

**FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA: DEL AULA DE CLASES A LAS
ORGANIZACIONES LATINOAMERICANAS**



Universidad
del Cauca

ANDRÉS MAURICIO GARCÉS QUIRÁ

SUSAN JULIETH ROJAS GARCÍA

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

POPAYÁN 2012

**FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA: DEL AULA DE CLASES A LAS
ORGANIZACIONES LATINOAMERICANAS**

ANDRÉS MAURICIO GARCÉS QUIRÁ

SUSAN JULIETH ROJAS GARCÍA

PASANTÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

ASESOR ACADÉMICO:

MG. HÉCTOR ALEJANDRO SÁNCHEZ.

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

POPAYÁN 2012

AGRADECIMIENTOS

A Dios, que nos permitió cumplir esta gran meta en nuestras vidas, por fortalecer nuestro corazón e iluminar nuestros caminos, por poner en medio a todas las personas que hicieron posible este gran logro.

A nuestros padres y demás familiares por su amor y apoyo incondicional en nuestro desarrollo tanto personal como profesional, a ellos extendemos este gran éxito, por animarnos siempre a seguir adelante.

Al asesor académico y empresarial Mg. Héctor Alejandro Sánchez, profesor de la Universidad del Cauca y Director del Centro de Estudios y Servicios; a los profesores que han hecho parte de este gran proceso: la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca quienes con su apoyo y disposición hicieron posible este trabajo de grado.

Agradecimientos a la Universidad del Cauca, especialmente al Departamento de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, y al cuerpo administrativo, por su colaboración y apoyo en el transcurso de nuestra formación académica.

A todos nuestros compañeros pasantes y practicantes que al igual que nosotros año tras año creyeron en este gran acontecimiento y pusieron su mejor empeño para hacer de éste el más grande evento de la Universidad del Cauca.

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS	7
LISTA DE TABLAS	8
LISTA DE ANEXOS	9
1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO.....	10
1.1 INTRODUCCIÓN.....	10
1.2 JUSTIFICACIÓN	11
1.3 PROBLEMA A RESOLVER	12
1.4 OBJETIVOS.....	13
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	13
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
2 CONTEXTUALIZACIÓN DEL CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS –CES- DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA.....	14
2.1 CARACTERIZACIÓN DEL CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS -CES-	14
2.2 PLATAFORMA ORGANIZACIONAL	15
3 CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA	19
3.1 MARCO TEÓRICO	19
3.1.1 SURGIMIENTO Y EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD FERIA.....	19
3.1.2 GENERALIDADES DE LAS FERIAS	20
3.2 MARCO CONTEXTUAL	25
4 REFERENTES METODOLÓGICOS.....	26
5 HISTORIA FERIA EMPRESARIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA	27
6 VARIABLES DE LA FERIA EMPRESARIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA	34
6.1 FECHA DE REALIZACIÓN	34
6.2 IMÁGENES CORPORATIVAS.....	35
6.3 OBJETIVOS GENERALES	43
6.4 DURACIÓN DEL EVENTO.....	45
6.5 NÚMERO DE VISITANTES	46
6.6 NUMERO DE EXPOSITORES.....	47
6.7 COSTO STANDS	48
6.8 ÁREA DE MERCADEO.....	49

6.9	ASPECTOS FINANCIEROS	52
6.9.1	INFORMES FINANCIEROS DE LAS VERSIONES IX, X y XI.....	54
6.10	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	58
6.11	COORDINACIÓN GENERAL	61
6.12	LUGAR DE REALIZACIÓN	63
6.13	CONFORMACIÓN GRUPO DE APOYO.....	65
6.14	CENTRO DE OPERACIONES.....	66
6.15	CERTIFICACIÓN.....	67
6.16	VINCULACIÓN OTRAS UNIVERSIDADES.....	68
6.17	PUESTO DE INFORMACIÓN	70
6.18	PROGRAMACIÓN.....	71
6.19	DIFICULTADES	75
6.20	RECOMENDACIONES.....	79
6.21	FEEDBACK O RETROALIMENTACIÓN.....	82
7	CONCLUSIONES.....	84
8	RECOMENDACIONES.....	86
9	REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	88
10	ANEXOS	90

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Centro de Estudios y Servicios	14
Figura 2 Oportunidades de una Feria	22
Figura 3 Tercera Feria Empresarial	35
Figura 4 Quinta Feria Empresarial	36
Figura 5 Sexta Feria Empresarial	37
Figura 6 Séptima Feria Empresarial.....	38
Figura 7 Octava Feria Empresarial.....	39
Figura 8 Novena Feria Empresarial	40
Figura 9 Decima Feria Empresarial.....	41
Figura 10 Decimo Primera Feria Empresarial	42
Figura 11 Pilares de la Feria Empresarial	44
Figura 12 Rueda Financiera X Feria Empresarial.....	74

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Fecha de realización	34
Tabla 2 Objetivos generales.....	43
Tabla 3 Duración del Evento	45
Tabla 4 Número de Visitantes.....	46
Tabla 5 Expositores	47
Tabla 6 Costo Stands	48
Tabla 7 Área Mercadeo.....	49
Tabla 8 Financiación.....	52
Tabla 9 Finanzas IX Feria Empresarial	55
Tabla 10 Finanzas X Feria Empresarial	56
Tabla 11 Finanzas XI Feria Empresarial	57
Tabla 12 Organización	58
Tabla 13 Coordinación General	61
Tabla 14 Lugar.....	63
Tabla 15 Personal Staff.....	65
Tabla 16 Centro de Operaciones.....	66
Tabla 17 Certificación.....	67
Tabla 18 Vinculación otras Universidades	68
Tabla 19 Puesto de Información.....	70
Tabla 20 Actividades Realizadas.....	71
Tabla 21 Dificultades	75
Tabla 22 Recomendaciones.....	79
Tabla 23 Retroalimentación.....	82

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Formato Entrevistas Realizadas.....	90
Anexo B. Medios de Comunicación y Patrocinadores XI Feria Empresarial Universidad del Cauca.....	95
Anexo C. Cronograma de Actividades X y XI Versión Feria Empresarial Universidad del Cauca.....	96
Anexo D. Grupo Coordinador XI Feria Empresarial Universidad del Cauca.....	100

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

1.1 INTRODUCCIÓN

La organización y puesta en marcha del evento denominado “Feria Empresarial Universidad del Cauca” se ha convertido en una de las principales actividades a realizar en la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas, ya que por este medio la institución puede proyectar a la sociedad los conocimientos que desde la academia pueden ayudar a mejorar los sistemas productivos de la región.

El presente informe plantea en su primera parte la contextualización del trabajo donde se expresa su justificación, se define el problema a resolver y se establece el objetivo general y los específicos.

En la segunda parte se presenta el marco teórico y el marco contextual que permitirá efectuar un referente de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

Por último se realiza la contextualización metodológica que permite identificar como se realizó la pasantía y la obtención de información.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El Centro de Estudios y Servicios CES, adscrito a la facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca, lidera el proyecto de la Feria Empresarial de la Institución, una Feria que vincula los agentes y sectores económicos de la región.

Con el transcurso de las versiones anteriores, la Feria empresarial de la Universidad del Cauca ha logrado posicionarse como uno de los principales eventos empresariales en el ámbito local, y para la XI versión se buscó extender al ámbito latinoamericano, razón por la cual es necesario integrar la academia con el sistema empresarial tanto regional como nacional e internacional.

La primera versión de la Feria Empresarial nace en el año de 1997 como un evento académico y en la actualidad la parte académica se ha convertido en un componente que ayuda a integrar y proyectar a la Universidad con los sectores productivos, de aquí la importancia que tiene la planeación y gestión de todos los componentes que permitan congregar a expositores nacionales e internacionales que ofrezcan sus conocimientos y experiencias para su posterior aplicación práctica. El poder contar con la información sobre la organización y ejecución de Ferias anteriores constituye una herramienta importante que facilita la planeación de futuras versiones y disminuye el riesgo de cometer los errores del pasado.

1.3 PROBLEMA A RESOLVER

La Feria Empresarial del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca, constituye un eslabón importante para el estudiante. En ella, permite relacionar lo teórico con lo práctico, trabajo en equipo, relaciones interpersonales entre compañeros, profesores y con el sector productivo – empresarial de la región. La Feria Empresarial cuenta con un posicionamiento privilegiado y un gran número de expositores y visitantes.

Sin embargo, debido a los constantes cambios del ámbito empresarial y académico se hace necesaria la planeación organización y ejecución de componentes que estén acordes a las necesidades de los participantes de este importante evento. Ante esta situación, el problema se expresa de la siguiente manera: “Es importante conocer los aspectos relevantes en la planeación y ejecución de la Feria Empresarial desde su creación hasta la actualidad, identificar cuáles han sido los aciertos y fallas que se han presentado para poder contribuir en la búsqueda de la organización ideal de una feria empresarial que permita reunir en un espacio físico y durante un determinado tiempo a diferentes expositores comerciales, culturales y académicos mostrando a la comunidad el empuje y el desarrollo empresarial de la región”

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar los aspectos relevantes en la realización de las once versiones de la feria empresarial para contribuir en la búsqueda de la organización ideal de una feria que reúna en un espacio físico y durante un determinado tiempo a diferentes expositores comerciales, culturales y académicos mostrando a la comunidad el empuje y el desarrollo empresarial de la región.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la información de las once Versiones de la Feria Empresarial del programa de Administración de la Universidad de Cauca.
- Identificar las variables más significativas presentes en la realización de la Feria Empresarial.
- Identificar aspectos positivos y negativos de Planeación de las diferentes ferias.
- Identificar aspectos positivos y negativos de Mercadeo de las diferentes ferias.
- Identificar aspectos positivos y negativos de Personal de las diferentes ferias.
- Identificar aspectos positivos y negativos de Comunicaciones de las diferentes ferias.

2 CONTEXTUALIZACIÓN DEL CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS –CES- DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA

2.1 CARACTERIZACIÓN DEL CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS -CES-

Reseña histórica del Centro de Estudios y Servicios –CES-

“El Centro de Estudios y Servicios - CES, se creó hace 25 años bajo la denominación de **Centro de Estudios Contables, Económicas y Administrativas**, el cual tenía como objetivo dar impulso a la investigación en el tema de la Economía Solidaria, que fue en ese momento, el referente teórico que dio origen a los actuales programas de Administración de Empresas (para el año de 1990) y Economía (para el año de 1998)”.

Nombre y Logo

Figura 1 Centro de Estudios y Servicios



Fuente: Centro de Estudios y Servicios CES.

2.2 PLATAFORMA ORGANIZACIONAL

Considerando el sentido de pertenencia y concordancia con el Alma Máter el Centro de Estudios y Servicios apoya el Objetivo organizacional de la Institución:

“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.

Visión 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.

Objetivos

- 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.
- 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

- 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.

Misión del CES

En concordancia con la política y el propósito institucional de Proyección Social, el “CES” tiene como misión promover las condiciones idóneas para que a través de la interacción entre los actores internos y externos de la FCCEA, se desarrollen procesos de emprendimiento que impacten positivamente a las comunidades atendidas por la Universidad del Cauca.

Con la propuesta de impulsar la Proyección Social entendida como el proceso mediante el cual la universidad comparte con la sociedad el conocimiento generado, apropiado y convalidado en su interior y le imprime un carácter dinámico a la relación de la institución con el entorno social.

En este sentido, el modelo se convierte en una plataforma para hacer interacción social de una forma articulada y organizada desde la docencia y la investigación, generando una nueva cultura organizacional con respecto al impacto y la pertinencia de la institución en el contexto social en que se desenvuelve, porque permite diferenciar y medir las actividades de interacción social, de las propias de la docencia y la investigación.

3 CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

3.1 MARCO TEÓRICO

3.1.1 SURGIMIENTO Y EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD FERIAL.

Coincidiendo con actividades religiosas y paganas se comenzó a desarrollar el intercambio de productos en la India, Egipto, contribuyendo las manifestaciones feriales al auge del comercio terrestre (Sánchez - Apellaniz, 1960; 367). Ya en tiempos bíblicos, las ferias iniciaron su actividad como centros de trueques, situándose en zonas estratégicas que coincidían con centros portuarios o cruces de caravanas. En época de los romanos, con el nuevo concepto de la moneda como valor de cambio, se ve reforzado el carácter transaccional de las ferias. Se celebran en el norte de Europa, con el objeto de promover el comercio en las provincias donde imperaba la *Pax Romana*. A finales del siglo V d.C., el imperio romano de occidente se desintegró y la actividad comercial en Europa desapareció hasta su renacimiento en tiempos del emperador Carlomagno y las ferias volvieron a surgir en las principales rutas comerciales extendiéndose por toda Europa (Navarro, 2001; 21).

Pero su verdadero desarrollo lo experimentan durante la edad media, considerándose para algunos autores, como una institución típicamente medieval, siendo reuniones periódicas de mercaderes en centros urbanos muy bien comunicados, constituyéndose como elemento de promoción de los contactos comerciales en los cruces de caminos importantes (Munuera et al., 1993; 119).

La celebración de las ferias, solía coincidir con fiestas patronales y con momentos decisivos del año agrícola, y las personas que allí acudían estaban protegidas por las autoridades. Existían grandes y pequeñas ferias, generales y especializadas, de carácter nacional o internacional. Pero la primera feria mundial realmente importante, fue la organizada en el *Crystal Palace* de Londres el 1 de mayo de 1851 denominada Gran Exposición de Londres, que permaneció abierta durante siete meses. El propósito de esta Feria Mundial, era estimular los negocios para las compañías Británicas en el mercado internacional. Los extraordinarios resultados de la Gran Exposición de 1851 pusieron en auge las exposiciones internacionales organizándose otras similares en Paris, San Francisco y Chicago (Miller, 1991; 3 y Navarro, 2001; 23).

En la actualidad, la celebración de eventos y en concreto, de ferias nacionales e internacionales, es un fenómeno muy extendido, existiendo ferias en la mayor parte del mundo.

3.1.2 GENERALIDADES DE LAS FERIAS

CONCEPTO DE FERIA

Una feria, es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una aldea, municipio, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional. Los objetivos de una feria son:

- Lograr la compra y/o venta de los productos y servicios.

- Conocer las características de la competencia, estándares de calidad y evaluar la reacción ante la oferta.
- Investigar el potencial de mercado.
- Lograr un gran número de contactos en un tiempo breve.
- Conocer precios para lograr la inserción en un mercado.
- Realizar alianzas estratégicas.

CARACTERÍSTICAS

Una feria es un evento de promoción comercial, en consecuencia es una actividad empresarial.

El producto “Feria” tiene un objetivo muy claro, que es: “hacer negocios”, ya que los productores y/o distribuidores a través de la exposición de sus productos y/o servicios en un stand (espacio de exposición) logran establecer alianzas empresariales de compra de sus productos o establecer contactos con otros prestadores de servicios para mejorar su producción (proveedores).

La feria forma parte de la estrategia de mercadeo que busca desarrollar el mercado en un área productiva. Los productores participantes logran realizar ventas e incrementar el número de clientes.

Son eventos –Productos de Promoción Comercial –, que tienen como objetivo promocionar a las empresas sea ésta de manufactura, producción agrícola, pecuaria, artesanal, turística u otra línea.

OPORTUNIDADES DE UNA FERIA.

Las ferias concentran una serie de oportunidades tanto para la región y los organizadores, como también para las empresas participantes. Esto se puede ver de manera visual en el siguiente gráfico:

Figura 2 Oportunidades de una Feria



Fuente: Manual para organizadores de ferias

UTILIDAD DE LAS FERIAS EN EL MARCO DEL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

La organización de ferias se debe ubicar en la perspectiva del desarrollo económico local, porque articula el espíritu empresarial a un compromiso con el desarrollo local y regional del país.

Como consecuencia de la articulación del interés individual con el colectivo, se entiende a la feria como un instrumento importante y estratégico de promoción comercial, que debe priorizar las líneas productivas que tienen potencialidades para contribuir al desarrollo económico local. Los resultados son el incremento de

las ventas, así como la ampliación a nuevos segmentos de mercado y las posibilidades de contar con nuevos clientes.

Las ferias deben mostrar las potencialidades de los recursos, sean éstos naturales u otros, así como las capacidades productivas de los pobladores de la comunidad, de la región o país. La idea central de las ferias es promocionar aquellos sectores productivos, cuyas ventajas comparativas y competitivas, permiten formar un sector empresarial articulado a una propuesta de desarrollo económico local. Hay que posicionar a la localidad o región en los sectores productivos donde se pueda promover un mercado que contribuya a construir o dinamizar una economía local.

Por otro lado, la organización de una feria permite un cambio de actitud en los productores y/o distribuidores, buscando nuevos nichos de mercado, satisfaciendo necesidades y deseos de los potenciales clientes con productos de calidad y excelencia en la atención al cliente.

3.1.3 TIPOS DE FERIAS

Las ferias se clasifican, según los siguientes criterios:

- Por el tipo de muestra (productos y/o servicios) que exhiben.
- Por el tipo de público asistente.
- Por su alcance y cobertura.

a) Según el tipo de muestra que exhiben, pueden ser:

- Ferias Sectoriales. Están dirigidas a sectores y/o subsectores específicos, ejemplo: agrícola, comercio, servicios, industria, etc. Presentan diferentes grados de especialización.
- Ferias Multisectoriales. Exhiben una amplia gama de productos y/o servicios provenientes de diferentes sectores económicos.

b) Según el tipo de público, las ferias pueden ser:

- Ferias Generales. Se caracterizan por concentrar un número de visitantes totalmente heterogéneo, pueden encontrarse desde empresarios(as) hasta consumidores finales. Proviene del ámbito internacional, nacional y regional.
- Ferias Especializadas. Estas ferias son visitadas exclusivamente por hombres de negocios pertenecientes al ámbito nacional e internacional de un sector, subsector o tema específico. Ejemplo de estas ferias son feria agrícola especializada, Feria de la Construcción, Feria de Ecoturismo, etcétera.

c) Según su alcance y cobertura:

- Ferias Regionales. Este tipo de feria consta de expositores procedentes de una misma región, por ejemplo: feria de ecoturismo.
- Ferias Nacionales. Los participantes provienen de todas las regiones de un país.
- Ferias Internacionales. Son grandes eventos de exposición que se llevan a cabo para facilitar encuentros de negocios de expositores o empresas de distintos países.

3.2 MARCO CONTEXTUAL.

La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca se realiza anualmente desde el año 1997 en la ciudad de Popayán; ciudad cuya dinámica económica se fundamenta principalmente en el sector de los servicios y donde la actividad industrial es casi inexistente.

Actualmente, la Feria se ha logrado consolidar como el evento más importante de la región debido a que reúne a empresarios, emprendedores, y académicos quienes encaminan todos sus esfuerzos para fortalecer sus relaciones comerciales y de esta forma poder generar nuevos mercados.

Su mayor alcance a logrado reunir más de 10.000 visitantes y 200 expositores, generando así excelentes alianzas comerciales, académicas y financieras para la región.

La XI Feria Empresarial fue una versión latinoamericana, que tuvo como países invitados a Colombia, México, Perú, Chile, Venezuela y Ecuador. Esta se realizó del 24 al 27 de Abril de 2012, en la facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca, y contó con exposiciones comerciales, programación cultural y foro académico.

4 REFERENTES METODOLÓGICOS.

La metodología que se utiliza para la realización de la pasantía es el estudio de casos. El método de estudio de casos es una herramienta valiosa de investigación cualitativa que permite explorar en forma más profunda y obtener un conocimiento más amplio sobre cada fenómeno a estudiar. Al hacer uso del método de estudio de casos pudimos obtener los datos de una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; es decir, documentos, registros de archivos, informes finales, entrevistas directas con los organizadores, observación directa, observación de los participantes e instalaciones. Al contar con los datos necesarios, pudimos contrastar diversas percepciones de las once versiones de la feria empresarial, generando un mayor nivel de profundidad en el análisis de la información y la respectiva confrontación con el problema afrontado.

Por otra parte, se contó con la información proporcionada por el Centro de Estudios y Servicios de las versiones anteriores de la Feria Empresarial y se estableció constante comunicación y colaboración con todas las áreas relacionadas a la realización de la última versión.

5 HISTORIA FERIA EMPRESARIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA

La concepción de una Feria Empresarial en la Universidad del Cauca “*Es una idea que nació, como cuando uno se sienta en una tarde soleada en un pastel y de pronto se le ocurren cosas, así, igual, lo que le tiene que fluir a uno en la mente son ganas, atreverse a pensar y ganas de construir lo que está pensando*”, profesor Jorge Enrique Barrera, primer coordinador Feria Empresarial Unicauca.

La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca nació en el año de 1997 cuando el docente Jorge Enrique Barrera vinculado al departamento de Ciencias Administrativas en compañía del estudiante Andrés Maya trataban temas de negocios, emprendimiento, actividades feriales y la posibilidad de que la universidad pudiera contar con este tipo de espacios. El profesor y estudiante se propusieron iniciar un evento académico que tuvo como objetivo principal corresponder a las necesidades del programa de administración de empresas y así generar en los estudiantes unas actividades de emprendimiento, y dejar el sentimiento de miedo a mostrar una idea de negocio, un proyecto o una actividad.

El Profesor Jorge Barrera es egresado de una universidad privada de Bogotá, de donde toma como ejemplo a sus antiguos compañeros, los cuales tenían actividades económicas dentro de la Institución y se plantea el cuestionamiento del por qué los estudiantes de la Universidad del Cauca estando en una institución pública y con mayor precariedad de ingresos no habían contemplado una idea similar. A partir de esta reflexión, el profesor Barrera motiva a sus estudiantes a que den a conocer sus ideas, muestren sus proyectos, publiciten sus actividades e

invita a participar del primer evento ferial que llevo como slogan “*Te lo mostrare todo*”.

“*Te lo mostrare todo*” contó con 20 stands, en los cuales participaron estudiantes de los diferentes programas de la facultad de Ciencias contables, se ubicaron en las instalaciones del campus de Santo Domingo haciendo uso de salones de clase, divisiones improvisadas, realizaron pancartas e invitaciones de todo tipo para hacer partícipe de este evento a la comunidad educativa.

Pese a que la primera Feria no tuvo un proceso de planeación formal, se realizó un cronograma, un croquis y partiendo de las ganas y motivación se logró cambiar la inercia que la facultad tenía en ese entonces, consiguiendo reunir en un mismo lugar a estudiantes de la facultad que mostraron sus proyectos repartidos en distintas actividades económicas. El Profesor Barrera recuerda que los primeros proyectos presentados en la feria de la universidad fueron en relación a las comidas tradicionales, la recreación, las confecciones y el turismo. Sin embargo, lo que realmente era trascendental en ese momento para el Profesor Jorge Barrera y el estudiante Andrés Maya era romper con el paradigma de que no se había hecho una feria y que había que hacer una, sin importar el número de proyectos o de actividades económicas.

La segunda versión del evento estuvo bajo la coordinación del profesor Jorge Arbey Tobar De Jesús quien decidió dar continuidad al evento para impulsar el emprendimiento y apoyar la activa participación e interés de los estudiantes del

programa, en esta versión aún no se pretendía tener el impacto de Ferias posteriores y se manejaba todavía como un evento académico realizado por estudiantes con ganas de incursionar en el campo del emprendimiento, esta versión contó con la exposición de 11 proyectos y fue realizada en el campus de Santo Domingo.

Después de la experiencia obtenida con la segunda feria, el profesor Jorge Tobar decide dar una verdadera estructura al evento desde su tercera versión, organizada por áreas y con tareas claramente definidas para los grupos de apoyo, a fin de garantizar un mejor desarrollo del programa. El docente Jorge Tobar concibe la feria bajo tres pilares fundamentales a tener en cuenta: Organizadores, Expositores y visitantes, tres puntos de trabajo interconectados

Los organizadores: Como motores de la dinámica de integración. Los directos responsables de la comunicación y la armonización de los elementos.

Los expositores: Empresas, Proyectos e ideas empresariales, clientes principales de la actividad, por quienes la Feria se realiza.

Los visitantes: Aquellos clientes potenciales, que le darán a los expositores las razones por las cuales participar y los que en el corto y largo plazo garantizarán el cumplimiento de los objetivos planteados por la organización.

En la cuarta Feria Empresarial el profesor Jorge Tobar logró que el evento trascendiera e integrara diferentes actores regionales y nacionales. En cuanto al número de proyectos, se pasó de noventa y cinco (95) a ciento once (111) de la tercera a la cuarta versión respectivamente, por primera vez la duración del evento

es de dos días y el número aproximado de visitantes que ingresaron al campus de Santo Domingo fue de 7280.

Continuando con el crecimiento y evolución de la Feria, en su quinta edición, coordinada por el docente Santiago Martínez, aparece por primera vez un espacio cuyo objetivo es integrar las muestras empresariales y de proyectos con una parte teórica. Es en esta Feria donde se da un grado de importancia significativo al componente académico y se destina un día dentro de la organización de la feria para ofrecer únicamente un ciclo de conferencias gratuitas para el público en general, seguido de tres días de muestra empresarial, convirtiéndose hasta el momento en la feria más larga organizada por la facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas en la sede de Santo Domingo.

En la sexta Feria Empresarial bajo la dirección de la profesora Yenni Angélica Conde, se introdujo una estructura organizacional con cuatro áreas funcionales: Finanzas, Técnica, Mercadeo y personal, y adicionalmente tres unidades estratégicas: Local, Nacional y Visitantes. En esta oportunidad la Feria fue cambiada de sede y aplazada en una ocasión debido a la instalación de una asamblea estudiantil que tuvo duración de tres meses, de octubre a diciembre de 2004. El campus del Carmen fue entonces el sitio de encuentro, se reprogramaron las fechas, se ajustaron los recorridos tradicionales, se realizaron las gestiones e invitaciones y se abrió nuevamente durante dos días el espacio para que los empresarios expusieran sus proyectos e intercambiaran ideas.

Después de superados los inconvenientes de la sexta Feria producidos por la asamblea estudiantil, se decidió continuar con el proceso de evolución del evento, fue entonces cuando el profesor Miguel Fernando López Calle asumió la dirección de la séptima versión de la feria empresarial y le dio identidad con el lema “un espacio para crear futuro”. De nuevo Santo Domingo fue el lugar de encuentro donde se ofreció al público en general las tradicionales muestras empresariales y donde se dio prioridad a los pequeños y medianos productores queriendo convertir el evento en un semillero de grandes empresas. En esta oportunidad se brindaron conferencias en simultánea con las exposiciones comerciales, muchas de ellas dirigidas a emprendedores y proyectos en desarrollo exponiendo casos reales de empresarios exitosos contados por sus protagonistas.

La octava Feria Empresarial bajo la coordinación general del docente Diego Cáceres fue dividida en tres pabellones: A, para las grandes, medianas y pequeñas empresa, B, para proyectos de universidades e institutos y C, para las comunidades de negocios donde se llevaban a cabo las muestras. El objetivo de esta feria era continuar con el estilo de incubadora de empresas donde los participantes a partir de proyectos e iniciativas pueden surgir y desarrollarse. Gracias al posicionamiento que la feria había logrado a través de las siete versiones anteriores se facilitó la tarea de gestión de recursos, vinculación de patrocinadores, colaboración de empresas, participación de expositores en general y la asistencia del público que reconocía a la feria como un espacio

ofrecido por la universidad para la interacción de los actores económicos y sociales de la región.

Con el traslado de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas del centro de la ciudad hacia el sector de Tulcán, también se trasladó de sede a la Feria Empresarial, es por esto que la Novena Versión dirigida por el profesor Cesar Osorio se realizó en las instalaciones de la nueva facultad y en el coliseo cubierto del centro deportivo universitario (CDU). Los stands fueron distribuidos de tal manera que los asistentes iniciaban el recorrido en la sede de la facultad y posteriormente se dirigían al coliseo ubicado aproximadamente a 150 metros de donde terminaba el recorrido inicial. Inconvenientes como el clima y el desplazamiento por un espacio abierto hicieron que el número de visitantes disminuyera y que no se realizara el recorrido completo.

La décima Versión de la Feria empresarial es coordinada por el profesor Héctor Alejandro Sánchez, quien desde su planeación introduce cambios en la manera como hasta el momento se había venido trabajando en versiones anteriores, nombra un gerente general, un gerente comercial, un gerente financiero y un gerente de logística para que fueran los responsables de los aspectos generales e introduce los gerentes de actividades o de proyectos que se encargaban de dar forma a la programación general de la feria Empresarial. Cada componente (académico, exposiciones, cultural) era un proyecto y en consecuencia tenía su respectivo gerente. En la décima feria también aparecen las ruedas de prensa

como estrategia de promoción y se ofrece al público una programación más nutrida y variada. Esta versión es realizada nuevamente en el claustro de Santo domingo obteniendo excelentes resultados en cuanto a participación de expositores y visitantes.

La décimo primera feria es 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 la ciudad 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.

6 VARIABLES DE LA FERIA EMPRESARIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA

Es importante aclarar que la información de la Quinta y Séptima feria empresarial no se encuentra disponible en el presente escrito a causa de que sus organizadores no están vinculados a la universidad y no se hallaron informes de su realización.

6.1 FECHA DE REALIZACIÓN

Tabla 1 Fecha de realización

VERSIÓN	SLOGAN	FECHA DE REALIZACIÓN
PRIMERA	Te lo mostrare todo	Año 1997
SEGUNDA	Sin información	Año 2000
TERCERA	Donde se gestan los grandes negocios	22 de junio de 2001
CUARTA	Sin información	28 y 29 de noviembre de 2002
QUINTA	Proyectándose al futuro	12, 13, 14 y 15 de noviembre de 2.003
SEXTA	Escenario de grandes ideas	11 y 12 de noviembre de 2004
SÉPTIMA	Un espacio para crear futuro	03 y 04 de noviembre de 2.005
OCTAVA	Jóvenes con actitud emprendedora	23 y 24 de noviembre de 2.006
NOVENA	Déjese ver. Es su oportunidad!	05 a 08 de noviembre de 2.008
DECIMA	Hagamos negocios	13 y 14 de mayo de 2010
DECIMO PRIMERA	Una región para el mundo	24 – 27 abril 2012

Fuente: Propia de la Investigación.

6.2 IMÁGENES CORPORATIVAS

III FERIA EMPRESARIAL

Figura 3 Tercera Feria Empresarial



V FERIA EMPRESARIAL

Figura 4 Quinta Feria Empresarial

Universidad del Cauca

5ª FERIA EMPRESARIAL

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
Proyectándose al futuro

12 DE NOVIEMBRE: CICLO DE CONFERENCIAS.
13, 14 Y 15 DE NOVIEMBRE: MUESTRA EMPRESARIAL
CLAUSTRO DE SANTO DOMINGO - POPAYAN - ENTRADA LIBRE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Calle 5 No. 4-12. Tel. 620.99.00. Ext. 1310, 1364 - www.feriaunicauca.com - Email: feria@unicauca.edu.co

SENA
Colombia Joven
CAUCA
TU IMAGEN
POPAYAN
BSN

VI FERIA EMPRESARIAL

Figura 5 Sexta Feria Empresarial


Universidad
del Cauca

6^{TA} FERIA EMPRESARIAL

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

11 y 12 de Noviembre de 2004

Escenario de grandes ideas!


FERIA EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD DEL CAUCA

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

Popayán, Calle 5 No. 4 - 12
Teléfono: 820 9900 Ext. 1304 / 1404 . Fax: 820 9933
www.feriaunicauca.com
feriaempresa@unicauca.edu.co

Patrocinan:


MAKROSOFT
Colaboramos para su actividad de hoy


BSN


PROPAL
Producción de Alimentos S.A.S.


Universidad
del Cauca


FUNDACION GENERAL DE APOYO
A LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA

VII FERIA EMPRESARIAL

Figura 6 Séptima Feria Empresarial

Un espacio
para **crear**
FUTURO
- Séptima Feria Empresarial -

Universidad
del Cauca
Facultad de Ciencias
Comerciales, Económicas
y Administrativas

Semillero de grandes empresas
Popayán, noviembre 3 y 4 /05 - Ciclo de conferencias
Lugar: Claustro de Santo Domingo - Entrada libre
www.feriaempresarial.unicauca.edu.co - feriaempresa@unicauca.edu.co

FERIA EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD DEL CAUCA

PROGRAMA DE
Administración
de Empresas

Cra. 2 No. 1A-25
Teléfono: 8299900
ext. 269-284-1304

MAKROSOFT

Logos of sponsors: MAKROSOFT, FERIAEMPRESARIAL, and others.

VIII FERIA EMPRESARIAL

Figura 7 Octava Feria Empresarial



IX FERIA EMPRESARIAL

Figura 8 Novena Feria Empresarial

IX Feria Empresarial
Universidad del Cauca

Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas
Departamento de Ciencias Administrativas
Programa de Administración de Empresas

déjese ver
Es su Oportunidad!

5 - 8 de Noviembre de 2008 / Campus de Tulcán / Popayán

Universidad del Cauca

FERIA EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD DEL CAUCA

X FERIA EMPRESARIAL

Figura 9 Decima Feria Empresarial

Instituto de Posgrados,
Facultad de Ciencias
Contables Económicas
y Administrativas, Popayán

Alcaldía de Popayán

**Ministerio de Tecnologías de la
Información y las Comunicaciones**
República de Colombia

Feria Empresarial

**HAGAMOS
NEGOCIOS**

13 y 14 de Mayo de 2010 Claustro de Santo Domingo
Universidad del Cauca
Popayán - Cauca

Apoyan y Patrocinan

TROPICANA **CREATIVOS**
Comunicaciones

INVITAN:
inside e **ILC** **ASAMBLA DEL CAUCA** **AGROPECUARIO** **EMTEL** **CAUCA** **UNICAUCAESTÁDIO** **Universidad del Cauca**

XI FERIA EMPRESARIAL

Figura 10 Decimo Primera Feria Empresarial

XI FERIA
Empresarial

Universidad del Cauca
VERSIÓN LATINOAMERICANA

2012
"Una región para el mundo"

Abril ✓ **Exposición Comercial**
24,25, ✓ **Foro académico**
26 y 27 ✓ **Agenda Cultural**


Universidad
del Cauca


CES
Centro de Estudios y Servicios

www.feriaempresarialunicauca.com

6.3 OBJETIVOS GENERALES

Tabla 2 Objetivos generales

VERSIÓN	OBJETIVO
PRIMERA	Generar en los estudiantes actividades de emprendimiento.
SEGUNDA	El principal objetivo era recaudar fondos para una visita técnica, en ese momento no se pensaba en que habría 3a Versión de la Feria Empresarial.
TERCERA	Lograr que la Feria Empresarial sea un espacio propicio para fortalecer las relaciones comerciales y el intercambio de información permitiendo que tanto como expositores como asistentes participen en la generación de nuevos mercados.
CUARTA	Lograr que la Feria Empresarial sea un espacio propicio para fortalecer las relaciones comerciales y el intercambio de información permitiendo que tanto como expositores como asistentes participen en la generación de nuevos mercados.
QUINTA	Sin Información
SEXTA	Contribuir al enlace de la Universidad – Región al realizar un evento anual de carácter Académico – Social – Empresarial que muestre proyectos y empresas, que dinamicen la economía y permitan la generación de empleos.
SÉPTIMA	Sin información
OCTAVA	Fomentar el emprendimiento en los jóvenes de la región como futuros actores de desarrollo.
NOVENA	Posicionar la Feria Empresarial como un espacio propicio para la proyección social y la integración comunidad – Universidad – Empresas logrando fortalecer las relaciones e intercambios comerciales, a través de la muestra de proyectos y empresas
DECIMA	Su objetivo principal fue dar a conocer los diferentes proyectos e ideas que los estudiantes de la Facultad y la Universidad han venido desarrollando a lo largo de sus estudios, además de fortalecer las relaciones comerciales y de esta forma propender por el desarrollo social y económico de la región.
DECIMO PRIMERA	Congregar a todos los empresarios latinoamericanos, quienes podrán establecer relaciones comerciales de gran importancia así como estrechar lazos académicos, empresariales y sociales.

Fuente: Propia de la Investigación.

Desde sus inicios, la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca ha buscado generar un espacio para desarrollar actividades de emprendimiento. Los primeros expositores fueron los estudiantes de la facultad de ciencias contables, económicas y administrativas y con el transcurso de las respectivas versiones se logró ampliar la participación a estudiantes de otras carreras, de otras universidades y finalmente empresarios del ámbito regional, nacional y en su última versión a nivel latinoamericano.

Para lograr el impacto deseado, a partir de la tercera versión de la Feria Empresarial se tuvo como pilares básicos a los expositores, visitantes y organizadores, motivo por el cual se creó la imagen que durante siete versiones fue el logotipo que identificó a la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

Figura 11 Pilares de la Feria Empresarial



En general y a pesar de la evolución que ha tenido el evento, se ha conservado siempre la idea de proporcionar un espacio físico en el que los actores o personas involucradas se puedan congregarse para desarrollar actividades económicas y sociales, haciendo de este el objetivo principal y común de todas las versiones realizadas de la Feria Empresarial.

6.4 DURACIÓN DEL EVENTO

Tabla 3 Duración del Evento

VERSIÓN	DURACIÓN
PRIMERA	Un día
SEGUNDA	Un día
TERCERA	Un día
CUARTA	Dos días
QUINTA	Cuatro días
SEXTA	Dos días
SÉPTIMA	Dos días
OCTAVA	Dos días y medio
NOVENA	Cuatro días
DECIMA	Tres días
DECIMO PRIMERA	Cuatro días

Fuente: Propia de la Investigación.

Una observación hecha por parte de los expositores y participantes de la tercera versión de la feria empresarial, fue sobre la duración del evento. En una encuesta realizada a dichos participantes, estos pedían una feria de 2 o 3 días de duración. Incluso una de las empresas encuestadas sugirió que se utilizara una semana completa para el desarrollo del evento.

En la quinta versión aparece una feria de cuatro días, pero se decide volver a los dos días de duración, debido a que los expositores se quejaban constantemente del cansancio.

Para las últimas versiones de la feria, la duración ha dependido de la estructura del evento o de la nutrida programación del mismo, evidenciando que la duración de las ferias durante todas las versiones ha sido de acuerdo a las necesidades que se tengan.

6.5 NÚMERO DE VISITANTES

Tabla 4 Número de Visitantes

VERSIÓN	NUMERO DE VISITANTES
PRIMERA	Sin Información
SEGUNDA	1.496 Visitantes
TERCERA	4.201 Visitantes
CUARTA	7.280 Visitantes
QUINTA	10.252 Visitantes
SEXTA	8.000 Visitantes
SÉPTIMA	5.000 Visitantes aproximadamente
OCTAVA	5.000 Visitantes aproximadamente
NOVENA	7.000 Visitantes
DECIMA	10.000 Visitantes
DECIMO PRIMERA	10.000 Visitantes

Fuente: Propia de la Investigación.

La primera Feria Empresarial no tuvo visitantes externos, debido a que era un evento netamente académico.

De la segunda versión en adelante, se ha buscado que el número de visitantes se incremente. Sin embargo, existen factores que han influido significativamente en la concurrencia de público asistente al evento. La sexta versión programada inicialmente para realizarse en el mes de Noviembre de 2004, tuvo que ser aplazada debido a la Asamblea estudiantil y fue cambiada de Sede influyendo negativamente en la Participación de expositores, patrocinadores y visitantes.

La décimo primera versión también fue aplazada 2 veces debido a la asamblea estudiantil y realizada en el Campus de Tulcán de la Universidad del Cauca, pero con una buena organización, un buen trabajo de mercadeo y un correcto tratamiento hacia los expositores y patrocinadores se pudieron garantizar un número elevado de visitantes.

6.6 NUMERO DE EXPOSITORES

Tabla 5 Expositores

VERSIÓN	NUMERO STANDS	OBSERVACIONES
PRIMERA	20 Stands	
SEGUNDA	49 Stands	
TERCERA	185 Stands	
CUARTA	177 Stands	Proceso de inscripción por medio de fichas técnicas
QUINTA	153 Stands	
SEXTA	Sin información	
SÉPTIMA	Sin Información	Se hicieron algunas estrategias promocionales: quien se inscribiera con bastante anticipación obtenía ciertos descuentos por el stand, y quien estuviera muy próximo a la realización del evento, no tenía descuento y la gente lo podía hacer por fax, se les enviaba la cuenta y mandaban a consignar
OCTAVA	70 Stands	
NOVENA	89 Stands	
DECIMA	200 Stands	Proceso de inscripción por medio de fichas técnicas y a través del correo.
DECIMO PRIMERA	80 Stands	Proceso de inscripción por medio de fichas técnicas, directamente en la oficina de la Feria Empresarial o a través de la página y correo de la Feria.

Fuente: Propia de la Investigación.

Hasta la X versión la participación de los expositores se hacía dividiéndolos en dos categorías: Empresas y Proyectos. En la XI versión se dividió la participación de expositores por pabellones: Moda, Salud y Belleza, Emprendimiento Social, ideas de negocio, tecnología y medio ambiente.

Durante la realización de todas las versiones, la participación de los expositores en las áreas de agroindustrial y alimentos ha sido la más representativa.

La mayoría de los expositores que se vincularon a las primeras versiones de la Feria Empresarial nunca habían participado en un evento similar y vieron en ella una buena oportunidad para la promoción de sus productos.

Es destacable la labor realizada en la XI Feria empresarial para la consecución de expositores, pues los eventos de Semana Santa que inicialmente se vieron como una amenaza al realizarse dos semanas antes de la feria, fueron la oportunidad perfecta para extender la invitación a empresarios de otras regiones, obteniendo resultados positivos.

6.7 COSTO STANDS

Tabla 6 Costo Stands

VERSIÓN	COSTO
PRIMERA	No aplica
SEGUNDA	\$30.000 (Proyecto) y \$ 20.000 (Idea Empresarial). Había descuento para estudiantes y casos especiales.
TERCERA	Había descuento para estudiantes y casos especiales.
CUARTA	Se ofrecían paquetes al Área Nacional con hospedaje, alimentación y Stand incluidos: \$150.000, \$200.000 y \$300.000
QUINTA	Sin información
SEXTA	\$120.000 (Empresas) \$50.000 (Proyectos)
SÉPTIMA	Sin información
OCTAVA	\$90.000 Y \$70.000
NOVENA	\$120.000, \$150.000 y \$200.000
DECIMA	\$100.000
DECIMOPRIMERA	\$180.000 y \$230.000

Fuente: Propia de la Investigación.

Desde la segunda feria empresarial se han realizado recaudos con el fin de cubrir los costos de logística que implica la realización del evento. Por lo general se ha

procurado que las personas que tengan proyectos o ideas de negocio obtengan un descuento, al igual que los estudiantes de la región. Es destacable el hecho que la cuarta Feria Empresarial fue la única que ofreció dentro del valor del stand el hospedaje y alimentación de los expositores de fuera de Popayán, facilitando su participación.

6.8 ÁREA DE MERCADEO

Tabla 7 Área Mercadeo

VERSIÓN	ESTRATEGIAS
PRIMERA	Publicidad (pancartas) al interior de la facultad
SEGUNDA	Sin información
TERCERA	<p>Se obtuvo información acerca de las empresas participantes potenciales, se acudió a fuentes primarias y secundarias como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expocauca 2001, - Listado de Cámara de Comercio - Empresas observadas en el centro, sur y norte de la ciudad - Empresas participantes de la II Feria Empresarial - Referencias personales y otras. <p>La invitación por oficio y personalizada fue uno de los principales medios por los cuales los expositores se enteraron del evento.</p> <p>Se hizo una difusión del evento por los medios de comunicación. Como estrategia para atraer a clientes potenciales se enviaron cartas de invitación tanto a entidades públicas y oficiales como a personalidades de la ciudad. Algunas de ellas se manejaron a través de la rectoría de la Universidad del Cauca.</p> <p>Logo, Slogan, Papel membreteado, Afiches, Plegables, Volantes, Señalización para el claustro, etc.</p>
CUARTA	<p>Identificar Facultades claves y en ellas programas claves y profesores claves.</p> <p>Utilizar medios de comunicación universitarios tales como emisoras, carteleras, periódicos, boletines o revistas de programas claves con el fin de difundir información de la Cuarta feria Empresarial. De igual manera la página de la feria ofrece los beneficios suficientes que permiten el conocimiento masivo del evento.</p>

	<p>Portafolio de servicios, volantes para proyectos, hojas membreteadas y afiches.</p> <p>Ofrecer a los expositores paquetes cómodos de estadía, alimentación y hospedaje</p>
QUINTA	Sin Información
SEXTA	<p>Hojas Membreteadas</p> <p>Plegables</p> <p>Afiches</p> <p>Volantes</p> <p>Escarapelas</p> <p>Pasacalles</p> <p>Lábaros</p> <p>CDs Promocionales</p> <p>Señalización</p> <p>Medios Masivos de Comunicación</p> <p>Página Web www.feriaunicauca.com</p> <p>Email Feriaempresa@unicauca.edu.co</p> <p>Visitas personales a potenciales expositores y patrocinadores.</p>
SÉPTIMA	Sin Información
OCTAVA	<p>Página de la universidad</p> <p>Flyers</p> <p>Camisetas</p> <p>Carpetas</p>
NOVENA	<p>Afiche</p> <p>Carpeta</p> <p>Pasacalles</p> <p>Pantalla Electrónica (scoolVisual)</p> <p>Internet</p> <p>Radio, Televisión, Prensa</p>
DECIMA	<p>Redes sociales: facebook</p> <p>Afiches</p> <p>Pendones</p> <p>Fyers</p> <p>Medios de Comunicación</p> <p>Volantes</p> <p>Revista</p>
DECIMO PRIMERA	<p>Pagina propia www.feriaempresarialunicauca.com</p> <p>Redes sociales como facebook y twitter</p> <p>Afiches</p> <p>Pendones</p> <p>Fyers</p> <p>Medios de Comunicación</p>

Volantes Revista Foto Periódico Nacional Pasacalles
--

Fuente: Propia de la Investigación.

La Feria Empresarial ha estado enfocada en la satisfacción de los potenciales expositores, patrocinadores y visitantes, por eso ha hecho uso de las estrategias de mercadeo que en el momento de su realización han sido las más idóneas para dar a conocer el evento. Dentro de estas estrategias se han utilizado: publicidad externa (afiches, pasacalles, volantes, plegables) y la publicidad en medios masivos (radio, prensa, televisión e Internet), llegando así en sus últimas dos versiones a la utilización de las redes sociales facebook y twitter como medio eficaz de interacción entre los organizadores y el público objetivo.

La colaboración de los medios de comunicación ha sido clave en el momento de vender el evento, sobre todo en las dos últimas versiones, donde se han hecho alianzas estratégicas para obtener beneficios mutuos, lo que ha facilitado el posicionamiento que hoy tiene la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

En casi todas las versiones de la feria empresarial se ha realizado un coctel de apertura al evento, pero desde la décima versión, además del coctel, se realiza una rueda de prensa con el fin de obtener mayor apoyo por parte de los medios y en consecuencia mayor difusión que generó grandes expectativas a los posibles clientes potenciales contribuyendo al éxito del evento.

Uno de los más grandes logros de la última versión en cuanto a mercadeo ha sido la publicación de una foto del grupo organizador en un periódico de circulación nacional (El Tiempo), además de la impresión de la primera revista de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca la cual se dio a conocer en el coctel de inauguración del evento.

6.9 ASPECTOS FINANCIEROS

Tabla 8 Financiación

VERSIÓN	FINANCIACIÓN	VALOR
PRIMERA	No hubo patrocinadores Los expositores asumieron de una manera directa cada uno de los costos para cada uno de los stands. (Diseño, transporte, soporte de atención)	SIN INFORMACIÓN
SEGUNDA	Patrocinadores, venta de Stands	\$4.665.700 de ingresos
TERCERA	Patrocinadores, venta de Stands	Ingresos: \$6.137.800 Egresos: \$3133600
CUARTA	Patrocinadores, venta de Stands	Ingresos: \$21.729.400 Egresos: \$16.968.250
QUINTA	Patrocinadores, venta de Stands, recursos de feria anterior	\$ 4'575.00
SEXTA	Relaciones públicas y canjes para la feria. Patrocinadores	Ingresos: \$6.173.000 Egresos: \$5.691.500
SÉPTIMA	Sin información	
OCTAVA	Patrocinadores Recursos de la fundación de apoyo Instituto de Post grados Universidad del Cauca – Taller Editorial	Costo Total: \$3.200.000
NOVENA	Patrocinadores Contraprestación de servicios con	Ingresos: \$9.499.400 Egresos: \$7.841.050

	empresas Costo de los stands	
DECIMA	Patrocinadores Contraprestación de servicios con empresas Costo de los stands	Costo Total aproximado: \$20.000.000
DECIMO PRIMERA	Patrocinadores Universidad del Cauca – Taller Editorial – Pasajes – Hospedaje y alimentación Participación stands Venta botones con el logo de la feria	Ingresos: \$26.729.000 Egresos: \$23.485.746

Fuente: Propia de la Investigación.

El área financiera dentro de la organización de la Feria Empresarial ha sido una de las más importantes, debido a que todas las actividades que se realicen van a estar conectadas de una manera directa con esta.

Independientemente de la forma de organización utilizada para cada una de las versiones de la Feria Empresarial, ha sido una constante, que para cada una de estas se haya diseñado un presupuesto por actividad a realizar, reuniendo finalmente estos presupuestos individuales en el que llamamos Presupuesto General de la Feria Empresarial.

Desde la primera versión hasta la última, la Feria Empresarial ha sido considerada como un evento sin ánimo de lucro, sin embargo, se ha cobrado la participación de los expositores y se ha buscado la gestión de patrocinadores y aliados estratégicos que brinden un apoyo tanto económico como en especie, para cubrir los gastos necesarios que conlleva el evento y por ende el óptimo desarrollo del mismo.

Gracias a la evolución y posicionamiento que ha tenido la feria empresarial, la última versión logra un significativo incremento de patrocinadores, además, consigue que empresas que en algún momento fueron patrocinadoras hoy día se vinculen como socios o aliados estratégicos entrando a patrocinar o apadrinar un Pabellón completo de ideas o proyectos.

Es importante resaltar el hecho de que algunas de las empresas que se han creado por estudiantes del mismo programa de Administración de Empresas, como Pili Pala y Solución Textil, fueron Patrocinadores oficiales de la última Versión realizada (XI Versión).

El dinero recaudado de los patrocinios fue manejado, en la mayoría de las versiones, a través de una cuenta de ahorros, logrando que el pago del dinero por parte de expositores se hiciera de una forma más sencilla y rápida, sin embargo los pagos se podían realizar directamente con el encargado de las Finanzas de la versión de la feria que se estaba realizando.

6.9.1 INFORMES FINANCIEROS DE LAS VERSIONES IX, X y XI.

El área financiera es necesaria en la planeación, organización y ejecución de un evento para que este pueda operar con eficacia y eficiencia, contemplando dentro de una de sus funciones más importantes, el buscar los recursos necesarios para la ejecución del mismo. Por lo tanto, en la organización de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, especialmente en 3 de sus versiones (IX, X y XI Versión), se definieron personas encargadas de esta actividad y unas funciones a

realizar. La persona encargada se ocupó durante todo el evento de registrar los ingresos, provenientes de patrocinadores o socios estratégicos, y de controlar los egresos o gastos llevando el respectivo control de facturas y recibos por medio de los cuales se soportaban los pagos realizados concernientes a cada una de las necesidades de los proyectos definidos.

A continuación se presenta una relación de los ingresos y egresos de la IX versión de la Feria Empresarial.

Tabla 9 Finanzas IX Feria Empresarial

INGRESOS	
Ferias Anteriores	\$ 1.400.000
Entradas al evento	\$ 1.635.000
Patrocinios y Stands	\$ 6.464.400
TOTAL INGRESOS	\$ 9.499.400
EGRESOS	
Coctel lanzamiento	\$ 300.000
Publicidad y Mercadeo	\$ 400.000
Logística	\$ 7.141.050
TOTAL EGRESOS	\$ 7.841.050
INGRESOS - EGRESOS	\$ 1.658.350

En la X Versión del evento, se empezó a manejar un archivo en Excel en el que se registraban los Ingresos, Egresos y el Total Neto de la Feria. Dentro de los

Ingresos se separó cada una de las fuentes de donde provenían los recursos (Stand, Desfile, Patrocinios), y se tuvo en cuenta patrocinios que se hicieron en especie, o por medio de Contraprestación de Servicios; en los Egresos se introdujo cada uno de los gastos de forma discriminada por proyectos (Desfile, Rueda de Negocios etc.) y con sus respectivos soportes en físico, dando como resultado el siguiente resumen del Total Neto de dicha Versión de la Feria Empresarial.

Tabla 10 Finanzas X Feria Empresarial

INGRESOS	
Stand	\$ 8.015.400
Desfile	\$ 1.430.000
Patrocinios	\$ 3.145.000

TOTAL INGRESOS	\$ 12.590.400
-----------------------	----------------------

EGRESOS	
Desfile	\$ 2.139.000
Coctel Medios	\$ 393.100
Coctel lanzamiento	\$ 436.760
Logística	\$ 6.041.870
Académicos	\$ 1.300.017
Generales	\$ 1.458.050
Culturales	\$ 238.000
Rueda Financiera	\$ -
Stan Feria	\$ 160.000

TOTAL EGRESOS	\$ 12.166.797
----------------------	----------------------

INGRESOS - EGRESOS	\$ 423.603
---------------------------	-------------------

En la XI Feria Empresarial y ultima realizada hasta la fecha, se siguió con la metodología utilizada en la feria anterior debido al excelente manejo de los recursos. Se manejó de igual forma un documento en Excel para las finanzas y se obtuvo el siguiente resumen financiero del Total Neto de esta Versión de la Feria:

Tabla 11 Finanzas XI Feria Empresarial

INGRESOS	
Stand	\$ 8.070.000
Desfile	\$ 2.024.000
Patrocinios	\$ 16.590.000
Otros	\$ 45.000

TOTAL INGRESOS \$ **26.729.000**

EGRESOS	
Desfile	\$ 672.796
Desayuno Medios	\$ 132.100
Coctel lanzamiento	\$ 551.000
Logística	\$ 11.351.150
Generales	\$ 4.926.000
Foro Académico	\$ 408.200
Culturales	\$ 1.163.500
Financieros	\$ 4.868.000
Stand Feria	\$ -

TOTAL EGRESOS \$ **24.072.746**

INGRESOS - EGRESOS \$ **2.656.254**

Total Gastos Eventos Post Feria \$ **2.655.500**

TOTAL NETO FERIA \$ **754**

Es importante que esta información sea conocida por los patrocinadores porque la feria es realizada en beneficio mutuo tanto de los organizadores como empresas patrocinadoras, socios estratégicos y demás involucrados.

Finalmente, podemos observar en las tablas anteriores, dos aspectos importantes; la primera es, que a medida que la Feria ha ido creciendo y perfeccionándose año tras año y versión tras versión, ha sido también importante la consecución de más recursos que permitan cubrir con los gastos que requiere la organización de dicho evento, el cual, a pesar de ser sin ánimo de lucro, requiere de apoyo económico y en especie de empresas de la región y el sector, para poder desarrollarse en óptimas condiciones para todos los involucrados o interesados; la segunda, que gracias al éxito que ha tenido la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, se puede ver que el incremento en patrocinios ha sido significativo, haciendo notar la credibilidad que tienen las empresas en el evento como apoyo al desarrollo que se busca, no solo de la región, sino también de la nación.

6.10 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Tabla 12 Organización

VERSIÓN	ESTRUCTURA
PRIMERA	No hubo una organización previa al evento.
SEGUNDA	Hubo una organización previa, y se destacaron para esta versión tres pilares fundamentales: Los organizadores, Los expositores y los Visitantes

<p>TERCERA</p>	
<p>CUARTA</p>	<p style="text-align: center;">ESTRUCTURA ORGANIZATIVA 4ª FE</p>
<p>QUINTA</p>	<p>Sin Información</p>
<p>SEXTA</p>	<p>Se proyectó de forma matricial, contando con 4 áreas funcionales: FINANZAS, TÉCNICA, MERCADEO Y PERSONAL y 3 unidades estratégicas: LOCAL, NACIONAL Y VISITANTES.</p>
<p>SÉPTIMA</p>	<p>Sin Información</p>
<p>OCTAVA</p>	<p>Una estructura muy simple, por áreas que eran: logística, publicidad, expositores</p>
<p>NOVENA</p>	<p>La organización estuvo bajo la responsabilidad de un coordinador general y 5 coordinadores de Áreas: Área Local, Área de personal, Área de visitantes, Área de Mercadeo y Área de Logística</p>

DECIMA	La Feria Empresarial trabajó por proyectos.
DECIMO PRIMERA	No hubo una estructura, se continuó trabajando por proyectos.

Fuente: Propia de la Investigación.

La planeación y ejecución de las Ferias empresariales ha tenido un desarrollo significativo desde la aparición por primera vez del evento. Las dos primeras versiones no tuvieron un diseño organizacional definido y solo hasta la tercera feria aparece formalmente una estructura con áreas y funciones bien establecidas. En la cuarta y sexta versión es utilizada una estructura que combina Áreas funcionales y unidades estratégicas, pero en la octava y novena se vuelve a utilizar una estructura simple por áreas que generalmente fueron: Mercadeo, Personal, Logística y visitantes.

En la décima versión se abandona la utilización de estructuras funcionales para pasar a trabajar por proyectos. La feria era vista como una plataforma donde se colocaban distintos proyectos, cada actividad a desarrollarse dentro de la feria era un proyecto, se hablaba de un gerente general, gerente financiero y gerente comercial para identificar los aspectos generales de la feria, pero realmente cada proyecto o actividad contaba con un gerente o líder.

Para la décimo primera versión se decide continuar trabajando por proyectos debido al éxito logrado en la anterior feria, esto permitió que la dirección estratégica fuera más colectiva sin que existiera una estructura jerárquica.

6.11 COORDINACIÓN GENERAL

Tabla 13 Coordinación General

VERSIÓN	GRUPO COORDINADOR	
	DOCENTE	ESTUDIANTES
PRIMERA	Jorge Enrique Barrera	Andrés Maya
SEGUNDA	Jorge Arbey Tobar	Grupo de la materia dictada por el profesor Estudiantes 6 semestre año 2.000
TERCERA	Jorge Arbey Tobar	Beatriz Benítez Adriana Mamián Mónica Quiñonez Susan Paz Zuleima Tobar Oscar Daza 1.1.1 Ana Carolina Paz Bustos 2.1.1 Carolina Torres 3.1.1 Jhohana Rodríguez 4.1.1 Ximena Arteaga Rubén A. Varona H Adriana P. Sánchez R
CUARTA	Jorge Arbey Tobar	Adriana Mamián Muñoz Luisa Fernanda Zapata Susan Paz Carolina Paz Adriana Sánchez Enith Velasco Carlos Martínez Sandra Vidal
QUINTA	Santiago Martínez	Sin Información
SEXTA	Yenni Angélica Conde	Carmen Elena Reyes Francy Victoria Jesús Ignacio Castillo María Claudia Torres Julián Velasco Gustavo Bolaños
SÉPTIMA	Miguel Fernando López	Sin Información
OCTAVA	Diego Cáceres	Jessica Peña Adriana Cristina Checa

NOVENA	Cesar Osorio	Jessica Peña Adriana Cristina Checa Alejandro Pazos Julián Martínez Arnold Bruce Sánchez
DECIMA	Héctor Alejandro Sánchez	Miguel Bastidas Pilar Mejía Francisco Pasos Catalina Rodríguez Jessica Peña
DECIMO PRIMERA	Héctor Alejandro Sánchez	Paulo Cesar Fernández Susan Julieth Rojas García Andrés Mauricio Garces Leana Gutiérrez Carlos Felipe Preciado José Rómulo López Diana Salas Jennifer Giraldo Juan Diego Zúñiga Carlos Andrés Ordoñez

Fuente: Propia de la Investigación.

Para todas las versiones de las Ferias Empresariales de la Universidad del Cauca se ha contado con la coordinación general de un docente del programa de Administración de Empresas de la Facultad. En la primera versión el primer Coordinador general contó con la colaboración de un estudiante; para la segunda, los colaboradores fueron el grupo completo de la materia que en ese entonces orientaba el coordinador general Jorge Arbey Tobar, en adelante se realizaron convocatorias entre los estudiantes preferiblemente de los semestres V a X que voluntariamente quisieran participar en la organización y ejecución del evento. En las últimas versiones se ha dado prioridad a los estudiantes que quieren realizar las prácticas empresariales o pasantías y se han vinculado estudiantes

participantes en versiones anteriores para que con su experiencia contribuyan a una mejor organización.

6.12 LUGAR DE REALIZACIÓN

Tabla 14 Lugar

VERSIÓN	LUGAR	* RIESGO - ASISTENCIA
PRIMERA	Sede Centro – Santo Domingo – Universidad Del Cauca	Mínimo
SEGUNDA	Sede Centro – Santo Domingo – Universidad Del Cauca	Mínimo
TERCERA	Sede Centro – Santo Domingo – Universidad Del Cauca	Mínimo
CUARTA	Sede Centro – Santo Domingo – Universidad Del Cauca	Mínimo
QUINTA	Sede Centro – Santo Domingo – Universidad Del Cauca	Mínimo
SEXTA	Centro – Claustro El Carmen - Universidad Del Cauca	Mínimo
SÉPTIMA	Sede Centro – Santo Domingo – Universidad Del Cauca	Mínimo
OCTAVA	Sede Centro – Santo Domingo – Universidad Del Cauca	Mínimo
NOVENA	Sede Tulcán Fccea – Universidad Del Cauca Y Tulcán	Máximo
DECIMA	Sede Centro – Santo Domingo – Universidad Del Cauca	Mínimo
DECIMO PRIMERA	Sede Tulcán Fccea – Universidad Del Cauca	Máximo

Fuente: Propia de la Investigación.

* **Riesgo – Asistencia:** Se refiere a la posibilidad de presentarse un evento o situación que hicieran que la asistencia del público se viera disminuida.

Hasta la quinta feria se tuvo un riesgo mínimo de asistencia al evento, apareciendo en la sexta una situación que hacía posible que el número de expositores, patrocinadores y visitantes disminuyera ostensiblemente. Esta feria

había tenido una planeación previa y un trabajo de mercadeo para su realización en noviembre de 2.004, pero por motivos de la asamblea estudiantil y a la ocupación de la sede de Santo Domingo por parte de los estudiantes se tuvo que cambiar la fecha y la sede para la realización del evento.

La Novena Feria empresarial también tuvo un riesgo máximo de asistencia debido a la utilización por primera vez de la sede de Tulcán y la división del espacio físico donde se llevaría a cabo. El recorrido iniciaba en la sede de la Facultad de Ciencias Contables y se debía pasar a las instalaciones del Centro Deportivo Universitario.

El mayor riesgo de asistencia lo tuvo la décimo primera versión pues fue aplazada en dos ocasiones, la primera debido a que nuevamente la universidad se encontraba en asamblea estudiantil y la segunda, debido a que el calendario académico fue cambiado para la fecha en que se había reprogramado. Otro factor influyente fue la realización por segunda vez en la sede de Tulcán, teniendo en cuenta que la novena versión tuvo inconvenientes y se recomendó por parte de los organizadores que no se volviera a realizar el evento en estas instalaciones. Se debió realizar un trabajo fuerte en el manejo de esta dificultad con los patrocinadores y expositores para garantizar un número de visitantes elevado.

6.13 CONFORMACIÓN GRUPO DE APOYO

Tabla 15 Personal Staff

VERSIÓN	NUMERO PERSONAS – STAFF
PRIMERA	No Aplica
SEGUNDA	Se hizo con los estudiantes que en ese momento estaban en las asignaturas que orientaba el profesor coordinador.
TERCERA	Aplica – No Hubo Capacitación Para El Personal De Apoyo
CUARTA	Se realizó convocatoria para escoger todo el personal organizador de la Feria Empresarial y se eligieron a 28 estudiantes pertenecientes a los semestres V, VI, VII y VIII.
QUINTA	Sin Información
SEXTA	Solamente se convocó estudiantes del programa, al realizarse la convocatoria se obtuvo respuesta de 70 personas de segundo a noveno semestre, pero esta cifra disminuyó a 45 que fueron asignadas a las diferentes áreas. Sin embargo un estudiante del programa de Contaduría Pública, se vinculó para realizar su pasantía allí.
SÉPTIMA	Sin Información
OCTAVA	Se hizo reclutamiento y se obtuvieron 20 Personas Como Staff
NOVENA	Se contó con la colaboración de 40 personas de apoyo
DECIMA	Hubo Previa Capacitación Del Personal De Apoyo
DECIMO PRIMERA	Aproximadamente 50 Personas Como Staff, Hubo Previa Capacitación Del Personal De Apoyo

Fuente: Propia de la Investigación.

A parte del grupo principal organizador de las ferias empresariales, se ha contado desde la tercera versión con un número en promedio de 40 personas que apoyan las labores de organización y logística que el evento implica.

Por lo general se han hecho convocatorias dirigidas a los estudiantes del programa de Administración de Empresas pasando por los salones de clase, donde los interesados en participar se han inscrito y han apoyado el proceso. Se ha contado con la participación de algunos estudiantes externos al programa que han manifestado su interés por participar o que en ocasiones se encuentran

matriculados en asignaturas ofrecidas a otras facultades y que ven interesante la posibilidad de participar. Nunca se ha hecho una convocatoria para pertenecer al grupo de apoyo en otras facultades.

Un inconveniente que se ha presentado en todas las versiones es que muchos de los inscritos inicialmente, abandonan el proceso y al final el grupo se encuentra bastante reducido.

6.14 CENTRO DE OPERACIONES

Tabla 16 Centro de Operaciones

VERSIÓN	OFICINA
PRIMERA	NO
SEGUNDA	NO, sin embargo se hacían reuniones al inicio semanalmente y en la última parte del desarrollo de la feria a Diario. No se contaba con los elementos necesarios para el desarrollo de las actividades de la Feria Empresarial.
TERCERA	SI, se hacían reuniones: Al inicio semanal, faltando 2 meses: las áreas a diario o 3 veces por semana y el comité organizador semanal. En las últimas dos (2) semanas: a diario, todos. Se contaba con los elementos necesarios para el desarrollo de las actividades de la Feria Empresarial.
CUARTA	SI (Dos Oficinas), se hacían reuniones: Al inicio semanal, faltando 2 meses: las áreas a diario o 3 veces por semana y el comité organizador semanal. En las últimas dos (2) semanas: a diario, todos. Se contaba con los elementos necesarios para el desarrollo de las actividades de la Feria Empresarial.
QUINTA	Sin Información
SEXTA	Inicialmente se les dio un espacio donde funcionaba la facultad que era en derecho, pero por motivos de la asamblea este espacio fue cerrado y se reunían en los pasillos de El Carmen o del Instituto de Posgrados. Las reuniones eran cada dos o tres días con las diferentes áreas.
SÉPTIMA	NO

OCTAVA	Sí, había una oficina central, mientras se realizaba el evento donde se centralizaban las informaciones, se hacia la entrega de certificados, absolutamente todo.
NOVENA	NO
DECIMA	Si, todas las reuniones de la feria empresarial y actividades relacionadas con la OPERACIÓN de la Feria se hicieron desde el Centro de Estudio y Servicios CES, de la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca.
DECIMO PRIMERA	Sí, había una oficina central, destinada única y exclusivamente para todo lo relacionado con la Feria.

Fuente: Propia de la Investigación.

Desde la tercera versión de la feria se contó con un espacio destinado para la preparación y ejecución del evento. Este espacio siempre era concedido por la facultad para que fuera utilizado para la realización ocasional de reuniones.

Para XI feria se contó con una oficina propia, dotada de todos los recursos necesarios: Equipos de cómputo, impresora, internet, línea telefónica, papelería entre otros. El tener una oficina propia facilitó la realización de reuniones y verificación de resultados en el momento que fuera necesario.

6.15 CERTIFICACIÓN

Tabla 17 Certificación

VERSIÓN	CERTIFICACIÓN	
	EXPOSITORES	STAFF
PRIMERA	NO	NO
SEGUNDA	SI	NO
TERCERA	SI	NO
CUARTA	SI, se entregaron premios (10 categorías)	SI
QUINTA	SI	NO
SEXTA	NO	NO
SÉPTIMA	SIN INFORMACIÓN	
OCTAVA	SI	SI

NOVENA	SI	NO
DECIMA	SI	NO
DECIMO PRIMERA	NO	SI

Fuente: Propia de la Investigación.

En la mayoría de las ferias se ha entregado un certificado de participación a los expositores, sin embargo los organizadores de cada versión son los que deciden si se entregan o no. Debido al posicionamiento del evento muchas empresas y proyectos solicitan que la certificación no sea opcional, pues participar en la Feria de la Universidad del Cauca les permite adquirir experiencia y con un certificado pueden demostrar que son empresas o proyectos interesados en el emprendimiento y la innovación.

6.16 VINCULACIÓN OTRAS UNIVERSIDADES

Tabla 18 Vinculación otras Universidades

VERSIÓN	UNIVERSIDADES
PRIMERA	NO, el evento fue diseñado para los estudiantes de administración de empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca. En ese momento no se pensó trascender más allá de los límites de la Facultad.
SEGUNDA	Poca participación
TERCERA	Se logró la cooperación de la Universidad privada con la pública. En total se visitaron 9 Universidades privadas y 7 programas de la Universidad del Cauca.
CUARTA	Hubo acompañamiento de universidades a nivel Regional y Nacional, incluso Universidades como la Cooperativa, la Pontificia Universidad Javeriana y la ICESI fueron premiadas por sus proyectos.
QUINTA	Además de la participación de universidades a nivel nacional y regional aunque en menor cantidad que la Cuarta versión. Se logró un convenio que se realizó con el Ecuador

	(Universidad Central de Quito).
SEXTA	Fue casi nulo, pues el hecho de estar en asamblea dificultó mucho esta interacción.
SÉPTIMA	Sin Información
OCTAVA	Para ese entonces se invitó a la universidad del valle quien participo con dos o tres stands para la presentación e ICESI también con un stand, se hacían invitaciones a las universidades vecinas del Valle del Cauca y Nariño, los de Nariño no participaron.
NOVENA	Si
DECIMA	SI
DECIMO PRIMERA	Se invitó a las universidades a nivel regional, nacional e internacional, quienes respondieron positivamente a la invitación. Nuestro invitado especial, fue el país de México, de donde hubo la participación del señor Juan Carlos Morales que provenía de la Universidad Iberoamericana y quien participo durante dos días en la programación del Foro Académico

Fuente: Propia de la Investigación.

En la segunda feria empresarial se concibió la idea de hacer partícipes a otras universidades de la región siendo un éxito total ya que ha sido uno de los aspectos que contribuyo al posicionamiento con el que hoy día se cuenta, esto gracias a que los organizadores se han preocupado por hacer invitaciones personales con el fin de fortalecer los lazos y colaboración entre instituciones. A partir de la tercera Feria se extendió la invitación a las universidades nacionales, se han hecho visitas a otras regiones del país y se ha logrado la participación de estudiantes de universidades de este ámbito. Las Ferias que han generado mayor impacto en cuanto a vinculación de otras universidades fueron la Cuarta y la décimo primera. La cuarta feria logró el mayor número de universidades nacionales participantes (Universidad del Valle, Universidad Santiago de Cali, Corporación Universitaria Autónoma de Occidente, Universidad Javeriana, Universidad

ICESI, Universidad Nacional de Palmira) que hicieron aportes con exposiciones en categorías como: agroindustria, electrónica, robótica, etc.; La décimo primera feria logró vincular una universidad Extranjera (Universidad Iberoamericana de Mexico) con un expositor para el foro académico.

6.17 PUESTO DE INFORMACIÓN

Tabla 19 Puesto de Información.

VERSIÓN	PUNTO DE INFORMACIÓN.
PRIMERA	No había un punto de información en alguna parte de la Feria.
SEGUNDA	SI
TERCERA	SI, había varios puntos de información. En el coctel de inauguración también se ubicaba un plano y a cada expositor se le indicaba su puesto y persona que estaría pendiente de él
CUARTA	SI
QUINTA	SI
SEXTA	SI, Se tenía un punto de información al inicio del recorrido
SÉPTIMA	Sin Información
OCTAVA	Hhabía una oficina central, mientras se realizaba el evento donde se centralizaban las informaciones, se hacia la entrega de certificados, absolutamente todo.
NOVENA	Sin Información
DECIMA	Si, en la oficina del CES
DECIMO PRIMERA	SI, se tenía un punto de información al inicio del recorrido, en el cual se le hacia la bienvenida a los visitantes, se les entregaba un volante promocional del evento y la primera Revista propia de la XI Versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

Fuente: Propia de la Investigación.

Al ser un evento académico, la primera feria fue la única que no contó con un puesto de información, las demás han contado con un espacio físico donde se

informa sobre los eventos, programaciones y exposiciones brindadas por cada versión.

Este puesto de información, en muchas ocasiones ubicado a la entrada o inicio de recorrido ha servido también para llevar una estadística de visitantes, pues facilita la entrega de boletas que indican el número de personas que ingresan al recinto ferial.

6.18 PROGRAMACIÓN

Tabla 20 Actividades Realizadas

VERSIÓN	CRONOGRAMA
PRIMERA	Evento Única y exclusivamente académico – Exposiciones
SEGUNDA	Coctel de Inauguración Exposiciones
TERCERA	El viernes 22 de Junio de 2001, inició la jornada empresarial a las 8:00a.m. con la entrada de los expositores a las instalaciones del Claustro de Santo Domingo; a las 9:00 a.m. los primeros visitantes recorrían los pasillos observando en el primer nivel la panorámica de las empresas locales, en el segundo nivel el pabellón institucional empresarial e inicio del recorrido protagonizado por los proyectos, también presentes en el primer nivel de la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas, al final del recorrido una muestra artesanal los acompañó hasta la salida lateral del Paraninfo Francisco José de Caldas que comunica las instalaciones con la calle 5. La jornada culminó con la clausura y la premiación de los proyectos en el salón Los Fundadores de la Facultad de Derecho. Conferencias
CUARTA	Exposiciones – Proyectos Conferencias
QUINTA	Ciclo de Conferencias Muestra Empresarial
SEXTA	Cocktail de Inauguración Exposiciones

	Foro Académico Cóctel de Clausura y Premiación
SÉPTIMA	Ciclo de Conferencias Exposiciones
OCTAVA	Cocktail de Lanzamiento Exposiciones Conferencias
NOVENA	Cocktail de Lanzamiento Exposiciones
DECIMA	Rueda de Prensa Cocktail de Lanzamiento Foro Académico Rueda de Prensa Exposiciones Primer Desfile de Modas Agenda Cultural
DECIMO PRIMERA	Rueda de Prensa (Desayuno) Cocktail de Lanzamiento Foro Académico Exposiciones Segundo Desfile de Modas Agenda Cultural

Fuente: Propia de la Investigación.

Desde su creación, la Feria Empresarial ha sido el lugar donde los emprendedores de la región tienen un espacio donde pueden mostrar sus proyectos, actividades y empresas, Inicialmente los beneficiados del evento fueron los estudiantes de la facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, pero con el paso del tiempo se logró extender el impacto de participación a otras universidades del departamento y rápidamente a las universidades del país quienes aceptaron la invitación para hacer parte de las exposiciones comerciales y de proyectos.

Desde la tercera feria empresarial aparecen las conferencias alternas de temas de emprendimiento y creación de empresas como complemento de las muestras comerciales y para la quinta versión han tomado un grado tal de importancia que

se dedica un día entero dentro de la programación de la feria a la realización de un ciclo de conferencias.

En la sexta feria empresarial aparece por primera vez el lanzamiento previo a las exposiciones comerciales dentro de la programación. Este lanzamiento se sigue realizando con un coctel ofrecido a los medios y principales personalidades de la región.

A pesar de la acogida que se había tenido del componente académico, en la novena feria no se realizó programación de conferencias, ofreciendo al público únicamente las muestras empresariales y de proyectos.

La décima versión introduce dentro de su programación la realización de una rueda de prensa, estrategia que ha facilitado el trabajo de mercadeo pues se involucra a tal punto a los medios de comunicación que se han convertido en aliados estratégicos que proporcionan una difusión más efectiva del evento. También se vuelven a retomar las conferencias y el Paraninfo Francisco José de Caldas es el lugar de encuentro para la realización de este componente en simultánea con las exposiciones comerciales, además, la décima feria ofrece una programación muy nutrida a los visitantes, por primera vez, y fruto de alianzas hechas con empresarios de las confecciones de Medellín, se ofrece un desfile de modas que tuvo gran acogida entre la comunidad en general. Otro componente que hizo parte de la décima versión fue la realización de la Rueda Financiera, hasta el momento la única que se ha llevado a cabo; la Rueda Financiera tuvo

como propósito poner a disposición de los participantes, información de las diferentes alternativas de crédito y servicios del sector financiero, contribuir al desarrollo de las actividades del comercio local, regional y nacional la cual ampliaba las posibilidades de realizar actividades económicas de compra y venta en los rubros de tecnología, tecnología de la información, alimentos, servicios de consultoría empresarial, prestación de servicios y otros.

Figura 12 Rueda Financiera X Feria Empresarial

The poster features the University of Cauca logo at the top right and the text 'X FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA' in a large, bold font. Below this, the main title 'RUEDA FINANCIERA' is prominently displayed. The event details are listed as 'Hora: 9:00 A.M. Fecha: 14/05/2010' and 'CLAUSTRO DE SANTO DOMINGO'. A descriptive paragraph in Spanish explains the purpose of the event: to provide information on financial alternatives and services. A small image on the right shows a hand holding a coin, with the text 'Feria Empresarial' and 'HAGAMOS NEGOCIOS' overlaid. At the bottom, contact information is provided, including a phone number and an email address.

X FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA

RUEDA FINANCIERA

Hora: 9:00 A.M. Fecha: 14/05/2010

CLAUSTRO DE SANTO DOMINGO

La universidad del cauca invita a los comerciantes del departamento a participar de una rueda financiera que se llevara a cabo dentro del marco de la X feria empresarial unicauca.

El evento que tendrá como propósito brindarles a ustedes información sobre las diferentes alternativas de crédito y servicios del sector financiero.

Feria Empresarial

HAGAMOS NEGOCIOS

• Centro de estudios de la universidad del cauca

Contactos: 8209900-3004950146

Correo electrónico: feriaempresarialunicauca@hotmail.com

En la décimo primera Feria Empresarial debido al éxito obtenido en la predecesora se decidió dar continuidad a la estrategia de la rueda de prensa, desfile de modas y se fortaleció significativamente el componente académico. El foro académico por

primera vez tuvo una programación más extensa que la de las exposiciones comerciales, durante los cuatro días de Foro académico se realizaron 19 conferencias Magistrales, 5 Video Conferencias y un taller teórico práctico (Cata de café) para un total de 25 charlas. La asistencia total al Foro Académico fue de 1702 personas y se contó con conferencistas de talla nacional e internacional (México, España y Brasil). Adicionalmente, fueron ofrecidos dos conciertos con artistas de talla nacional con ingreso totalmente gratuito conservando su esencia de evento sin ánimo de lucro.

6.19 DIFICULTADES

Tabla 21 Dificultades

VERSIÓN	
PRIMERA	Falta de tiempo y de adecuada planeación. Ausencia de trabajo de su coordinador. Inicialmente no hubo evaluación como tal. Temor al fracaso, que limita el desarrollo de lo que se está haciendo.
SEGUNDA	Sin Información
TERCERA	En algunos corredores se presentaban taponamientos, ya que el lugar no es apto para el desarrollo de eventos de asistencia masiva. Sería muy bueno buscar otro lugar. Uno de los puntos en los que se falló fue la duración del evento y en la gestión de los premios para los proyectos. Se debe realizar un mayor control en las puertas de entrada y salida al evento ya que esto impidió realizar un conteo de visitantes más aproximado, pues mucha gente entro por donde se encontraba la salida. El departamento de Diseño y Distribución de materiales incurrió en costos demasiado altos, que aún no tienen justificación.
CUARTA	El sonido sigue siendo un punto crítico en la Feria. En algunos patios el sonido era muy fuerte y obstaculizaba la comunicación entre expositores y visitantes. En otros por el contrario, no se escuchaba. Con respecto al proceso de inscripción y contratación

muchas fallas del área técnica se derivaron de la mala calidad de la información que se consignó en las fichas, pues varios expositores se extralimitaron haciendo requerimientos y otros no hicieron el diligenciamiento completo.

La entrega de certificados el día de la clausura aparte de ser demorada y extenuante para los proyectos, genero desorganización debido a los errores en los nombres ya sea de la persona o del proyecto.

Una de las principales quejas de los expositores tiene que ver con los baños disponibles para ellos. Debido a lo estricto del recorrido estos se veían obligados a dar la vuelta desde el pabellón A hasta el D o en algunos casos a salir del recinto Ferial para satisfacer sus necesidades.

La señalización fue una de las grandes deficiencias de la Feria. Para los visitantes este fue un factor que genero críticas.

Una de las principales críticas de los proyectos fue que los jurados no pasaron por todos los stand, aunque la política era que los jurados fueran incógnitos, la verdad es que en esta parte la organización se descuidó demasiado y no solamente no se consiguieron jurados suficientes sino que no se definieron los criterios a evaluar con anticipación ni se tenían definidos los sectores a los que pertenecían los proyectos.

QUINTA

Área Nacional: desafortunadamente en este año esta área prácticamente desapareció, aunque es importante la participación nuevamente de la Universidad pontificia Javeriana, pero cabe recordar que el año pasado además participaron: la Universidad del Valle, Universidad Autónoma, San Buenaventura, Icesi, Nacional de Palmira y varios proyectos independientes de Cali.

Razones de lo anterior puede ser la falta de experiencia de los nuevos organizadores y la falta de recursos.

CONFERENCIAS: nuevamente al igual que el año anterior se volvió a fallar, es importante revisar esta parte e inclusive pensar si es necesario sostenerlas.

CALIDAD DE EXPOSITORES – PROYECTOS: se considera que en esta parte también se decayó ya que la feria anterior conto con más proyectos, más atractivos, innovadores y de mejor calidad.

Aunque esto en algunos casos se sale del control de la organización, se debe buscar la forma de garantizar una buena calidad de expositores.

SEXTA	<p>Demora en la asignación de tiempo para la coordinación de la Feria.</p> <p>A raíz de esa primera debilidad, se acortó el tiempo para búsqueda de recursos y patrocinios.</p> <p>Indecisión por parte de los estudiantes que en aquel momento iban a liderar la feria y que faltando un tiempo relativamente corto, decidieron abandonar.</p> <p>Falta de información de ferias anteriores.</p> <p>Falta de personería jurídica y de una cuenta bancaria a nombre de la Feria Empresarial y esto dificulta la realización de los pagos.</p> <p>La más importante fue el cambio de locación de Santo Domingo al Carmen debido a la ocupación que realizaron los estudiantes de la Asamblea.</p> <p>La realización de la actividad fue en un ambiente de incertidumbre debido a la condición por la que atravesaba la universidad.</p> <p>La realización de la Feria siempre recae en un solo docente y se siente la soledad y el poco acompañamiento por parte de los demás integrantes del Departamento</p>
SÉPTIMA	Sin Información
OCTAVA	No había un presupuesto definido para cada área.
NOVENA	<p>Se inició la pre-feria muy tarde, lo que dificultó la planeación.</p> <p>Muchos visitantes no se dieron cuenta que habían muestras de empresas en el coliseo, solo observaron los proyectos en la facultad.</p> <p>No se tenía una bodega u oficina propias para facilitar la operación.</p>
DECIMA	Sin Información
DECIMO PRIMERA	<p>Una de las más grandes dificultades por las que atravesó esta última versión de la feria realizada, es el cambio de fecha en dos ocasiones, debido a la asamblea universitaria, y al cambio de cronograma, lo que incidió en el retiro de muchos de los expositores que habían confirmado participación en el evento, y a los que no se les había informado el cambio de fecha, además, la presión de que se debía realizar a pocos días de terminar semana santa donde se realizan también muestras de proyectos y empresariales.</p> <p>El recorrido que se había marcado para visitantes estaba</p>

influyendo de una forma negativa en la Plazoleta donde estaban los stands de gastronomía, haciendo que los expositores manifestaran inconformidad de que no estaban teniendo afluencia de personas en su stand.

El sonido sigue teniendo inconsistencias en esta versión de la Feria Empresarial, ya que a pesar que los salones donde se estaban realizando las conferencias estaban retirados de la plazoleta de eventos, el sonido interfería en dichas conferencias, por lo que se tuvo que disminuir el volumen a los músicos que en ese momento estaban tocando, los que afirmaron no seguir tocando, debido a que era tan mínimo el sonido que no se alcanzaban a escuchar.

Los eventos culturales de esta versión tuvieron el éxito que se esperaba, sin embargo, hubo inconvenientes en la entrada a los conciertos debido a la falsificación de las boletas por parte de personas externas a la Universidad quienes estaban vendiendo las boletas a la entrada, formándose con esto un sobrecupo en la plazoleta de eventos e impidiendo que entraran visitantes de la feria quienes habían ganado su boleta por la visita del mismo.

Las invitaciones al coctel se entregaron con corto tiempo de anticipación y hubo invitaciones que se entregaron el mismo día.

Fuente: Propia de la Investigación.

Un aspecto repetitivo que ha traído consecuencias negativas en la mayoría de las ferias ha sido el poco tiempo destinado a planeación, por lo general el proceso inicia faltando 2 meses para la ejecución del evento y eso dificulta el aporte de patrocinadores, aliados estratégicos y vinculación de expositores. Muchas de las empresas realizan con anterioridad sus presupuestos y necesitan ser invitados con tiempo para que puedan tomar la decisión y hagan sus respectivos ajustes presupuestales. Aspectos de logística (señalización, tomas eléctricas, número de sillas, etc) también presentan dificultades debido a la poca planeación y se evidencian en los días de ejecución. Otro aspecto presente en la mayoría de los

eventos ha sido la correcta adecuación del sonido, algunas ocasiones el problema se presenta por el volumen muy alto y en otras porque es demasiado bajo.

Una situación muy importante y que no está contemplada durante el proceso de planeación es la posible realización de las asambleas estudiantiles que hacen cambiar todo el proceso de organización a último momento.

La falta de compromiso de muchos colaboradores que no realizan el acompañamiento a todo el proceso es común en todas las versiones, inicialmente se inscriben muchas personas, pero el día del evento este número se ve considerablemente reducido.

6.20 RECOMENDACIONES

Tabla 22 Recomendaciones

VERSIÓN	
PRIMERA	Hacer seguimiento de los proyectos Que se haga un buen proceso de comunicación al interior de la universidad para que la feria involucre mas a toda la comunidad académica. Que se haga una etapa planeativa. Que motiven al estudiantado, no solo al sector productivo para que venga y esté presente sino a los estudiantes para que ellos sean la esencia genuina de la feria tanto en su visión en su participación en su evaluación como en el aprendizaje propio de las actividades económicas que se dan al interior de la misma.
SEGUNDA	SIN INFORMACIÓN
TERCERA	Es conveniente que la premiación y entrega de certificados de los participantes se planifique estratégicamente con el fin de que resulte más atractivo para los participantes y se le conceda la importancia que se merece. Se recomiendo no cambiar la ubicación de las empresas, después de haber sido notificadas del lugar. Por la relevancia del evento se requiere mayor difusión

	<p>Que la duración del evento sea más de un día ya que a largo plazo se puede convertir en una desventaja para el evento. Concretar los contactos para que estos no se pierdan, hacerles seguimiento.</p> <p>Ampliar la visión a un plano nacional</p> <p>La mejor herramienta. Internet. Aprovecharla al máximo</p> <p>Se debe señalizar muy bien la entrada y el recorrido de los visitantes, debido a que en un comienzo muchos de ellos no lo cumplían.</p> <p>Debe gestionarse desde ya, la adecuación de la parte eléctrica del Claustro de Santo Domingo, para que este pueda soportar los requerimientos de los expositores para las siguientes Ferias Empresariales a realizarse en este lugar.</p> <p>Se hace necesaria la capacitación del personal de apoyo, para que este se motive y tome conciencia del compromiso que implica la participación en esta actividad.</p>
CUARTA	<p>Para la próxima versión debe ubicarse un puesto de información central al que puedan acudir todos los expositores, medios de comunicación y demás interesados a resolver sus dudas. En la Feria pasada las personas acudían al CES, un lugar que estaba demasiado desordenado, y congestionado, lo que proyectaba una imagen y ambiente no muy agradable.</p> <p>Debido a la ampliación de la duración de la feria a dos días, los expositores se quejaron del cansancio. Es recomendable entonces, retomando las sugerencias de los mismos expositores, destinar una parte del presupuesto para ofrecerles un refrigerio, o de no ser posible gestionar patrocinios con supermercados u otras empresas.</p> <p>Se recomienda que la señalización sea más grande, llamativa y no se deje para la última hora.</p>
QUINTA	<p>Se debe buscar la forma de garantizar una buena calidad de expositores.</p>
SEXTA	<p>En cuanto al personal que se demanda para cada área es importante tener en cuenta que no se pretende cantidad de personas solo se requieren las necesarias, para nuestro caso esto generó disminución en la eficacia de la ejecución de las actividades, ya que se había estimado 6 personas y se vincularon 13, razón por la que algunos colaboradores normalmente no tenían labores por realizar.</p> <p>Se debe resaltar la importancia de los planes de contingencia o alternos los cuales nos permiten ir un paso adelante frente a acontecimientos del entorno que nos afecten directa o indirectamente.</p> <p>Es primordial la selección del personal, o sea, la que es de</p>

	<p>suma importancia la entrevista para identificar que capacidades tiene los aspirantes que desean integrar el evento.</p> <p>Vincular mucho más a los profesores del programa con el fin de que motiven al equipo de apoyo pues su presencia da una mayor seriedad y a la vez imparten mayor responsabilidad y compromiso de parte de los estudiantes hacia la Feria.</p> <p>Crear ciertos incentivos académicos para las personas que dedique tiempo a la realización del evento.</p> <p>Realizar contactos con otras ferias empresariales o con ruedas de negocios a través de la rectoría pues con ese respaldo es mucho más fácil el contacto de éste tipo de visitantes.</p> <p>Es necesario realizar un portafolio de servicios o de beneficios para los visitantes que asistan al evento, donde encuentren el perfil del expositor que van a encontrar y además los productos (bienes o servicios), que encontraran.</p>
SÉPTIMA	Sin Información
OCTAVA	Sin Información
NOVENA	<p>No es para nada recomendable dividir la feria, porque muchas personas fueron a ver los proyectos pero no se dieron por enterados que había exposiciones en el coliseo.</p> <p>La escogencia de personal debería ser mas estricta la próxima vez, sería muy bueno que se escogiera solo a personas que se comprometan tanto con el coordinador general como con la feria.</p> <p>Es recomendable que la feria se planee con muchos meses de anticipacion</p>
DECIMA	Sin Información
DECIMO PRIMERA	<p>Mantener informados a los expositores de los cambios en fechas o actividades de la Feria, evitando que estos por desinformación decidan no participar en el evento.</p> <p>El sitio de las conferencias es recomendable que este lo más retirado posible de la plazoleta de eventos, si es posible, sería útil hacer una prueba de sonido antes de iniciar el evento para encontrar a tiempo las falencias y poder corregirlas.</p> <p>Actualizar los protocolos tanto internos como externos de la Universidad para realizar las invitaciones al coctel.</p> <p>En caso de tener un evento donde la afluencia de público es muy alta, se recomienda contratar seguridad privada (Ejemplo: conciertos).</p> <p>Es muy importante seguir manteniendo la oficina propia para la planeación y ejecución del evento.</p>

Fuente: Propia de la Investigación.

A pesar que muchas de las ferias reportan dificultades en la planeación y ejecución de las respectivas versiones, no se tienen en cuenta los informes anteriores para iniciar el trabajo de planeación de la próxima, esto se debe en gran medida a que no existe en la facultad un archivo exclusivo para documentar la Feria empresarial de la Universidad del Cauca. Muchos de los documentos existentes son resultado de prácticas empresariales o trabajos de pasantía que son encontrados de manera aislada y no forman un histórico de lo que ha sido la evolución del evento.

Aunque existen algunos informes de ferias anteriores, se evidencia que no son tenidos en cuenta, ya que se presentan los mismos errores que anteriormente se habían documentado.

6.21 FEEDBACK O RETROALIMENTACIÓN

Tabla 23 Retroalimentación

VERSIÓN	RETROALIMENTACIÓN
PRIMERA	NO APLICA
SEGUNDA	SI, hizo retroalimentación
TERCERA	Aplicación de Cuestionarios para hacer un análisis de los visitantes, se entregaron informes y se hizo la respectiva evaluación y retroalimentación del evento.
CUARTA	SI, se entregaron informes y se hizo la respectiva evaluación y retroalimentación del evento.
QUINTA	Sin Información.
SEXTA	No, solamente existen los informes de los estudiantes que coordinaron las áreas.
SÉPTIMA	Sin Información
OCTAVA	Se rindió informes en el departamento y se presentaba un informe por escrito, tanto de la gestión, como de la parte financiera y los resultados financieros de la misma.

NOVENA	Se entregó un informe al jefe de departamento
DECIMA	SI, se realizaron informes individuales por proyectos de cada uno de los gerentes encargado de cada uno de los proyectos.
DECIMO PRIMERA	Se realizaron informes individuales por proyectos, y un informe general de toda la Feria realizado por el Gerente Comercial de dicha feria el señor Paulo Cesar Fernández, quien estuvo al frente de esta última versión realizada de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

Fuente: Propia de la Investigación.

La retroalimentación en la mayoría de los casos se limita a la entrega de un informe final al departamento de ciencias administrativas, el informe es guardado y no es socializado con los organizadores de la próxima versión. Como la mayoría de organizadores de las ferias son practicantes o Pasantes, para la próxima feria ya no se encuentran vinculados a la Universidad y la información donde se podrían contar las experiencias y recomendaciones específicas a través de una reunión de empalme se pierde.

7 CONCLUSIONES

- La recopilación de todas las versiones realizadas de la Feria Empresarial del programa de Administración de Empresas de la Universidad Del Cauca, constituye una herramienta de vital importancia en la planeación, organización y ejecución de futuras versiones de este gran evento y una fuente de retroalimentación que evita cometer errores del pasado.
- La feria ha sido siempre un experimento de Planeación y Organización y a través de las once versiones realizadas de la misma se ha buscado la forma de Organización más adecuada e idónea para que funcione mejor y tenga el éxito esperado, el contar con esta información puede generar una forma de organización que integre aspectos positivos de todas las versiones anteriores.
- La feria empresarial de la Universidad del Cauca ha evolucionado de acuerdo a las necesidades que con el transcurso del tiempo se han presentado y se han utilizado los recursos más óptimos ofrecidos por el entorno.
- La Feria Empresarial de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca se ha logrado posicionar como el evento empresarial más importante de la región, logrando en su XI Versión sobrepasar fronteras, llegando a un ámbito Latinoamericano.
- La vinculación de expositores nacionales y extranjeros causan gran impacto en los visitantes, haciendo de las ferias un evento innovador e interesante.

- La publicidad es fundamental para promocionar el evento, esta es una columna fundamental para el éxito o fracaso de la Feria Empresarial. Generar alianzas estratégicas con los medios es una estrategia que ha arrojado excelentes resultados

8 RECOMENDACIONES

- Es necesaria la constante retroalimentación de cada una de las Versiones realizadas de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca para que sirva de base en el mejoramiento y posicionamiento del evento.
- Se recomienda trabajar en un proceso de Planeación y Organización por Proyectos sobre una Plataforma que permita la adecuada interacción de los tres pilares (expositores, visitantes y organizadores).
- Es de vital importancia el seguimiento continuo a expositores, patrocinadores y socios estratégicos, evitando así, que por falta de información decidan retirar su participación en caso de cambios o aplazamientos.
- En la pre-feria sería muy útil planear el evento con dos posibles fechas de realización, previendo que se presenten situaciones que puedan aplazar el evento de la fecha acordada.
- El tiempo para la planeación debe ser como mínimo de un semestre, con el fin de abarcar todos los detalles y realizar las vinculaciones.
- Se debe mejorar la manera en que se selecciona al personal de apoyo para evitar la falta de compromiso y colaboración en los días clave del evento.
- Es importante que la Feria Empresarial siga teniendo un espacio propio dentro de la facultad, esto permite mejorar las actividades de planeación y ejecución.
- El apoyo de la administración central de la Universidad del Cauca es fundamental para la realización del evento, se hace más fácil estrechar lazos entre universidades y comunidad en general.

- El Centro de Estudios y Servicios CES debe poseer la información de todas las ferias empresariales en un archivo destinado únicamente para este fin. Sería de gran utilidad poder contar con la información de todas las ferias de manera organizada y separada del resto de informes de prácticas y pasantías que no tengan que ver con este tema.

9 REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Munuera, J. L.; Ruiz, S. Y Hernández, M. (1993). *Las ferias comerciales como variable de marketing: análisis de los objetivos del expositor*. Información Comercial Española. Revista de Economía.
- Sánchez-Apellaniz y Valderrama, Francisco (1960). *Sobre las ferias y en especial las de muestras*
- Navarro García, Fernando (2001). *Estrategias de marketing ferial*. ESIC EDITORIAL
- Moreno Sánchez, María de Fátima (2006). *Planificación estratégica de las ferias comerciales*. DYKINSON, S.L Barcelona
- Sagastume, Magdala. *Manual para organizadores de ferias*. Programa Promoción de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa en Guatemala.
- Coordinadores de áreas (2002). *Informe Post- Feria tercera Feria Empresarial*.
- Paz T, Susan (2003). *Informe Planeación área nacional cuarta Feria Empresarial*.
- *Post – feria cuarta feria empresarial Universidad del Cauca*.
- Reyes Castaño, Carmen Elena; Mazabuel López Jair Alonso (2005). *Informe Final Practica Empresarial, planeación y ejecución de las actividades del área de mercadeo de la sexta Feria Empresarial Universidad del Cauca*.
- Torres, María Claudia; Guancha A, Katherine; Sitú C, Andrés Eduardo; Castillo, Jesús Ignacio; Victoria, Francy (2005). *Informe Sexta Feria Empresarial por Áreas*.

- Osorio Vera, Cesar Augusto (2009). *IX Feria Empresarial de la Universidad del Cauca 5 al 8 de noviembre de 2008. Campus Tulcán*

10 ANEXOS

Anexo A. Formato Entrevistas Realizadas

1. Formato Entrevista realizada al primer coordinador de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA: DEL AULA DE CLASES A LAS ORGANIZACIONES LATINOAMERICANAS

Formato entrevista coordinador primera Feria Empresarial Universidad del Cauca.

NOMBRE DEL ENTREVISTADO:

A continuación se presentan un conjunto de preguntas que buscan recopilar información sobre la realización de la primera feria Empresarial de la Universidad del Cauca. La información proporcionada será utilizada para realizar un análisis sobre la evolución que ha tenido el evento a través de la ejecución de las diferentes versiones.

De antemano agradecemos su colaboración.

1. ¿Cómo o de donde nació la idea de hacer el evento que hoy en día se denomina Feria Empresarial? ¿Qué lo motivó?
2. ¿Cuáles fueron los objetivos iniciales de realizar un evento como este?
3. ¿Durante ese inicio, que fue lo más difícil de empezar a hacer?
4. ¿Podría contarnos como era el entorno de ese momento y como es ahora, al momento de hacer feria?
5. ¿El evento fue llamado inicialmente “feria empresarial” o estaba denominado de alguna otra forma?
6. ¿Dentro de la planeación, cuál fue el proceso a seguir para llevar a cabo el evento?
7. ¿Dudó en algún momento del éxito que tendría?
8. ¿Sabemos que es muy difícil encontrar una organización que quiera apoyar un evento como patrocinador o socio estratégico sin antes conocer el evento y saber que puede obtener beneficios del mismo. ¿Cómo hicieron para financiarse y poder

llevar a cabo el evento siendo la primera versión? ¿Con respecto a ello como determino los riesgos en los que incurría?.

9. ¿Con cuántas personas se inició la planeación del evento, recuerda sus nombres? Que anécdotas recuerda de estos personajes.

10. Nos recuerda el año de realización de la primera versión de la Feria Empresarial de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca.

11. ¿Cuál fue el público objetivo al cual se dirigía el evento?

12. Cuál era la estructura del evento.

13. ¿Cómo ha cambiado el concepto de feria desde que inició su trabajo hasta ahora?

14. ¿Qué aspectos resaltaría durante el tiempo de realización de la Feria Empresarial?

15. Que dificultades encontraron en el desarrollo del evento.

16. ¿Cómo vislumbra a largo plazo la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca?

17. ¿Qué le ha dejado todos estos años desde que inició con la primera Feria, para su vida laboral?

18. ¿Qué aporte cree que le ha generado la feria a la región?

19. ¿Se siente satisfecho con lo que ha logrado?

20. ¿Cómo iniciador de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, Cual es su opinión sobre la evolución que ha tenido la Feria desde la primera versión hasta la actual?

21. ¿Existen informes o documentos escritos del desarrollo de la primera versión de la Feria?

22. ¿Qué recomendaciones daría a los próximos organizadores de la Feria Empresarial en el año 2013 en su XII Versión?

2. Formato General Entrevista a docentes Coordinadores de Versiones anteriores de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA: DEL AULA DE CLASES A LAS ORGANIZACIONES LATINOAMERICANAS

Formato entrevista coordinador Feria Empresarial Universidad del Cauca.

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: _____

A continuación se presentan un conjunto de preguntas que buscan recopilar información sobre la realización de la ____ Versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. La información proporcionada será utilizada para realizar un análisis sobre la evolución que ha tenido el evento a través de la ejecución de las diferentes versiones.

De antemano agradecemos su colaboración.

1. ¿Cómo se escogió al grupo organizador de la Feria Empresarial en su ____ versión?
2. ¿Cómo fue la convocatoria del grupo de apoyo de la feria? ¿Cuántas personas conformaron dicho grupo? ¿Se les realizó algún tipo de asesoría?
3. ¿Se convocó la participación de estudiantes de la facultad de ciencias contables, de la universidad en sí y de otras universidades? ¿Cómo? ¿Por qué medios? ¿Se tenía una estrategia para eso?
4. ¿Cuáles fueron sus estrategias para la promoción y divulgación del evento?
5. ¿Cuál fue la estrategia para atraer patrocinadores y socios estratégicos?
6. ¿Cómo se realizó la gestión y consecución de presupuesto para el funcionamiento de cada una de las áreas que conformaban la feria empresarial?
7. ¿Cómo se manejó el dinero que se recibía por parte de patrocinadores y expositores?
8. ¿Se manejó alguna clase de cuenta para las consignaciones por parte de expositores y patrocinadores?
9. ¿Cuántos días duró el evento?
10. ¿Cuál es el aproximado de visitantes para esta versión de la Feria Empresarial?
11. ¿Cuántos expositores o stands participaron en el evento?

12. ¿Quiénes conformaron el grupo coordinador de esta versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca?
13. ¿Cuál era la estructura del evento?
14. ¿En qué lugar se realizó el evento?
15. ¿Podría nombrarnos algunos de los patrocinadores que apoyaron el evento tanto económicamente como en especie?
16. ¿Cuál era el presupuesto inicial de la Feria Empresarial en esta versión?, podría decirnos un aproximado del presupuesto total para poder llevar a cabo el evento?
17. ¿Qué modificaciones se le realizaron a la versión que coordinó con respecto a las anteriores versiones realizadas?
18. ¿Recorrido del evento: croquis (según el lugar)?
19. ¿Cómo fue la interacción entre los organizadores y los medios de comunicación para apoyar y divulgar la realización del evento y la participación de toda la comunidad en general en el mismo?
20. ¿Tenían un lugar específico para la realización de reuniones entre el equipo organizador de la Feria Empresarial? ¿Cada cuánto realizaban las reuniones? ¿Contaban con los elementos necesarios para realizar las actividades que se requerían en la organización del evento?
21. ¿Cómo fue el apoyo de las universidades regionales y nacionales?
22. ¿Se certificó al público en general por la participación en el evento?
23. ¿Se realizó una retroalimentación tanto de organizadores como del público en general sobre la realización del evento? ¿Se registró dicha retroalimentación para que pudiera ser utilizada por los organizadores de versiones posteriores?
24. ¿En cuánto a la logística de cada stand, como se manejó la parte de las conexiones (energía), internet, número de sillas, mesas, distribución del espacio?
25. ¿Cuál fue el valor requerido para participar en la Feria Empresarial? (como expositor, como patrocinador). ¿Había algún descuento para estudiantes u otras personas en especial?
26. ¿Se tenía algún puesto de información para el público que asistía al evento?

27. ¿Cómo fue el proceso de inscripción de las personas interesadas en participar en el evento?

Anexo B. Medios de Comunicación y Patrocinadores XI Feria Empresarial Universidad del Cauca



Anexo C. Cronograma de Actividades X y XI Versión Feria Empresarial Universidad del Cauca.

X FERIA EMPRESARIAL

MIÉRCOLES 12 DE MAYO DE 2010	
HORA	AGENDA ACADÉMICA
10:00 a.m.	<p><i>Conferencia:</i> Encuentro de Experiencia de Redes de Emprendimiento <i>Por:</i> Red de emprendimiento regional del Cauca <i>Lugar:</i> Instituto de postgrados</p>
2:00 p.m.	<p><i>Conferencia:</i> Fundamentos Teóricos del Emprendimiento <i>Por:</i> José Antonio Mesa Director Unidad de Emprendimiento Empresarial Universidad Externado de Colombia <i>Lugar:</i> Paraninfo Francisco José de Caldas</p>
3:00 p.m.	<p><i>Conferencia:</i> Redes de Emprendimiento <i>Por:</i> Jorge Molano Director Unidad de Emprendimiento Universidad Nacional de Colombia <i>Lugar:</i> Paraninfo Francisco José de Caldas</p>
4:00 p.m.	<p><i>Conferencia:</i> El Emprendimiento Como Herramienta en la Construcción de Región <i>Por:</i> Héctor Alejandro Sánchez Director Centro de Estudios y Servicios Universidad del Cauca <i>Lugar:</i> Paraninfo Francisco José de Caldas</p>

JUEVES 13 DE MAYO DE 2010		
HORA	AGENDA ACADÉMICA	AGENDA CULTURAL Claustro de Santo Domingo Pabellón C
9:00 a.m.		
10:00 a.m.	<p><i>Conferencia:</i> Las TICS como elemento desarrollador de las PYMES <i>Por:</i> Nicolás Llano Consultor Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones <i>Lugar:</i> Paraninfo Francisco José de Caldas</p>	<p><i>Teatro y Danza</i> Fundación de Apoyo al Instituto Niño Jesús de Praga</p>
11:00 a.m.	<p><i>Conferencia:</i> Proyecto Marca Región "CAUCA SIENTE EL CAMBIO" <i>Por:</i> Julián Buchelli Gerente Marca Región Cauca <i>Lugar:</i> Paraninfo Francisco José de Caldas</p>	
12:00 m.		<p><i>Danza</i> Fundación Centro Especial para el Niño Diferente CENIDI</p>
1:00 p.m.		<p><i>Fononímica</i> Asociación Creemos</p>
2:00 p.m.		<p><i>Música</i> Banda del Batallón</p>
3:00 p.m.		
4:00 p.m.		<p><i>Desfile de Moda</i> Fashion UNICAUCA <i>Lugar:</i> Claustro de Santo Domingo</p>
5:00 p.m.		<p><i>Exhibición Danza Aérea y Poi Fuego</i></p>

EXPOSICIÓN EMPRESARIAL

Exposición de Arte
CONVENTO UNICAUCA – FUNDACIÓN SALDARRIAGA CONCHA
Actividades Artísticas
Academia JEYCA

VIERNES 14 DE MAYO DE 2010			
HORA	AGENDA ACADÉMICA	AGENDA CULTURAL Claustro de Santo Domingo Pabellón C	
9:00 a.m.	RUEDA FINANCIERA (INSTITUTO DE POSGRADOS)		RUEDA FINANCIERA Instituto de Postgrados
10:00 a.m.		<i>Danza</i> Hogar Infantil Cajibío	
11:00 a.m.		<i>Teatro, Canto y Danza</i> Fundación Julia Lenis de Otero	
12:00 m.			
1:00 p.m.		<i>Teatro</i> Hogar Infantil Juanita	
2:00 p.m.	<i>Conferencia:</i> Interdiscipliniedad Cultura y Desarrollo: la Perspectiva de la Maestría en Estudios Interdisciplinarios del Desarrollo <i>Por:</i> Bernardo Tobar Director Maestría en Estudios Interdisciplinarios del Desarrollo de la Universidad del Cauca <i>Lugar:</i> Paraninfo Francisco José de Caldas	<i>Recreación</i> Actuaciones y Animaciones Diverdiaz	
3:00 p.m.	<i>Conferencia:</i> El Empresario Innovador como Alternativa de Desarrollo de la Economía Colombiana <i>Por:</i> José Castañeda Investigador Universidad Nacional de Colombia <i>Lugar:</i> Paraninfo Francisco José de Caldas	<i>Música</i> Banda de la Policía HAGAMOS NEGOCIOS	
4:00 p.m.		<i>Danza Moderna</i> Corporación Juan Bosco.	
5:00 p.m.		<i>Música y Danza</i> Fundación Cultural Aires de Pubenza	
6:00 p.m.		<i>Concierto Desconectado</i> Fuera de Quicio	

EXPOSICIÓN EMPRESARIAL

Exposición de Arte
CONVENIO UNICAUCA – FUNDACION SALLDARRIAGA CONCHA
 Claustro de Santo Domingo – Salón - Pabellón B
 Actividades Ajudrecísticas
Academia JEYCA
 Claustro de Santo Domingo Pabellón A

XI FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA

VIDEO CONFERENCIA MIÉRCOLES 25 DE ABRIL DE 2012	
AUDITORIO 1 POSGRADOS	AUDITORIO 2 POSGRADOS
<p>D. HANZ DIETER TEMP Conferencia: "Producción de Alimentos y negocios inclusivos"</p> <p>País: BRASIL HORA: 4:00 - 5:30</p>	

VIDEO CONFERENCIAS JUEVES 26 DE ABRIL DE 2012	
AUDITORIO 1 POSGRADOS	AUDITORIO 2 POSGRADOS
<p>D. PABLO ALEDO Director de la Fundación Altius, de la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid. Máster de Acción Política y Participación Ciudadana, Director General del Programa "1 Kilo de Ayuda por la Educación" País: ESPAÑA HORA: 10:00am</p>	<p>D. MIGUEL OSORIO GARCÍA DE OTEYZA Director de la OTRI UFV Oficina de transferencia de resultados de Investigación de la Universidad Francisco de Vitoria. Conferencia: "La relación entre migración y Desarrollo: el codesarrollo del siglo XXI" País: ESPAÑA HORA: 10:00am</p>

VIDEO CONFERENCIAS VIERNES 27 DE ABRIL DE 2012	
AUDITORIO 1 POSGRADOS	AUDITORIO 2 POSGRADOS
<p>D. JUAN GABRIEL PÉREZ Director Oficina Comercial de PROEXPORT en España HORA: 10:00am</p>	<p>Doña PILAR LÓPEZ PARTIDA Alcaldesa-Presidente, del Ayuntamiento de Valdemorillo, Municipio de la Comunidad de Madrid, pionero en desarrollar el proyecto de Ecoaceite y ejemplo de buenas practicas en materia de integración, codesarrollo, formación y participación ciudadana. País: ESPAÑA HORA: 10:00am</p>

**PROGRAMACION FORO ACADEMICO XI FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA
AUDITORIO PRINCIPAL CUARTO PISO**

DIA	HORA	CONFERENCISTA	TEMA DE LA CONFERENCIA
MARTES 24 DE ABRIL DE 2012	9:00 - 9:45	Campo Elías Montilla García	Caso Empresario Exitoso
	9:45 - 10:30	Orlando Rincon	Presidente Ejecutivo PARQUESOFT
	10:30 - 10:45	RECESO	
	10:45 - 11:30	Andrés René Chávez	Personero de Popayan
	11:30 - 12:15	Hernan Sierra	Director Científico Fundación INNOVAGEN
	2:30 - 4:00	Juan Carlos Morales Marcucci (Mexico)	"Como Introducirse en el Mercado Chino"
	4:00 - 4:15	RECESO	
	4:15 - 5:45	Hernando Velez Uribe	Presidente ANALFE (Asociación Nacional de Fondos de Empleados)
MIÉRCOLES 25 DE ABRIL DE 2012	9:00 - 9:45	Nestor Jose Cobo Vasquez	Las Relaciones Vs Las Ventas
	9:45 - 10:30	Dr. Juan Carlos Zambrano	Coordinador del Programa Compre Colombiano
	10:30 - 10:45	RECESO	
	10:45 - 12:15	Juan Carlos Morales Marcucci (Mexico)	"MARKETING 5,0"
	2:30 - 3:15	Pablo Andres Lopez	Industrias Culturales del Departamento
	3:15 - 4:00	Héctor Vinicio Díaz (Mexico)	Caso Empresario Exitoso
	4:00 - 4:15	RECESO	
	4:15 - 5:00	Juan Carlos Nieto	Empresa Danesa TIC's
5:00 - 5:45	Daniel Luna (secre planeacion Cauca)	Socialización Plan de desarrollo Cauca	
JUEVES 26 DE ABRIL DE 2012			
	10:45 - 11:30	Maria Mercedes Barrera	Proyecto Ventures
	11:30 - 12:15	Mg. Hector Alejandro Sanchez	Director CES Unicauca
	2:00 - 3:30	Esteban Angel	Emprendimiento Fundación Bavaria
VIERNES 27 DE ABRIL DE 2012	9:00 - 10:00	Edwin Salazar Salazar	Presidente de la Junta Directiva de la Cámara Colombiana de Confecciones
	10:00 - 12:00	Senador Luis Fernando Velasco Chavez	"Regalias para el Cauca"
	2:00 - 3:00	Mauricio Vega	Modelos de desarrollo y modelos de emprendimiento
	3:15 - 6:00	Patricia Arteaga (Solution Sales and Marketing Manager de Nokia)	Ecosistema NOKIA
VIERNES 27 DE ABRIL AUDITORIO POSGRADOS	8:30 - 10:00	Milton Javier Vidal Ordoñez	Programa cafés Especiales Cauca
	10:00 - 12:00	Video Conferencia	Universidad Española

Anexo D. Grupo Coordinador XI Feria Empresarial Universidad del Cauca

