disponía de 30 minutos adicionales.

Elaboración del libreto del presentador

Fue necesario contar con un profesional con experiencia en presentaciones masivas para que logre abordar al público de una manera natural. Adicionalmente se le entregó previamente el protocolo⁹ que básicamente consiste en: bienvenida, lectura de la agenda, presentación de ponentes, conclusión de la participación, orientación de inquietudes y finalmente despedida para dar cierre al Evento.

Contacto de cierre y agradecimiento

Para terminar con el Evento, se considera necesario enviar una carta de agradecimiento, la cual se envió semanas después por correo certificando a los ponentes e invitados.

Figura 15. Ejemplo del formato para la certificación del Evento





Elaboración propia

⁹ Documento disponible en el alojamiento de archivos de Google Drive para el Centro de Estudios y Servicios (CES), se ubica en la Carpeta de Archivo denominada “EVENTOS”.

EVALUACIÓN DEL EVENTO

La evaluación de los actos no se sistematizó en un cuestionario, por eso resulto necesario evaluar su calidad en relación con los aspectos logísticos del evento. En los ítems a continuación se puede considerar el nivel de desempeño de la producción.

Tabla 10. Indicadores de la Gestión del Evento

Asistencia de los Ponentes	<p>Conversatorio</p> $\frac{5}{6} = 0,83$ <p>El 83% de los ponentes de la lista confirmada asistieron al evento.</p>
	<p>Foro</p> $\frac{8}{9} = 0,88$ <p>El 88% de los ponentes de la lista confirmada asistieron al evento.</p>
Asistencia del publico	<p>Conversatorio: 71 asistentes</p> <p><i>Figura 16. Participación del Conversatorio</i></p>  <p>Público del Conversatorio</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Coordinador del Programa de Administración ■ Docente ■ Egresado ■ Senado ■ Estudiante
	<p>Foro: 320 asistentes, Reforma: 225</p> <p><i>Figura 17. Participación del Foro</i></p>  <p>Público del Foro Nacional de Administración</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Coordinador Académico ■ Docente ■ Egresado ■ Estudiante
	<p>Diferencia: $225 - 71 = 154$</p>

	La audiencia aumentó en 154 personas para el análisis de la Reforma de la Ley 60 de 1981. El público se mantiene concentrado en los Estudiantes del PAE.								
Interrupciones en Aspectos Técnicos	<p>Conversatorio: 4 interrupciones en 2 horas de transmisión. (2 interrupciones/hora)</p> <p>Foro: 3 interrupciones en 6 horas de transmisión. (0,5 interrupciones/hora)</p>								
Relaciones a largo plazo	<p>Conversatorio: 2 respuestas para ponencia</p> <p>Foro: 10 respuestas para ponencia y apoyo del evento.</p>								
Presupuesto	<p>Ejecución de la campaña publicitaria en Facebook: Implementado frente a lo reservado.</p> $\frac{672.350}{2} = 336.175$ <p>Dado que la inversión en campaña, duro 2 meses de los 4 pactados, lo reservado para la continuidad de la campaña es de \$336.175.</p> <p><i>Figura 18. Estadísticas de la Campaña 20 de abril de 2021</i></p> <p>Este mes: 1 abr 2021 – 20 abr 2021</p> <p>Alcance Impresiones Clics únicos en el enlace</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Métrica</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alcance</td> <td>17.2 mil</td> </tr> <tr> <td>Impresiones</td> <td>23.3 mil</td> </tr> <tr> <td>Clics únicos en el enlace</td> <td>11</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Campaña administrada con Germán Fernández</p>	Métrica	Valor	Alcance	17.2 mil	Impresiones	23.3 mil	Clics únicos en el enlace	11
Métrica	Valor								
Alcance	17.2 mil								
Impresiones	23.3 mil								
Clics únicos en el enlace	11								
Impacto en redes sociales	<p>Históricamente el alcance en Facebook parece mayor al logrado en Instagram, sin embargo el número de publicaciones en la primera fue mayor también, parece aceptable plantear también que el número de seguidores en Instagram esta más concentrado en el ámbito de la Profesión de Administración que en Facebook.</p>								

Figura 19. Alcance en Facebook e Instagram

Resultados

Alcance de la página de Facebook

36.260 ↑ 62,4 mil%



Alcance de Instagram

15.142 ↑ 100%



Fuente: Facebook Audience Insights

Elaboración propia

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

Las estadísticas del desempeño de la organización del evento hablan sobre los casos presentados en los dos actos. Indicando con precisión la mejoría en la producción del segundo frente al primero, la conclusión sería distinta, dado que, en el conversatorio sólo había un organizador monitoreando la ejecución de este, mientras que en el foro fueron cuatro, quienes hicieron el seguimiento de los aspectos relevantes. De manera acertada el apoyo brindado de más colaboradores es imprescindible.

La distancia entre el número de asistentes fue desarrollada en la práctica, por la aplicación de estrategias para redes sociales y gracias a la convocatoria de la misma universidad. Si se busca un referente para ampliar bases de datos para contactar directamente a quienes se mueven en el ámbito de la Profesión de Administración en Colombia, la red profesional de LinkedIn es una plataforma que permite catalogar perfiles por profesión e intereses. Es necesario tener claridad sobre los eventos y los aspectos normativos para formar a las personas contactadas. En efecto, es claro que debería existir una capacitación en la temática personalizada para cada organizador, por lo tanto, el mensaje de la campaña se unifica y se transmite de forma clara y concisa.

Los principios de la Gestión de Eventos y la Comunicación integrada de Marketing son herramientas para la administración eficaz y eficiente para la organización de los actos, pero dada las importantes dificultades advertidas, es necesario implementar medidas complementarias de descongestión. En pocas palabras, es conveniente fortalecer la cultura de participación y liderazgo de los organizadores.

De otra parte, el diseño estructural del evento fue ejecutado y evaluado, en los pocos meses que lleva de su presentación, no cabe duda, que frente a ciertas limitantes, esta fue la herramienta que orientó los efectos esperados y no permitió declinar en la consolidación de los actos. Con todo, subsisten factores que impiden la adecuada trasmisión de los eventos de acuerdo con lo planteado, porque es propio de los medios virtuales la dependencia de fuentes de electricidad y conectividad con la red. Debe confiarse en este sentido a la capacidad de adaptación del público.

De todo lo anterior se puede extraer que los objetivos del proyecto de intervención organizacional fueron desarrollados mediante planes de mejora, acto que en esencia fue necesario debido a las

inconsistencias presentadas de naturaleza humana. Por lo tanto, como medida de verificación se permite evidenciar la relación metas resultados dentro de los marcos establecidos.

Figura 20. Resultados claves de la intervención del proyecto

Objetivos	Resultados
Diseñar e implementar las estrategias de comunicación de marketing para cada evento.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan integral de comunicaciones para la organización del Conversatorio de la Reforma de Ley 60 de 1981. - Plan integral de comunicaciones para III Foro Nacional de Administración de Empresas.
Construir alianzas con instituciones de educación superior que ofrecen el programa de administración de empresas y con expertos de las temáticas de los respectivos eventos.	<ul style="list-style-type: none"> - Agendas del evento. - Bases de datos de invitados. - Publicaciones de terceros en redes sociales.
Ejecutar cada evento cumpliendo con lo establecido en la planeación estratégica del mismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del Conversatorio de Reforma de Ley 60 de 1981 el 19 de noviembre de 2020. - Presentación del Foro Nacional de Administración el 21 y 22 de abril de 2021.
Controlar las etapas de planificación y ejecución para hacer seguimiento de los resultados claves y evaluar el desempeño de los eventos.	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación de nuevos ponentes alternativos para los eventos. - Presentación de las estadísticas del evento.

Elaboración propia

Para terminar, se considera necesario trabajar con grupos de experticia en el ámbito de la Profesión de Administración, las ciencias Jurídicas y la comunicación, para aportar de dichas condiciones el mensaje claro y sencillo de los actos de la Reforma de Ley 60 de 1981. Esto, debido a la falta de pericia para desarrollar comunicaciones atractivas para el público objetivo. Bajo ese entendimiento pueden desplegarse campañas publicitarias más efectivas.

BIBLIOGRAFÍA

- Carballar, J. A. (2012). *Social Media: Marketing personal y profesional*. México D.F.: Alfaomega Grupo Editor, S.A. .
- Estrella, A., & Segovia, C. (2018). *Comunicación Integrada de Marketing*. Madrid: ESIC.
- González, A. L. (2014). *Proceso Administrativo*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Jiménez, M., & Panizo, J. (2017). *Eventos y Protocolo: la gestión estratégica de actos corporativos e institucionales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principios de Marketing*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Realpe, G. G., & Garcia, H. G. (1 de diciembre de 2021). *Congreso de la Republica de Colombia*. Obtenido de <http://leyes.senado.gov.co/>
- Reyna, A. (19 de noviembre de 2020). *BBVA*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com>
- Sanchez, R. J. (2019). *Cómo organizar eventos con éxito*. Bogotá: Ugerman Editor.

ANEXOS

Anexo 1. Aval para la realización del Conversatorio de la Reforma de Ley 60 de 1981

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativa

Departamento de Ciencias Administrativas



8.8.6-52.5 / 53

Popayán, noviembre 9 de 2020

DOC. MARISOL MUÑOZ ORDOÑEZ
Directora Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV)
Universidad del Cauca

Asunto: Aval conversatorio

Cordial saludo,

De manera atenta me permito comunicarle que el día lunes 26 de octubre el Departamento de Ciencias Administrativas, ratifico el aval para la realización del evento virtual denominado: "Conversatorio Prospectiva del ejercicio de la profesión de Administración de Empresas, reforma ley 60 1981, a realizarse virtualmente el día jueves 19 de noviembre del año en curso.

Lo anterior con es con el fin de cumplir tramites de la institución.

Agradezco su atención.

Universitariamente,

DIEGO CÁCERES BARAJAS
Jefe de Departamento de Ciencias Administrativas



Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Facultad Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Carrera 2ª, Calle 15 Norte-Sector Tulcán- Popayán - Cauca - Colombia
Conmutador 8209800 Exts. 3101-3102-3103-3104-3105
www.unicauca.edu.co- secfcoea@unicauca.edu.co

Anexo 2. Aval para la realización del Foro Nacional de Administración

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Departamento de Ciencias Administrativas



Popayán, abril 14 de 2021

DOC. MARISOL MUÑOZ ORDOÑEZ
Directora Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual (CECAV)
Universidad del Cauca

Asunto: Aval Foro Nacional

Cordial saludo,

De manera atenta me permito comunicarle que el día martes 9 de febrero el Departamento de Ciencias Administrativas, ratificó el aval para la realización del evento virtual denominado: " III FORO NACIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN: Prospectiva del Ejercicio Profesional, a realizarse virtualmente el día miércoles 21 de abril y el día jueves 22 de abril del año en curso.

Lo anterior con el fin de cumplir trámites de la institución.

Universitariamente,




DIEGO CÁCERES BARAJAS
Jefe de Departamento de Ciencias Administrativas



Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Facultad Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Carrera 2ª, Calle 15 Norte-Sector Tulcán- Popayán - Cauca - Colombia
Conmutador 8209800 Exts. 3101-3102-3103-3104-3105
www.unicauca.edu.co; secfcea@unicauca.edu.co

Anexo 3. Solicitud para la trasmisión y fecha del evento

 Universidad del Cauca®	Gestión de la Dirección Universitaria Centro de Gestión de la las Comunicaciones Solicitud de Creación, Modificación o Baja de Documentos	
Código: PE-GS-2.1.2-FOR-15	Versión: 1	Fecha de actualización: 22-07-2020
<p>Cordial saludo:</p> <p>El Centro de Gestión de las Comunicaciones es la dependencia encargada del manejo de contenidos en los medios de comunicación institucional, entre ellos las redes sociales. Debido a las actuales circunstancias las redes sociales se han fortalecido en actividades de proyección social del conocimiento a través de las transmisiones de eventos académicos, para lo cual solicitamos de manera atenta diligenciar el siguiente formato en aras de organizar los requerimientos y prestar un mejor servicio:</p> <p>Fecha de solicitud: 03 / 03 /2021 Nombre del evento: Tercer Foro a nivel Nacional de Administración de Empresas: Transformación 4.0</p> <p>Fecha del evento: Miércoles 21 y jueves 22 abril del 2021</p> <p>Hora: 9:00 A.M hasta 6:00 P.M día miércoles y día jueves 2:00 p.m. hasta 4:00 p.m.</p> <p>Duración: Miércoles todo el día y jueves solo en la tarde.</p> <p>Dependencias o entidades organizadoras: Departamento de Ciencias Administrativas y la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas</p> <p>Participantes que entran a la Sala ZOOM: Por definir</p> <p>Transmisión por:</p> <p>FACEBOOK <input checked="" type="checkbox"/> X YOUTUBE <input checked="" type="checkbox"/> X</p> <p>(Se puede en ambas redes según disponibilidad, para tal caso se responderá al correo)</p> <p>Requiere diseño de pieza gráfica:</p> <p>SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> X</p> <p>Requiere envío de la pieza gráfica por correo masivo:</p> <p>SI <input checked="" type="checkbox"/> X NO <input type="checkbox"/></p> <p>Nota: El presente formato diligenciado deberá ser enviado al correo comunicaciones@unicauca.edu.co, con el suficiente tiempo de antelación con el fin de garantizar la reserva del espacio, lo anterior teniendo en cuenta las solicitudes que llegan para eventos virtuales.</p> <div style="text-align: right;">   </div> <p style="text-align: right; font-size: small;">SC - CER 450832</p>		

4.90.18
RESOLUCION VRA – 0290 DE 2020
 (12 de noviembre)

Por la cual se fija el calendario para la realización de un Curso.

EL VICERRECTOR ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA, en uso de las atribuciones delegadas mediante Resolución Rectoral Número 377 del 25 de abril de 2017.

CONSIDERANDO:

La Directora del Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual autorizó la realización del Conversatorio Prospectiva del ejercicio de la Profesión de Administración de Empresas, reforma ley 60 1981, organizado por el Departamento de Ciencias Administrativas de la Facultad de Ciencias Contables, Economicas y Administrativas.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Autorizar la realización del Conversatorio Prospectiva del ejercicio de la Profesión de Administración de Empresas, reforma ley 60 1981, así:

INSCRIPCIONES	HASTA EL 19 DE NOVIEMBRE DE 2020
FECHA DE PAGO	GRATUITO
FECHA DE INICIO	19 DE NOVIEMBRE DE 2020
FECHA DE TERMINACION	19 DE NOVIEMBRE DE 2020
CUPO	100
LUGAR O SEDE	VIRTUAL

ARTICULO SEGUNDO: Enviar copia vía email de la presente providencia a la Vicerrectoría Administrativa, Secretaría General, División Financiera, División de Sistemas, División de Admisiones, Registro y Control Académico, Coordinación SIMCA, CECAV y Centro de Gestión de las Comunicaciones.

COMUNÍQUESE Y CUMPLASE

Se expide en Popayán, 12 de noviembre de 2020.

ORIGINAL FIRMADO POR EL VICERRECTOR ACADEMICO

LUIS GUILLERMO JARAMILLO ECHEVERRI
 Vicerrector Académico

Anexo 5. Autorización para la realización del Foro Nacional de Administración

Vicerrectoría Académica



Universidad
del Cauca

4.90.18
RESOLUCION VRA – 116 DE 2021
(16 de abril)

Por la cual se fija el calendario para la realización de un Curso.

EL VICERRECTOR ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA, en uso de las atribuciones delegadas mediante Resolución Rectoral Número 377 del 25 de abril de 2017.

CONSIDERANDO:

La Directora del Centro de Educación Continua, Abierta y Virtual autorizó la realización del III Foro Nacional de la Administración: Prospectiva del Ejercicio Profesional, organizado por el Departamento de Ciencias Administrativas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Autorizar la realización del III Foro Nacional de la Administración: Prospectiva del Ejercicio Profesional, así:

INSCRIPCIONES	HASTA EL 21 DE ABRIL DE 2021
FECHA DE PAGO	GRATUITO
FECHA DE INICIO	21 DE ABRIL DE 2021
FECHA DE TERMINACION	22 DE ABRIL DE 2021
CUPO	500
LUGAR O SEDE	VIRTUAL

ARTICULO SEGUNDO: Enviar copia vía email de la presente providencia a la Vicerrectoría Administrativa, Secretaría General, División Financiera, División de Sistemas, División de Admisiones, Registro y Control Académico, Coordinación SIMCA, CECAV y Centro de Gestión de las Comunicaciones.

COMUNÍQUESE Y CUMPLASE

Se expide en Popayán, 16 de abril de 2021.

ORIGINAL FIRMADO POR EL VICERRECTOR ACADEMICO

LUIS GUILLERMO JARAMILLO ECHEVERRI
Vicerrector Académico

Revisó: Nady Andrea Mamian
Proyecto: Martha L. Cortés B.





Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Dirección Dependencia Calle 5 No. 4-70 Popayán Cauca Colombia
Teléfonos: 8209800 – 8209900 Ext. 1115-1164
Correo electrónico: viceacad@unicauca.edu.co

DOCUMENTO DE COMPROMISO DE RESERVA DE INFORMACIÓN CONFIDENCIAL**DE TITULARIDAD DE ESTUDIANTES EN PRÁCTICA PROFESIONAL PERÍODO 2016 – 2021 Y DE LA
UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

Mediante la suscripción del presente documento, las personas que suscribimos el presente documento manifestamos que entendemos y aceptamos que la información que nos ha sido presentada o entregada por parte del Centro de Estudios y. Servicios – CES de la Universidad del Cauca, dentro del marco del desarrollo de la Práctica Empresarial, se encuentra revestida de carácter CONFIDENCIAL, al tratarse de una información secreta que tiene un valor económico al ser susceptible de uso o aplicación en una o varias actividades productivas, industriales o comerciales, razón por la cual, la Universidad del Cauca ha tomado todas las medidas necesarias para mantenerla en secreto o bajo reserva, razón por la cual, dicha información se encuentra sujeta a lo regulado por la legislación civil, comercial, administrativa y penal aplicable en Colombia relacionada con la protección de la información confidencial y secreto empresarial.

En estas condiciones, nos comprometemos de manera expresa:

1. A respetar y cumplir la normatividad aplicable en Colombia en relación con la protección de información confidencial y secreto empresarial, incluyendo las disposiciones contenidas en los artículos 260 a 266 de la Decisión Andina 486 de 2000, respecto a la información a la que tengamos acceso; en particular, frente a la información financiera, comercial, o que verse sobre proyectos de investigación, modelos de negocio, emprendimientos, derechos de Propiedad Intelectual y, en general, cualquier otra clase de derecho involucrado de titularidad de los informes finales de Práctica Empresarial de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca durante el período 2016 – 2020, y la que corresponda a la Universidad del Cauca.
2. A no divulgar, reproducir o transmitir por medio alguno, conocido o por conocerse, en forma total o parcial, el contenido de la información revelada por el Centro de Estudios y. Servicios - CES.
3. A responder frente a los Autores por la utilización que realicemos de la información confidencial que nos sea revelada, comprometiéndose expresamente a no utilizar dicha información de manera alguna que pudiere causar perjuicio directo o indirecto.

Dado en la ciudad de Popayán, el 19 de febrero de 2021

NOMBRE: Martha Clarisa Guerrero Jiménez

IDENTIFICACIÓN: 1061801337

FIRMA: Clarisa Guerrero

Anexo 7. Solicitud de financiación de recursos

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

8.8.6 Departamento de Ciencias Administrativas



8.8.6-92.8/ 006

Popayán, marzo 03 de 2021

Magister

Andrés José Castrillón

Decano

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Universidad del Cauca

Asunto: Solicitud de recursos compra pendedones y promoción campaña de marketing digital para evento académico del Departamento de Ciencias Administrativas

Cordial saludo.

El Departamento de Ciencias Administrativas realizará un evento virtual a nivel nacional denominado “III Foro nacional sobre la Prospectiva del Ejercicio de la Profesión de Administración de Empresas; Reforma de Ley 60 de 1981.” programado para el día 21 y 22 de abril del presente año, el cual como su nombre lo indica se enfocara en el ejercicio de la profesión de la Administración de Empresas, es importante enfatizar que los retos normativos son el tema central teniendo en cuenta la reforma de la ley 60 de 1981, que regula la profesión, también será temática del mismo los retos de la Administración de Empresas en el Cuarta Revolución Industrial, posicionamiento de la profesión en la nueva era de las competencias laborales digitales y socioemocionales, retos normativos, importancia de determinar el campo de acción profesional en el país y su papel en la reactivación económica.

El evento tiene como propósito generar un espacio propicio para la reflexión y debate desde el conocimiento, la experiencia y el profesionalismo de los



Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Facultad Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Carrera 2ª, Calle 15 Norte-Sector Tulcán- Popayán - Cauca - Colombia
Conmutador 8209800 Exts. 3101-3102-3103-3104-3105
www.unicauca.edu.co - secfcea@unicauca.edu.co

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

8.8.6 Departamento de Ciencias Administrativas



A continuación, se adjunta la cotización de la campaña de marketing digital requerida, en periodo de tiempo de 1 mes.

Objetivo de la campaña:

Dar a conocer el problema que trae la ponencia para segundo debate, del Proyecto de Ley 147 de 2019, por medio del cual se dictan normas para el ejercicio de la profesión de administración, se expide el Código de ética y se deroga la Ley 60. Además de temas complementarios sobre la profesión que van de la mano con esta problemática que presenta la Administración.

Objetivo público: A nivel nacional

- Egresados de Administración de Empresas
- Estudiantes de Administración de Empresas
- Instituciones de Educación superior con facultades de Administración de Empresas.
- Profesores, coordinadores, decanos, directores que trabajan en el área de Administración de Empresas.
- Consejos de Administración de Empresas
- Asociaciones de facultades de Administración de Empresas

Propuesta



Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Facultad Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Carrera 2ª, Calle 15 Norte-Sector Tulcán- Popayán - Cauca - Colombia
Comutador 8209800 Exts. 3101-3102-3103-3104-3105
www.unicauca.edu.co- secfccea@unicauca.edu.co

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

8.8.6 Departamento de Ciencias Administrativas



participantes que permita visualizar las tendencias, cambios y expectativas del ejercicio de la profesión en Colombia y el mundo.

Por tal motivo, se solicita respetuosamente recursos para comprar 4 pendones que serán utilizados como medio de fondo visual para los estudiantes y profesores que participarán en el evento, las modalidades virtuales exigen este tipo de logística que ambienta desde un escenario más institucional la seriedad del mismo, es decir, que nuestros participantes en el evento tendrán como fondo de su imagen virtual el escudo y el nombre del Departamento de Ciencias Administrativas.

También solicita recursos por valor de \$672.350 IVA incluido, para la campaña promocional de marketing digital del evento, plan que va adjunto al oficio indicando su propósito, objetivo y tiempo de divulgación.

En resumen, la solicitud concreta es que del presupuesto del Departamento de Ciencias Administrativas se eroguen los recursos para los pendones por \$285.600 IVA incluido y para la campaña promocional de marketing digital del evento por \$672.350 IVA incluido.

Se adjuntan cotizaciones de los pendones y del plan promocional de marketing digital.

Agradezco su atención y colaboración.

VoBo

Universitariamente,

DIEGO CÁCERES BARAJAS

Jefe

de Departamento de Ciencias Administrativas



Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Facultad Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Carrera 2ª, Calle 15 Norte-Sector Tulcán- Popayán - Cauca - Colombia
Conmutador 8209800 Exts. 3101-3102-3103-3104-3105
www.unicauca.edu.co- secfccea@unicauca.edu.co

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

8.8.6 Departamento de Ciencias Administrativas



Atentamente:

Germán Felipe Fernández Joaqui

Administrador de Empresas

Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital

Tel: 3225840534

RESUMEN COTIZACIONES

COTIZACIÓN	VALOR Iva incluido
4 Pendones	285.600 pesos
Campaña Marketing Digital	672.350 pesos
TOTAL RECURSOS REQUERIDOS	957.950 pesos



ISO 9001

icontec

1070 0001 07 FEB 2019



1070 0001 07 FEB 2019

Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Facultad Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Carrera 2ª, Calle 15 Norte-Sector Tulcán- Popayán - Cauca - Colombia
Conmutador 8209800 Exts. 3101-3102-3103-3104-3105
www.unicauca.edu.co- secfccea@unicauca.edu.co

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

8.8.6 Departamento de Ciencias Administrativas



COTIZACIÓN PENDONES



Señores

Programa de administración de Empresas

Universidad del Cauca.

L.C.

4 pendones

Dimensiones 110 cm ancho x 200 cm largo.

Full color envarillado \$ 240.000 mas IVA = total 285.600 pesos

Atentamente,

CESAR REINALDO LÓPEZ C.

GERENTE COMERCIAL

comercial@editoriallopez.com

3154925947

EDITORIAL LÓPEZ SAS

Carrera 8 No. 6 – 73. www.editoriallopez.com

Popayán – Cauca – Colombia



ISO 9001 CERTIFICADO



ICoNet CERTIFICADO

Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial

Facultad Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Carrera 2ª, Calle 15 Norte-Sector Tulcán- Popayán - Cauca - Colombia
Comutador 8209800 Exts. 3101-3102-3103-3104-3105
www.unicauca.edu.co- secfccea@unicauca.edu.co

Anexo 8. Elaboración del Briefing

Briefing

Ciente

Nombre	<i>Movimiento por la Legitimidad Social de la Profesión de Administración</i>
Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn	<i>ProAdmón</i>
YouTube	<i>Profesión de Administración</i>
Persona de Contacto	<i>Clarisa Guerrero Jiménez</i>
Teléfono de Contacto	<i>3105357493</i>
E-mail de Contacto	<i>clarisague@gmail.com</i>
Horario disponible	<i>8-12 am Lunes-Viernes</i>

Empresa y Filosofía

Marca	<i>Foro Nacional de Administración</i>
Productos o Servicios	<i>Eventos Académicos</i>
Ámbito Geográfico	<i>Nacional</i>
No de Trabajadores	<i>10</i>
Años de experiencia en el Mercado	<i>-</i>
Misión	<i>Organización y promoción de eventos y publicaciones en las Ciencias Administrativas</i>
Visión	<i>Llevar la inquietud y el debate intelectual a las más altas alturas nacionales.</i>
Objetivos	<i>Actualizar el pensamiento administrativo tanto en el ámbito regional como en el nacional</i>

• • •

Estrategias de Marketing actuales

Objetivo que se persigue con el Marketing	<i>Promover el estudio de la Reforma de la Ley 60 de 1981 en todos aquellos que se mueven en el ámbito de la administración privada y promover su conocimiento a nivel nacional (Posicionamiento)</i>
Público Objetivo Actual	<i>Estudiantes de pregrado de Administración, comprendidos entre los 16 a 25 años, matriculados en alguna de las 106 IES acreditadas con alta calidad del país.</i>
Precio de los Productos o Servicios	<i>Gratuito</i>
Plan de Promoción Comunicación actual	<i>Publicidad en Redes Social, sin vigencia.</i>
Plan de Distribución	<i>Conferencias Gratuitas</i>
Posicionamiento Web actual	<i>Sin posiciones en la Web</i>
Ventaja Competitiva de la Empresa	<i>Trabajo conjunto, respaldado por Universidades del Cauca, para brindar eventos gratuitos y certificados.</i>
Seguimiento de las acciones	<i>No</i>



Estrategias de Marketing actuales

¿Qué problema tiene en sus actuales estrategias de marketing?	<i>El público objetivo no es muy activo en las iniciativas políticas, no se ha logrado masificar el mensaje a nivel nacional.</i>
¿Han intentado solucionar este problema? ¿Cómo?	<i>Sí, convocando coordinadores académicos y docentes de Administración del país, buscar alianzas con las áreas de egresados en Administración.</i>
¿Los resultados de las estrategias de marketing han sido positivos?	<i>Han resultado regulares, aún más en medio de la coyuntura nacional de pandemia y protestas nacionales.</i>
¿Qué repercusiones tienen estos problemas en la Organización?	<i>El principal problema consiste en que si no se actúa a tiempo, en el Congreso de la República se aprobaría el Proyecto de Ley 147 de 2019, el cual propone un marco regulatorio que limita el ejercicio profesional.</i>
¿Qué oportunidades del mercado creéis que debéis aprovechar actualmente?	<i>El proyecto aún esta en espera del segundo debate, es decir aún hacen falta dos debates más. Lograr alianzas con los Movimientos Estudiantiles del país.</i>
¿Están dispuestos a invertir recursos para solucionar estos problemas?	<i>Sí, es posible gestionar una donación por medio de la Universidad del Cauca. Pero estamos justos de presupuesto.</i>

• • •

Mercado y Competencia

¿Quiénes son los principales competidores?	Entidades que estén a favor del proyecto de Ley (Falta información), Los eventos académicos que organicen las IES del país, ASCOLFA, CPAE, otros relacionados con las ciencias Administrativas.
¿Qué acciones de marketing está haciendo tu competencia	Marketing en Redes Sociales y en Teléfonos Móviles.
¿Cuál es tu posición competitiva en ventas respecto a ellos?	Muy baja. (200 asistentes promedio a eventos académicos)
¿Están posicionados en Google? ¿Para qué palabras clave?	No.

Recursos Disponibles

¿Cuánto presupuesto se ha invertido hasta ahora en marketing?	\$600.000
¿Cuánto es el presupuesto disponible para el marketing?	\$10.000.000
¿Cuánto están dispuestos a invertir para la creación de la estrategia?	\$16.000.000
¿Cuánto están dispuestos a invertir para las acciones e implementación?	\$20.000.000

Briefing Creativo

Datos de Identificación de la Organización
<i>PROADMON, 27 de agosto de 2021, Campaña "Legitimidad Social de la Profesión de Administración en Colombia"</i>
Objetivo de Comunicación
<i>Atraer nuevos miembro para el Movimiento Social, convocar una asamblea de estudiantes de pregrados de las Ciencias Administrativas del país</i>
Público Objetivo
<i>Estudiantes de Pregrado de las Ciencias Administrativas del país.</i>
Posicionamiento
<i>No se ha desarrollado un posicionamiento significativo en el ámbito de las Ciencias Administrativas.</i>
Promesa Básica
<i>Unirse a un Movimiento Social para defender la Legitimidad Social de la Profesión de Administración del país.</i>
Reason Why
<i>Participación en las reuniones concertadas</i>

• • •

Briefing Creativo

UPV
Único Movimiento Profesional que busca Legitimar la Profesión de Administración para competir en el Mercado en condiciones de igualdad normativa.
Tono de Comunicación
Advertencia, preocupación, qué estimule unirse al grupo social.
Eje de Campaña
Discusión sobre los alcances de la normatividad propuesta (Compromiso, Unión)
Concepto de Campaña
Protección, Defensa del Libre ejercicio de la Profesión
Medios
Instagram, Twitter, Facebook. LinkedIn



Diseño del Logo

Movimiento social