

**COORDINACIÓN DE EVENTOS XI FERIA EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD DEL CAUCA
-VERSIÓN LATINOAMERICANA-**



**LEANA GUTIÉRREZ RIVERA
-2505 2006-**

**TRABAJO DE PASANTIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OPCIÓN DE GRADO
POPAYÁN
2012**

**COORDINACIÓN DE EVENTOS XI FERIA EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD DEL CAUCA
-VERSIÓN LATINOAMERICANA-**



**LEANA GUTIÉRREZ RIVERA
-2505 2006-**

**PROFESOR TITULAR
HÉCTOR ALEJANDRO SÁNCHEZ. MBA**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OPCIÓN DE GRADO
POPAYÁN
2012**

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios por ser mi fortaleza, mi guía y otorgarme tantas bendiciones, permitiéndome una vida con propósito.

A mi familia, a mi madre, a mi hermano y en especial a mi padre por todo su esfuerzo y apoyo incondicional.

A mis amigos que de una u otra forma me apoyaron.

Leana Gutiérrez Rivera

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al asesor académico MBA Héctor Alejandro Sánchez profesor de la Universidad del Cauca, por su apoyo y dirección en 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 Centro de Estudios y Servicios.

A la oficina de la Feria Empresarial, a todo el equipo de trabajo de la feria.

A Dios el cual indiscutiblemente es el que permite todo cuanto debamos vivir y aprender, a mis padres y amigos quienes me motivaron y apoyaron para culminar esta meta y grata experiencia a nivel académico y personal, demasiado significativa.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO I. CARACTERIZACIÓN DE LA FERIA EMPRESARIAL.....	10
1.1. ASPECTOS GENERALES.....	10
1.2. RESEÑA HISTÓRICA.....	10
1.3. NOMBRE Y LOGO-SÍMBOLO.....	11
1.4. ASPECTOS ORGANIZACIONALES.....	12
1.4.1. MISIÓN.....	12
1.4.2. VISIÓN.....	12
1.4.3. OBJETIVOS.....	12
1.4.4. EXPOSICIONES EMPRESARIALES.....	13
1.4.5. PABELLONES.....	13
CAPÍTULO II. ASPECTOS TEÓRICOS DE LA PROPUESTA.....	15
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
2.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	15
2.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
2.2. JUSTIFICACIÓN.....	16
2.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	16
2.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	16
2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
2.4. MARCO TEÓRICO.....	17
CAPÍTULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	20
3.1. LOGÍSTICA PARA EL DÍA DE LA MODA.....	20
3.2. CRONOGRAMA PARA EL DÍA DE LA MODA.....	39
3.3. INSTITUCIÓN DE MODA SELECCIONADA.....	40

3.4. PRESUPUESTO	41
CAPÍTULO IV. PROMOCIÓN DEL EVENTO.....	43
4.1. CANALES DE COMUNICACIÓN.....	43
4.2. INCENTIVAR LA DECISIÓN DE COMPRA.....	45
CAPÍTULO V. RESULTADOS DE LA PROPUESTA	47
5.1. DESFILE DE MODAS	47
5.2. PRESENTACIÓN DE JULIO NAVA:.....	52
VI. CONCLUSIONES	56
VII. RECOMENDACIONES.....	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Primer logo-símbolo de la XI Feria Empresarial 2011.....	11
Figura 2. Logo-símbolo de la XI Feria Empresarial 2012.....	11
Figura 3. Plazoleta de la Facultad de Ciencias Administrativas.....	23
Figura 4. Organización de la pasarela.....	24
Figura 5. Backstage de Musa y Canela	30
Figura 6. Comunicado de Prensa del portal Vive Popayán.....	35
Figura 7. Video de Presentación de la XI Feria Empresarial.....	36
Figura 8. Comunicado del Portal Agenda Propia	36
Figura 9. Comunicado de prensa Portal de la Universidad del Cauca.....	37
Figura 10. Comunicado de prensa del Diario El Liberal	37
Figura 11. Comunicado de prensa del blog Álbum Popayán	38
Figura 12. Comunicado de prensa del Portal Popayán Cultural	38
Figura 13. Comunicado de prensa del Portal Proclama Tu Tierra	39
Figura 14. Agenda Cultural Feria Empresarial: “Día de la Moda”	40
Figura 15. Promoción del evento Campanario Centro Comercial Popayán.....	44
Figura 16. Desfile de Modas Casa: Regina Modas	48
Figura 17. Desfile de Modas Casa: Musa & Canela.....	50
Figura 18. Desfile de Modas Nocturno	51
Figura 19. Presentación de Julio Nava	53

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Aspectos generales de la XI Feria Empresarial	10
Tabla 2. Patrocinadores consolidados en los paquetes promocionales.....	22
Tabla 3. Participación de Expositores en el evento de modas.....	22
Tabla 4. Agenda Cultural: Día de la Moda.	39
Tabla 5. Presupuesto para el Día de la Moda	41

INTRODUCCIÓN

La Coordinación de eventos es un proceso ordenado e integral donde funcionan diferentes operaciones como: la planificación, el diseño y cotización, la producción el montaje, la ejecución, el desmontaje y la entrega de resultados.

La Coordinación de Eventos para la Feria Empresarial fue un proceso coordinado y organizado que permitió no sólo utilizar el evento denominado: “Día de la Moda”, como una herramienta promocional, sino que contribuye en el acercamiento de la organización de la feria empresarial con la comunidad, como una manera de presentar un evento de talla internacional en un ambiente local.

El presente informe denominado Coordinación de Eventos para la XI FERIA Empresarial, es un área que sirve como estrategia de posicionar la feria de la Universidad del Cauca en el ámbito regional e internacional, además de vincular empresarios de moda, agencias de modelaje y tiendas de ropa y accesorios, la coordinación de eventos también permite presentar artistas de talla internacional como es el caso de Julio Nava que se interesó en participar con un concierto para el Día de la Moda, esto por supuesto trajo como resultado la asistencia masiva a la feria empresarial consolidándola como una de las más visitadas y preferidas por la comunidad Caucana.

CAPÍTULO I. CARACTERIZACIÓN DE LA FERIA EMPRESARIAL

1.1. ASPECTOS GENERALES

Tabla 1. Aspectos generales de la XI Feria Empresarial

INFORMACIÓN	
Localización	Edificio Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Campus Universitario Sector Pomona. Planta No. 1
Teléfono	8209800- Extensión 2000
Página Web	http://www.feriaempresarialunicauca.com//
E- mail	info@feriaempresarialunicauca.com – feriaempresarialunicauca@gmail.com
CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS –CES-	
Teléfono	8209800 Extensión 3108

Fuente: Elaboración propia

1.2. RESEÑA HISTÓRICA

La Feria Empresarial Universidad del Cauca, tuvo sus orígenes en 1.997 como un evento académico propuesto y desarrollado por Docentes del Departamento de Ciencias Administrativas y Estudiantes del Programa de Administración de Empresas Hoy en día la Feria Empresarial se ha logrado consolidar como el evento más importante de la región debido a que reúne a empresarios, emprendedores, académicos, quienes encaminan todos sus esfuerzos para fortalecer sus relaciones comerciales y de esta forma poder generar nuevos mercados.

Su mayor alcance ha logrado reunir más de 10.000 visitantes, y 150 expositores, generando así excelentes alianzas comerciales, académicas y financiera para la región. La feria realiza actividades de esparcimiento que son un atractivo para los visitantes, por ejemplo, festivales culturales, gastronomía, desfiles de moda y presentación de grupos musicales.

1.3. NOMBRE Y LOGO-SÍMBOLO

El logo-símbolo de la XI versión de la feria empresarial tuvo cambios debido a los inconvenientes en la realización de la feria para el mes de Noviembre del año 2011, y su posterior aplazamiento para el mes de abril del año 2012. A continuación se presentan los dos logo-símbolos utilizados:

Figura 1. Primer logo-símbolo de la XI Feria Empresarial 2011



Figura 2. Logo-símbolo de la XI Feria Empresarial 2012



1.4. ASPECTOS ORGANIZACIONALES

1.4.1. MISIÓN

La Feria empresarial de la Universidad del Cauca es un evento académico social-cultural propuesto y liderado por emprendedores de la Universidad del Cauca con el fin de promover el desarrollo nacional, la proyección social y la integración comunidad-universidad-empresa logrando fortalecer las relaciones comerciales por medio de una muestra de proyectos y empresas que se presentan anualmente.

1.4.2. VISIÓN

La Feria empresarial de la Universidad del Cauca serpa el principal evento regional empresarial que integrará la academia, la empresa y el estado alrededor de emprendimientos que generen desarrollo para nuestro país y el mundo.

1.4.3. OBJETIVOS

- ⊕ Generar espacios para que empresarios y emprendedores latinoamericanos intercambien experiencias y muestren sus propuestas de negocios.
- ⊕ Incentivar la participación del sector productivo permitiendo el intercambio de tecnologías, identificación de mercados y servicios generales.
- ⊕ Generar un espacio de discusión académica alrededor del tema empresarial en la región y en el país.
- ⊕ Congregar participantes de talla internacional para el intercambio de experiencias y negocios.

1.4.4. EXPOSICIONES EMPRESARIALES

Tecnología.

Empresas dedicadas al desarrollo tecnológico en el área de las telecomunicaciones, telefonía móvil, televisión, sistemas, desarrollo de software y afines.

Emprendimiento social

Organizaciones dedicadas al fortalecimiento de causas benéficas y comunitarias que laboran bajo los principios de la asociatividad y solidaridad.

Moda, Salud y Belleza

Empresas dedicadas al diseño e innovación en el campo de la moda, salud y belleza, que responden a las exigencias de clientes demandantes de exclusividad en sus atuendos y seriedad en el trabajo médico especializado.

Turismo

Organizaciones oferentes de los mejores destinos turísticos del país con paquetes y servicios diferenciados para satisfacer las diferentes preferencias de los viajeros.

1.4.5. PABELLONES

Ideas de Negocio- Proyectos

Organizaciones pertenecientes al sector primario que trabajan en proyectos productivos responsables y económicamente viables.

Agropecuario.

Expositores con nuevos proyectos e ideas que constituyen la base de futuras empresas en la ciudad de Popayán.

Medio Ambiente

Organizaciones que trabajan con modelos sostenibles de desarrollo, pensando en los recursos naturales y en proyectos sustentables. Haciendo asesoría al sector productivo sobre la relación de equilibrio con el medio ambiente.

Gastronomía

Empresas locales dedicadas a la producción de alimentos donde podrán degustar de deliciosos platos y bebidas.

CAPÍTULO II. ASPECTOS TEÓRICOS DE LA PROPUESTA

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca del programa Administración de Empresas es un puente importante en el desarrollo del estudiante, porque permite que este genere una relación de la teoría con la práctica, trabajando en equipo, relacionarse con sus compañeros, profesores y con el sector empresarial de la región, por tanto se hace necesario seguir trabajando para proyectar la feria convirtiéndola en una de las mejores feria empresariales, para esto es fundamental que el evento sea visitado por muchas personas y que estas se lleven una buena impresión de el mismo.

2.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente, la Feria empresarial de la Universidad del Cauca ha logrado recuperar protagonismo en el sector empresarial y académico de la ciudad de Popayán, por tanto, es necesario que las diferentes áreas de la feria establezcan propuestas de mejoramiento que fortalezcan y generen oportunidades de emprendimiento en la región, por tal motivo se presenta este estudio que busca el fortalecimiento, mejoramiento y posicionamiento a través del área de Coordinación de Eventos de la XI Feria Empresarial de la Universidad del Cauca Versión Latinoamericana.

2.2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se realizará para que los eventos que se ejecuten a través del área de Coordinación de eventos de la XI Feria Empresarial sea visitado por un gran número de personas, por tal motivo es necesario, que además del foro académico y las muestras empresariales durante los días de la feria, generar eventos culturales que llamen la atención de las personas, para que de esta forma el número de visitas aumente.

La organización de un desfile de modas, como atractivo comercial y cultural es la oportunidad de convocar a un gran número de personas naturales, jurídicas y medios de comunicación local y nacional, además que permite presentar artistas de origen nacional como un regalo para la comunidad que visita la feria empresarial, permitiendo la consolidación de la Feria Empresarial como una de las mejores ferias del suroccidente colombiano.

2.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

2.3.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar el desfile de modas, como una actividad de entretenimiento, esparcimiento y atractivo para los asistentes a la XI Feria Empresarial de la Universidad del Cauca “*Una región para el mundo*” -Versión Latinoamericana-.

2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ⊕ Estimular a la ciudadanía para que visiten la XI Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.
- ⊕ Presentar las colecciones y tendencias de moda en la ciudad de Popayán.

- ⊕ Incentivar la decisión de compra de ropa y accesorios como parte importante de la dinámica comercial de la la XI Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.
- ⊕ Promover eventos de moda en la ciudad a través de la la XI Feria Empresarial de la Universidad del Cauca
- ⊕ Promocionar el evento de moda en los distintos medios de comunicación.

2.4. MARCO TEÓRICO

¿Que representa el termino evento?

En el ámbito empresarial / profesional un evento es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto/servicio o una determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa, lo que facilita en todo caso nuestros objetivos de fidelización frente a la competencia del mercado actual.

De esta forma, un evento proporciona contacto directo con el cliente, favorece las relaciones empresa/cliente, y facilita la adaptación de su producto de forma directa sobre su mercado, lo que repercutirá en el éxito del mismo.

¿Qué es una 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.

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 la Mi PYME sea ésta de manufactura, producción, agrícola, pecuaria, artesanal, turística u otra línea.

¿Por qué los desfiles de modas son parte esencial de la industria del vestido?

Durante siglos, París ha sido considerada la capital mundial de la moda y su solo nombre evoca imágenes de espléndidos desfiles de modas. La primerísima casa de alta costura parisina fue fundada en 1858 por un expatriado inglés: Charles Frederick Worth. Abridaba la idea de preparar de una vez los diseños para una temporada y mostrarlos a los clientes.

La tradición de mostrar las colecciones para la temporada, por medio de un desfile de modas, se inició con la Gran Exposición Universal de París, en 1900, en la que se exhibían mercancías de todo el mundo. Varios países tenían un pabellón y miles de personas desfilaron para ver los artículos que se mostraban. Ninguno atrajo más atención que la sección de modas, donde los diseñadores, incluida la Casa Worth, mostraban sus colecciones de una manera novedosa: con modelos en escenas cotidianas. La presidenta de esta sección, Madame Paquin, modelaba sus propios diseños sentada frente a un tocador. Madame Paquin, quien fue la primera diseñadora en vender en el extranjero sus creaciones, cuando quería imponer nuevos estilos enviaba regularmente a diez modelos, vestidas con trajes idénticos, a las carreras o al casino.

Desde 1900 los compradores de todo el mundo acuden a los esmerados desfiles de temporada que presentan las casas de moda francesas. Estos desfiles se han convertido en una manera amena de presentar los nuevos estilos, a un gran número de probables compradores. Hoy día el trabajo conjunto de compradores de allende el océano, reporteros y fotógrafos de prensa llevan los nuevos estilos

de las casas de modas al público en general, en una secuencia planeada con sumo cuidado.

MARCO CONCEPTUAL

Desfile de modas: El desfile de moda es un medio a través del cual el diseñador puede difundir sus ideas, generar conocimiento de marca, conseguir cobertura en los medios y predisposición del público hacia su firma

Moda: (del francés, *mode* y éste del latín, *modus*, modo o medida) es un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de criterios subjetivos asociados al gusto colectivo. La moda son aquellas tendencias repetitivas, ya sea de ropa, accesorios, estilos de vida y maneras de comportarse, que marcan o modifican la conducta de las personas. (Wikipedia)

Promoción: *"La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan".* (Ivan Thompson)

CAPÍTULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La coordinación del evento de moda durante la feria, consideró tanto los días de la feria empresarial como la agenda cultural programada. Fue importante vincular al sector de la moda al tratarse de una feria con impacto internacional.

3.1. LOGÍSTICA PARA EL DÍA DE LA MODA

a. Creación del tema para promocionar el desfile de modas.

Al tratarse de presentar diseños de ropa con ocasión de la agencia o agencias participantes, se consideraron tres premisas básicas como son: Quiénes somos, qué queremos y a quién nos queremos dirigir, es decir, la organización de la feria empresarial consideró para el desfile de modas la importancia de las ventas como premisa básica para dar continuidad al apoyo que la empresa privada realiza a las ferias organizadas por la Universidad del Cauca.

El desfile de modas se planeó como del tipo: *clásico*, es decir una pasarela desnuda (sin montaje escénico), donde los modelos desfilan mostrando con claridad las prendas del diseñador, aprovechando la iluminación natural y el sonido instalado en la feria empresarial. El objetivo de este tipo de desfiles es que el diseñador presente la colección de manera clara, sin mensajes adicionales que distraigan la atención del comprador.

La presentación se desarrolla dentro de los cánones clásicos: Mucha iluminación, música de fondo y las modelos desfilan una detrás de la otra para detenerse al final de la pasarela, dan media vuelta y desaparecen detrás del telón, los fotógrafos captan con precisión los conjuntos,

Cuando se han mostrado todas las prendas, termina la música, y finalmente aparecen las modelos con el diseñador o diseñadora para saludar y agradecer al público.

b. Preparación de paquetes promocionales para consecución de patrocinadores.

PAQUETE 1
Valor Aporte: \$300.000.00
INCLUYE
Logo Pendón
Participación en la agenda académica
Participación en la Agenda Cultural de Inauguración y Clausura
Logo Afiche
Logo Flyers

PAQUETE 2
Valor Aporte: \$500.000.00
INCLUYE
Logo Pendón
Participación en la agenda académica
Participación en la Agenda Cultural de Inauguración y Clausura
Logo Afiche
Logo Flyers
Pendón Propio
Publicación Página Web

PAQUETE 3
Valor Aporte: \$700.000.00
INCLUYE
Logo Pendón
Participación en la agenda académica
Participación en la Agenda Cultural de Inauguración y Clausura
Logo Afiche
Logo Flyers
Pendón Propio
Publicación Página Web
Espacio Stand Propio

A continuación algunos paquetes se ofrecieron en la etapa inicial y los patrocinadores vinculados:

Tabla 2. Patrocinadores consolidados en los paquetes promocionales

Gestar Pharma	Segundo Paquete por 500
Corrales y peroles	Primer Paquete por 200
Arinsa	Segundo Paquete por 600
Maxipan	Primer Paquete por 200
Electro créditos Del Cauca 150 por un Dummy y un Pendón de la empresa por dos días.	

Fuente: Elaboración propia

Los Expositores Vinculados fueron:

Tabla 3. Participación de Expositores en el evento.

EXPOSITOR	TIPO DE PARTICIPACIÓN
ZICRY	Se vinculó con el maquillaje para todos los modelos y a cambio de esto, se le dio un stand para promocionar sus productos y servicios. Expositor en el pabellón de moda salud y belleza.
NELSON JAVIER	Expositor en el pabellón de moda salud y belleza.
ROXANA MUÑOZ	Expositor en el pabellón de moda salud y belleza.
DOÑA CHEPA	Expositor en el pabellón de gastronomía.
SANDRA URBANO	Se logró su vinculación con dos (2) stands en el pabellón de moda: salud y belleza; y en el desfile de modas con una pasarela de 20 salidas. Expositor en el pabellón de moda salud y belleza.

Fuente: Elaboración propia

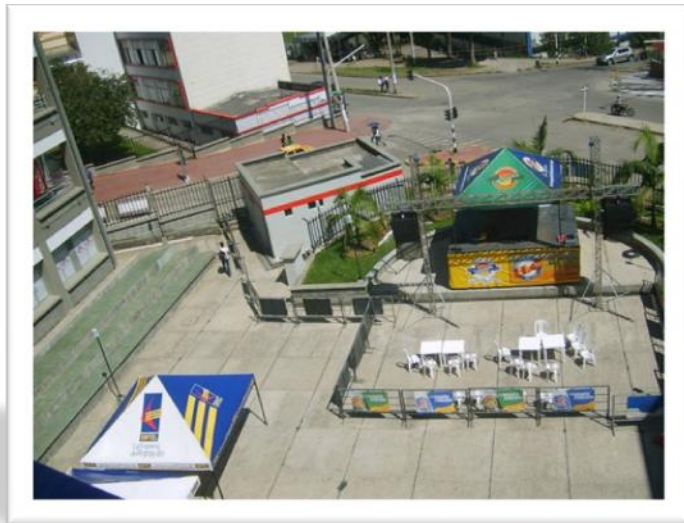
c. Selección del lugar.

El lugar seleccionado fue la Plazoleta de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca debido al espacio físico que ofrecía para la instalación de la pasarela de modas y la presentación para los asistentes al evento y en general a la Feria Empresarial.

La adecuación de la plazoleta para la realización del desfile de modas contó con la participación del área de logística y operaciones, a cargo de los pasantes José Rómulo López y Carlos Felipe Preciado, y los practicantes Juan Diego Zúñiga, Carlos Fabián Ordóñez, Mauricio Torres, Manuel Takegami, Carlos Jiménez y Pedro Anacona.

La Empresa “Alquieventos” facilitó el préstamo de asientos para los asistentes al evento de moda, lo cual fue importante para una mejor organización del desfile y comodidad de todos los asistentes e invitados al evento.

Figura 3. Plazoleta de la Facultad de Ciencias Administrativas



Fuente: Archivo fotográfico de la Feria Empresarial

Figura 4. Organización de la pasarela



Fuente: Archivo fotográfico de la Feria Empresarial

Figura 5. Preparación de la Pasarela



Fuente: Archivo fotográfico de la feria

d. Solicitud de ropa y patrocinadores del evento.

Como reza una definición popular “el patrocinio (o sponsoring) es el arte de hablar de uno mismo hablando de otra cosa”.¹

El patrocinio para la feria empresarial se concibió como un recurso financiero pero para el patrocinador se tiene en cuenta que es parte de su estrategia de comunicación, por tal motivo, es muy importante que la logística del desfile de modas se desarrollara de manera adecuada.

Así se estableció para las empresas participantes dos interrogantes para participar: ¿Qué? y ¿Para Quién?

- ¿Qué?: Referente a la participación en la XI Feria Empresarial.

- ¿Para Quién?: Es decir, explicar el público objetivo del evento.

Todo este proceso se realizó de forma verbal y escrita, tratando de ser muy explícitos para evitar inconvenientes durante los días de la feria y explicando las condiciones y ventajas de participar en la XI Feria Empresarial:

¹ GÓMEZ DE LA IGLESIA, Roberto. Colección Atalaya No. 43. Publicación en línea. [<http://www.conexionesimprobables.com/>]. Enero de 2011. Consultado en junio de 2012.



XI Feria Empresarial Unicauca

Versión Latinoamericana

“Una Región Para el Mundo”

Popayán, Marzo de 2012

Señor(a):

Cordial Saludo

Bajo el lema “**una región para el mundo**”, La XI versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca extiende su impacto al ámbito **LATINOAMERICANO**.

Este evento tiene como finalidad congregar a todos los empresarios latinoamericanos, quienes podrán establecer relaciones comerciales de gran importancia así como estrechar lazos académicos, empresariales y sociales.

La *XI Feria Empresarial* se realizará los días 24, 25, 26 y 27 de Abril en la Universidad del Cauca.

Por esta razón lo(a)s invitamos a vincularse en el Desfile de Modas que se realizará el día 26 de Abril a partir de las 4 de la tarde, y de igual manera participar de la Feria con un Stand el cual estará durante los días que dure el evento.

El desfile contará con la presencia de una prestigiosa Agencia de Modelos de la ciudad.

Los valores que se anexan en la propuesta serán utilizados con el fin de cubrir los costos de la realización del evento, dado que la Feria Empresarial no tiene ningún interés en obtener utilidades.

Anexamos la propuesta y beneficios que se recibirá por su vinculación.

De antemano agradecemos su atención y esperamos contar con su participación.

Atentamente,

Paulo cesar Fernández
Gerente Comercial
XI Feria Empresarial
Universidad del Cauca

Leana Gutiérrez Rivera
Gerente de Eventos
XI Feria Empresarial
310 780 6370



Tecnología



Ideas de Nego



Medioambien



Salud y Bellez



Educación y Cu



Emprendimeinto



**XI FERIA EMPRESARIAL
FICHA DE INSCRIPCION DESFILE DE MODAS**

Fecha: _____ Ciudad: _____
Nombre Empresa: _____
Dirección: _____
Teléfono: _____
Propietario(a): _____

TIPO DE PRENDAS:

- Alta Costura ()
- Casual ()
- Traje formal ()
- Deportiva ()
- Maternidad ()
- Pijamas ()
- Ropa Interior ()
- Trajes de Baño ()
- Accesorios ()

Usted debe crear un texto el cual será anunciado por el presentador el día del evento con la publicidad, este debe entregarlo lo más pronto posible, la prueba de vestuario se hará 4 días antes del día del evento.

Los pagos se podrán realizar de la siguiente manera: el 30% al momento de la inscripción, y el 70% restante diferido hasta un mes antes del inicio de la feria.

FIRMA PARTICIPANTE.



Tecnología



Ideas de Negocio



Medioambiente



Salud y Belleza



Educación y Cultura



Emprendimiento



Señor participante:

Es para nosotros un placer contar con su presencia en el evento de modas que se realizara el 26 de Abril a partir de las 4:00 pm del presente año.

FECHA DESFILE	26 de Abril de 2012
FECHAS DE FERIA (STAND)	25,26 Y 27 DE ABRIL DEL 2012
AGENCIA DE MODELAJE	Regina Modas

OPCIÓN No. 1
(Desfile)

- Participación en el desfile de modas, con modelos acreditadas.
- Lanzamiento del desfile ante los medios de comunicación. (Prensa, Radio, T.V. Página Web).
- Pauta Publicitaria de su empresa en la página oficial del evento. <http://www.feriaempresarialunicauca.com/> (antes y después del evento).
- Promoción y visualización de su empresa durante el evento.
- Compartir experiencias comerciales con empresarios y ponentes de carácter regional, nacional e internacional.
- Generar oportunidades de negocio y establecer relaciones comerciales de alto impacto.

COSTOS

DESFILE	\$200.000
STAND	\$200.000
DESFILE + STAND	\$400.000

Los pagos se podrán realizar de la siguiente manera: el 30% al momento de la inscripción, y el 70% restante diferido hasta un mes antes del inicio de la feria.

Los pagos deben ser realizados en la **Cuenta de ahorros No: 196000728390 DAVIVIENDA. A NOMBRE DE SUSAN ROJAS.**



Tecnología



Ideas de Negocio



Medioambiente



Salud y Belleza



Educación y Cultura



Emprendimiento

e. Modelos y personal de backstage.

Musa y Canela²

“Musa y canela está inspirada en la mujer y para la mujer, la inspiración que produce, dándole un aire fresco y de sabor (la canela).

Una marca de la mujer para la mujer, la inspiración al crear cada una de las prendas y accesorios, pero a la vez esa delicadez sublime.

En Musa y Canela cada mujer es inspirada y a la vez inspiración. Inspirada para escoger el vestido correcto, los accesorios ideales, los zapatos perfectos, el maquillaje adecuado, su perfume cosas que la identifican, como hacen de este ritual un arte que expresa en la sutileza de su creación, desde su sensibilidad, desde su feminidad. Inspiración a la hora de realizar las diferentes creaciones, prendas y accesorios elementos que le permiten reflejar su personalidad y su encanto. Musa y Canela es una empresa dedicada a la confección de prendas femeninas diseñadas bajo estrictos estándares de calidad y según las especificaciones del cliente, incluyen además bordados manuales, accesorios y telas que les darán estilo propio. Las prendas son elaboradas por tallaje o sobre medidas, ofreciendo cinco líneas comerciales las cuales abarcan las necesidades de las mujeres a la hora de vestir.

Línea casual: jeans, pantalones, leggis, blusas, camibusos, shorts, faldas.

Línea ejecutiva: comprende las prendas clásicas que toda mujer que labora en oficinas desenvolviéndose en un entorno empresarial debe lucir para resaltar su imagen, para ello ofrecemos los clásicos sastres en gran variedad de linos en diversos colores y estilos como pantalones, chaquetas, faldas y vestidos; que contrastan con camisas fabricadas en sedas, popelinas, algodones, dacrones y lycras que estilizan la figura de la mujer.

² Musa & Canela. Perfil de Facebook. Mayo de 2012. [Publicación en línea]. <http://www.facebook.com/musa&canela/>. Consultado en 28 agosto de 2012

Línea de playa: representan las prendas y accesorios que las mujeres lucen en clima caliente, tales como trajes de baño (bikini, trikini, tankini), pareos, pantalones, blusas, vestidos y shorts en olán de lino y algodón, de igual forma esta línea incluye vestidos en telas vaporosas (sedas, velos, chiffon) que son muy apropiados para este tipo de climas.

Alta costura: los trajes de gala para lucir en ocasiones especiales son la especialidad de MUSA Y CANELA, para ello nuestra clientas deben solicitar su cita con anticipación para la escogencia de los materiales y diseños utilizados para la confección, ya que este tipo de trajes son exclusivos e inspirados (según su contextura, edad, tono de piel, cabello, tipo de personalidad) en la clienta que lo desea lucir.

Accesorios complementarios: comprende todo tipo de accesorios para complementar su vestuario resaltando su feminidad, para ello ofrecemos todo tipo de bolsos en texturas sintéticas, driles y lonas en diferentes diseños (grandes, pequeños tipo carriel, deportivos, etc.) ajustándose a la ocasión y la necesidad de llevar múltiples objetos dentro de su bolso, o por el contrario este se utiliza para llevar algo tan simple como el celular y la billetera y solo lo requiere en un tamaño pequeño”:

Figura 6. Backstage de Musa y Canela





Fuente: Musa & Canela

Pili y pala

Pili Pala es una empresa dedicada al Diseño Artesanal. Nuestra propuesta es la elaboración de productos personalizados que ofrece a nuestros clientes artículos únicos diseñados o modificados de acuerdo a su estilo.

Pili Pala es una empresa innovadora que elabora productos utilizando diferentes técnicas artesanales y fibras naturales como algodón, fique, hiraca, lana, seda y materiales como el cuero, totumo, cascara de naranja, y gran diversidad de semillas.

Daniella Viñasco Ocampo

Diseñadora de Modas en Academia de Dibujo Profesional, diseñadora de vestidos de baño de la ciudad de Cali, Invitada especial al desfile de modas.

Yiya Herrera Handbags

Yiya Herrera Handbags es una empresa dedicada a la elaboración de productos de marroquinería, trabajamos con cueros tipo exportación basándonos en las últimas tendencias de la moda, diseñamos productos urbanos, artesanales, clásicos y sobre todo originales, con un toque diferente en cada uno que los hacen únicos.

Es por eso, que estamos dedicados al mejoramiento continuo de nuestros productos, evaluando los procesos de diseño e investigación, para dar como resultado productos de excelente calidad. Por lo tanto, nuestros diseños están hechos de materiales que por ser parte artesanales, son irrepetibles y eso nos hace ofrecer exclusividad a nuestros clientes.

Yiya Herrera Handbags cuenta con un taller de diseño en el cual se elaboran todos nuestros productos, para abastecer las necesidades de nuestro mercado nacional e internacional.

Mattelsa

Mattelsa es una comercializadora de ropa multimarcas para hombres y mujeres, fundada en el año 2002.

Cuenta con 28 tiendas en las ciudades más importantes de Colombia y 1 en Guatemala. Mattelsa también ofrece la opción de hacer compras online ingresando a la página web.

Infashion Boutiq'

En Moda ofrece ropa para las mujeres. Disponemos de una amplia gama de minifaldas, ropa interior, elegantes vestidos y trajes atractivos para fiestas.

ROPA + ACCESORIOS

Cra. 9 No 6-23/Centro 300 6571232

Naf Naf

NAF NAF fue fundada en el año 1973 por Gerard y Patrick Pariente, su primer almacén fue llamado “Influencia” en Passage du Caire en Paris, al año siguiente se lanzan su primera colección NAFNAF, que se convirtió en una corporación de negocios bajo este nombre, en 1984 NAFNAF abrió su primer almacén de ventas al público en Paris.

En 1998 la marca llega a Colombia y abre sus puertas con un almacén en la ciudad de Cali, para el 2010 cuentan con 48 almacenes en todo el país y presencia en Ecuador, Venezuela, Costa Rica, Perú y México.

NAF NAF es un grupo multinacional de confección textil fuertemente implantado a nivel nacional e internacional.

Pilatos

Comercializadores en Colombia de las marcas Diesel – Marithé +François Girbaud - Kipling - 55 DSL - Custo Barcelona- No Project - Agua Bendita - adidas originals - Le Coq Sportif - Creative Recreation - Royal Elastics - Fossil - Michael Kors - Carrera - DC Shoes - Marc Jacobs

Tennis

TENNIS está dirigida a niños, jóvenes y adultos que comparten un mismo estilo de vida y que reflejan libertad, dinamismo, frescura, energía y creatividad como elementos diferenciadores de su actitud. Estas mismas características son las que transmitimos a través de nuestros diseños y de la experiencia de compra en nuestras tiendas, personificando un estilo de vida alrededor de la marca.

Americanino

Es una empresa internacional que produce prendas de vestir y accesorios para hombres y mujeres con un espíritu joven, los cuales conocen las últimas tendencias y buscan en la moda una forma de expresión de su individualidad y quienes encuentran en nuestras colecciones versatilidad, funcionalidad, calidad y originalidad..

Instituto Sandra Urbano

Instituto dedicado a la formación de diseñadores de moda de la ciudad de Popayán, su pasera fue constituida por estudiantes.

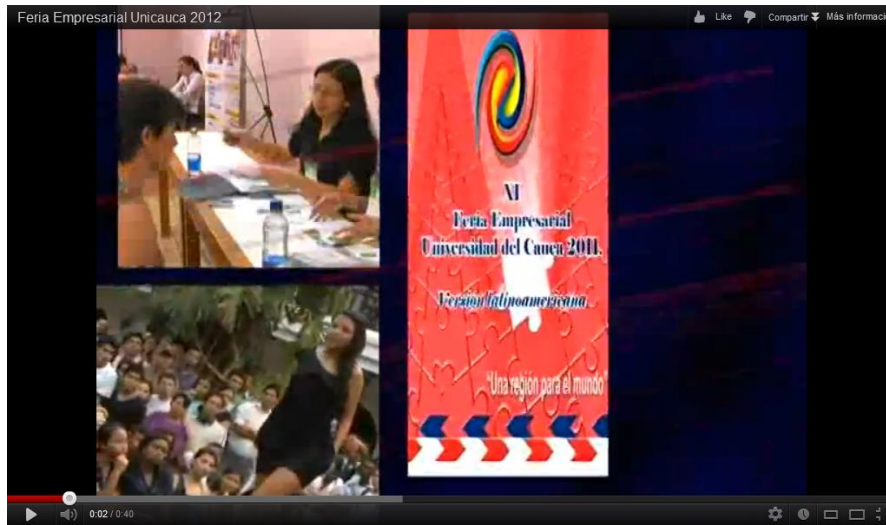
“Diana”

Diseñadora de modas del Instituto Sandra Urbano, realizo su pasarela individual.

f. Comunicados de prensa, personal y asistentes al evento.

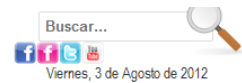
Fue muy importante establecer comunicación directa con la prensa, los asistentes al evento y la comunidad en general. La Universidad del Cauca, a través de la oficina de prensa emitía los comunicados que la oficina de la feria le solicitaba, para que todos los medios de comunicación estuvieran al tanto de cambios o novedades al interior de la feria.

Figura 8. Video de Presentación de la XI Feria Empresarial



Fuente: <http://youtube.com//>

Figura 9. Comunicado del Portal Agenda Propia



INICIO AGENDA PROPIA HISTORIAS DIÁLOGOS CULTURA REPORTAJE REGIÓN NACIÓN HOY MULTIMEDIA QUIÉNES SOMOS

Usted está aquí: Inicio > HOY > Avanza con paso fuerte FERIA EMPRESARIAL en Unicauca
Avanza con paso fuerte FERIA EMPRESARIAL en Unicauca

Valoración del Usuario: 0/0
Malo Bueno Valoración

Categoría: HOY Última actualización en Martes, 24 Abril 2012 15:11
El evento se esta desarrollando en la Facultad de Ciencias Contables, Económicas, y Administrativas.

La XI FERIA EMPRESARIAL Universidad del Cauca cuenta con la participación de conferencistas nacionales e internacionales, la exposición de casos exitosos en emprendimiento, y la organización de la muestra comercial.

El evento, cuyo lema es 'Una región para el mundo', se instaló durante la noche del lunes en la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, de Unicauca, con la participación de expositores, conferencistas, organizadores y directivos.

La FERIA EMPRESARIAL de la Universidad del Cauca se configura como un espacio de relación entre la academia y el sector productivo, en temas de innovación y productividad. En esta versión, contará con una agenda cultural que incluye conciertos y desfile de modas, así como un foro académico en el que se darán a conocer casos exitosos y experiencias de empresarios de la región.

En el marco del evento se realizará una Muestra Empresarial con la participación de empresas de tecnología, organizaciones relacionadas con la salud y belleza, compañías dedicadas trabajar en pro del medio ambiente, proyectos innovadores y productivos, así como iniciativas dedicadas a fortalecer el sector agropecuario, entre otros.

La XI FERIA EMPRESARIAL de la Universidad del Cauca se realizará hasta el viernes 27 de abril en la sede de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, en el sector de Pomona.

Foto: Unicauca

< Previo Siguiete >

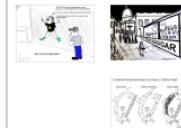
1 Share 0 Twittear 0
Recomendar 3 Enviar

0 Comentarios

PUBLICIDAD



CARICATURA



Fuente: <http://agendapropia.com//>

Figura 10. Comunicado de prensa Portal de la Universidad del Cauca

sne.sena.edu.co/Taller/HojaVida/taller_hoja_vida.html [Iniciar sesión en tu cuenta](#)

Universidad del Cauca

Inicio Pregrado Posgrado Diplomados y cursos Otros municipios Plataformas virtuales Acerca de Unicauca

• Noticias y actualidad

Estás en: Inicio > Noticias y actualidad > Universidad > Unicauca se prepara para la realización de la XI FERIA EMPRESARIAL

Noticias

Universidad - Jueves, Abril 19, 2012

Unicauca se prepara para la realización de la XI FERIA EMPRESARIAL

Se espera contar con la participación del Ministro de Trabajo.

Información para:

- Estudiantes
- Aspirantes
- Docentes
- Graduados
- Funcionarios

Fuente: <http://unicauca.edu.co/>

Figura 11. Comunicado de prensa del Diario El Liberal

PUBLIQUE SUS EDICTOS
DESDE \$39.000 8208877 EL LINEA YA

El Liberal

Galería de Imágenes

INICIO POPAYÁN CAUCA JUDICIAL DEPORTES ACTUALIDAD OPINIÓN VIDA Y ESTILO MULTIMEDIA POLÍTICA CLASIFICADOS

Buscar en este sitio:

Inicio >> Multimedia >> Galería de Imágenes

Regina Modas se lució

Ver presentación

En la XI FERIA EMPRESARIAL Universidad del Cauca, 'Una región para el mundo', versión Latinoamericana, el pasado 26 de abril se llevó a cabo con gran éxito el desfile organizado por la Casa Regina Modas. (Foto: Suministrada / EL LIBERAL)

Ranking de Noticias

- Recientes
- Vistas sección
- Vistas periódico

- 11:39 am Popayán La Compañía Energética de Occidente rindió homenaje a caucanos que se destacan
- 10:58 am Popayán Alcaldía ordena el retiro de vendedores ambulantes y estacionarios de los alrededores del Anarkos
- 09:59 am Popayán Tremendo hueco se tragó las llantas delanteras de un vehículo
- 08:34 am Mundo Un pastor evangélico alemán anuncia una "misa erótica" el domingo
- 12:59 am Personaje del día Gregorio Eljach Pacheco
- 09:36 pm Judicial Asesinado un hombre en calles del barrio Santa Elena, al occidente de la ciudad
- 07:04 pm Colombia Presidente Santos puso en marcha el Ferrocarril del Pacífico

Fuente: Diario El Liberal Popayán

Figura 12. Comunicado de prensa del blog Álbum Popayán



Fuente: Blog <http://AlbumPopayan.com//>

Figura 13. Comunicado de prensa del Portal Popayán Cultural

Popayan cultural.com

POPAYAN ACADEMIA CINE MUSICA ARTES Y ARTES Y GALERIAS NOTICIAS BLOGS

Eventos Talleres XI FERIA Empresarial: "Una región para el mundo" Inicio Contactos Publicar Eventos

Buscar

Menu Principal

- Eventos
- Editorial
- Academia
- Cine
- Música
- Artes Escénicas
- Artes Plásticas
- Literatura
- Gastronomía
- Cultura Ciudadana

AdChoices

Executive MBA at USI
Invest in yourself
Part time Study in Lugano, Switzerland
www.emba.usi.ch

Arquiteck y Asociados Ltd
Arquitectura
Bioclimática y Sostenible.
www.arquiteck.com

Desarrollo de software
SocialApps
WebDesign
CustomDevelop
Diseño y Programación a la medida

PINEMMA
Cafe

amor intenso por el café

Calle 4 No. 2 - 11
Barrio La Pamba

Abierto de 9:00 a.m.
hasta las 9:00 p.m.

XI FERIA Empresarial: "Una región para el mundo"

Calificación del usuario: 000000 / 0

Malo Bueno Calificar

Abril 24 al 27 | Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Unicauca realizará en Popayán la XI versión de la Feria Empresarial, espacio de interacción entre la academia, el sector empresarial y la sociedad en general que en esta oportunidad tendrá un enfoque latinoamericano.

La actividad es organizada por el Centro de Estudios y Servicios de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas con el lema 'Una región para el mundo' y en esta versión se habilitarán los siguientes pabellones:

- Tecnología.
- Emprendimiento social.
- Medio ambiente.
- Moda, salud y belleza.
- Agropecuario.
- Ideas de negocio - proyectos.
- Turismo y gastronomía.

Además de los stands donde los expositores darán a conocer sus proyectos, durante el desarrollo de la feria se realizará un desfile de modas y presentaciones artísticas.

En la muestra comercial, el visitante podrá encontrar empresas de tecnología, organizaciones relacionadas con la salud y belleza, compañías dedicadas a fortalecer el medio ambiente, proyectos innovadores y productivos, así como iniciativas dedicadas a fortalecer el sector agropecuario, entre otros.

Se resalta la realización del Foro Académico, espacio en el que los asistentes podrán compartir experiencias exitosas y obtener información sobre temas de interés en conferencias orientadas por reconocidos conferencistas de talla nacional e internacional.

Mayores informes
<http://www.feriaempresarialunicauca.com>
Centro de Estudios y Servicios.
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas.
Teléfono: 6209900 ext. 2000.

< Anterior Siguiente >

Fuente: <http://popayancultural.com//>

Figura 14. Comunicado de prensa del Portal Proclama Tu Tierra



Fuente: <http://proclamatutierra.net/>

3.2. CRONOGRAMA PARA EL DÍA DE LA MODA

El cronograma para el “Día de la Moda” de la XI Feria Empresarial quedo establecido de la siguiente forma:

Tabla 4. Agenda Cultural: Día de la Moda.

Agenda: Día de la Moda	
Jornada del Evento	Tarde- Noche
Duración del evento	14:30- 21:00
Presentación Banda Orquesta	“El Turista”
Firma de Autógrafos	“Julio Nava”
Desfile de Moda	Agencia de Modelaje: Musa & Canela Agencia de Modelaje “Regina Modas”
Presentación Musical	“Julio Nava”
Cierre del Evento	

Fuente: Elaboración Propia

Figura 15. Agenda Cultural Feria Empresarial: "Día de la Moda"

"DÍA DE LA MODA "
Jueves 26 de Abril de 2.012

Julio Nava

TARDE
2.30 P.M. - 9.00 P.M.

- Banda Orquesta, "El Turista".
- Firma de Autógrafos, "Julio Nava".
- Desfile de Moda a cargo de la Agencia de modelaje "Regina Modas"
- Presentación Musical, "Julio Nava"

Entrada Libre

www.feriaempresarial.com

Fuente: Feria Empresarial 2012

3.3. INSTITUCIÓN DE MODA SELECCIONADA

"Regina Modas" es un referente de modas en la ciudad de Popayán, su fundadora Alba Regina Fernández ha sido reconocida como la gestora de grandes eventos de moda en la región, a través de su tienda Regina Modas, comercializa Ropa para mujer, con diseños exclusivos para diferentes ocasiones.

Hay que destacar que la trayectoria de Alba Regina le da la experiencia necesaria para participar en la organización de desfiles de moda para la ciudad de Popayán, siendo ella administradora de Empresas, quien en sus inicios vendía la ropa a domicilio, consolidando posteriormente una tienda de ropa, y después de 24 años, con el apoyo de Claudia Patricia Ruge (modelo profesional) consolida la marca Regina Modas en la región, la cual contribuye en la formación de modelos y de ropa para jóvenes y damas.

La tienda Regina Modas queda ubicada en la Carrera 8 No. 3- 60 en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia. Su teléfono de contacto es (57) (2) 8240833

3.4. PRESUPUESTO

Lo recursos para el desarrollo del día de la moda fueron autogenerados, es decir, a través, de diferentes patrocinadores:

Tabla 5. Presupuesto para el Día de la Moda

XI FERIA EMPRESARIAL UNIVERSIDAD DEL CAUCA		
<u>PRESUPUESTO DESFILE DE MODAS</u>		
NOMBRE DEL DISEÑADOR O ALMACÉN	INGRESOS	EGRESOS
Mattelsa	\$ 230.000	
Infashion	\$ 150.000	
Bolsos Yiya Herrera	\$ 80.000	
Naf Naf	\$ 200.000	
Pilatos	\$ 200.000	
Americanino	\$ 200.000	
Tennis		
Instituto Sandra Urbano	\$ 200.000	
Musa y Canela	\$ 200.000	
Diana Diseñadora	\$ 200.000	
Pili y Pala*	0	
Daniella Vinasco Ocampo(Vestidos de baño)*	0	
Subtotal	\$ 1.660.000	
Patrocinios conseguidos		
Gestar Pharma	\$500.000	
Corrales y peroles	\$200.000	
Arinsa	\$600.000	
Maxipan	\$200.000	
Electro créditos Del Cauca	\$150.000	
Subtotal	\$1.650.000	
Total	\$3.310.000	
DETALLE	INGRESOS	EGRESOS
ORGANIZACIÓN EVENTO		\$300.000
PASARELA		\$100.000
MODELOS AGENCIA		\$1.600.000
PRESENTADORA		\$ 200.000

COORDINACIÓN DE EVENTOS XI FERIA EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD DEL CAUCA
-VERSIÓN LATINOAMERICANA-



CASA CARPA CERRADA		\$120.000
TARIMA		\$180.000
SUBTOTAL		\$2.500.000
TOTAL	\$810.000	

** No presentan pago por la participación en el desfile, Pili pala patrocino el evento en general y Daniella Viñasco fue la diseñadora invitada de la ciudad de Cali.*

CAPÍTULO IV. PROMOCIÓN DEL EVENTO

La promoción del evento se relaciona exclusivamente con el proceso de moda y parte de las relaciones públicas, donde a través de la feria empresarial los diseñadores y casas de moda participantes se dieran a conocer.

Por tal motivo se utilizó en el desfile de modas la estrategia de «pasarela de moda», con el fin de servir como imagen para los diseñadores (siendo ellos parte del sector textil), promover la compra-venta de los accesorios y ropa que presentan y finalmente para atraer clientes o público a la feria empresarial.

4.1. CANALES DE COMUNICACIÓN

Para definir los canales de comunicación utilizados para el desfile de modas fue necesario establecer los tipos de comunicación que se llevan a cabo en el mundo de la moda:³

- a. *Comunicación estacional: que utiliza instrumentos tales como medios, catálogos, ferias del sector o los desfiles.*
- b. *Comunicación Institucional: de la cual forman parte la esponsorización o los puntos de venta.*
- c. *Comunicación Relacional: que hace alusión al marketing relacional, mailing o el sitio web.*

Claro está, por tratarse de un evento de tipo regional, no se dio un uso estricto de los diferentes tipos de canales de comunicación, pero los medios de comunicación tradicionales en la ciudad fueron: Prensa, revistas, radio, televisión local, medios exteriores e internet.

³ PÉREZ SEOANE, Jesús. QUINTAS FROUFE, Eva. Estrategias actuales de relaciones públicas en el sector textil: Pontus Veteris vs. Pasarela Cibeles. Universidad de Vigo. Vigo, España. Mayo de 2005. Página 2

“El desfile de la moda forma parte clave dentro de las estrategias comunicativas del sector moda. El desfile se ha convertido en una herramienta promocional en donde el público se deja seducir del producto, lo que lleva al éxito de este. Es la forma más efectiva para que el consumidor conozca la marca y sus atributos dentro de cada colección. Al mismo tiempo, el desfile es el momento perfecto para generar una cobertura en medios y una inclinación del público hacia la marca. El desfile de moda es todo un espectáculo, es historia, arte, cultura, cotidianidad, y vida urbana puesta en escena, en este caso en pasarela. Pero a diferencia de otro tipo de espectáculos su fin último de este es generar compra y recordación de marca. Aunque dure poco tiempo, los resultados son duraderos y efectivos”.⁴

Si bien la feria no concentra sus funciones y objetivos en la moda, el desfile de modas se convirtió en una herramienta importante para atraer público diferenciado, que pudo disfrutar de un evento diferente a lo tradicional en las ferias que se presentan en la ciudad.

Figura 16. Promoción del evento Campanario Centro Comercial Popayán



Fuente: Feria Empresarial 2012

⁴ OYAGA RUMIE, Diana. POSADA DIEPPA, Cristina. Trabajo de grado para optar al título de Comunicación Social y Publicidad: Moda se escribe con K. Comunicación Social. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. 2008. Página 32

4.2. INCENTIVAR LA DECISIÓN DE COMPRA

Las acciones que motivan al cliente a inclinarse hacia el uso de los productos presentados en la feria, especialmente aquellos relacionados con el Día de la Moda, dependieron en gran manera de las estrategias promocionales del marketing de la feria, en primer lugar, los relacionados con la asistencia al evento y en segundo lugar, la participación activa de los clientes potenciales de los productos de los diseñadores.

El objetivo propuesto era brindar además de los pabellones y la agenda cultural y académica de la feria, la oportunidad de que el público asistente conociera las tendencias de la moda, y la innovación en cuanto a ropa y accesorios de los diseñadores de la ciudad de Popayán, el desfile de modas, fue la estrategia fundamental para brindar un estímulo adicional al producto con el fin de activar las ventas o generar un plus promocional que repercute como un valor añadido que puede llegar a convertirse en el motivador de la decisión de compra.

El factor usado principalmente para incentivar el acceso a los productos, fue la relación generada entre los(as) diseñadores(as) y los clientes, por tal motivo, se le entregó a los asistentes a la feria los datos de contacto de cada diseñador y de la agencia de modas participante, con el fin de que conocieran de primera mano más acerca de los productos.

El plus promocional del día de la moda fue la presentación musical de “Julio Nava”, su verdadero nombre es Julio Navarrete, quien es un músico caleño más conocido por su trayectoria en la banda Santa Sangre (1996), la cual es una banda pionera del rock colombiano y posteriormente se lanza como solista en el año 2002 hasta la fecha, con amplia trayectoria musical entre sus éxitos están álbumes como “Julio Nava” (2002), “La vida es gratis” (2003), “El Cóndor Fénix” (2012).

De esta forma, se estableció la fórmula que da la estrategia promocional del evento: “Día de la Moda” de la siguiente forma:

Producto + plus promocional + duración anunciada a corto plazo.

Donde,

Producto: Día de la Moda, además del recorrido por los diferentes pabellones de la feria.

Plus Promocional: Presentación musical de Julio Nava.

Duración anunciada: Canales de comunicación de la feria.

CAPÍTULO V. RESULTADOS DE LA PROPUESTA

5.1. DESFILE DE MODAS

Realización del Evento:

El desfile de modas se llevó a cabo a las 04.30 de la tarde, el día 26 de abril y con un éxito rotundo; la gente asistió masivamente al evento, disfrutando del espectáculo y se marcharon con buenas impresiones de las modelos, diseñadores y por supuesto de la feria.

Resultado:

Se cumplieron los objetivos planteados, porque la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas logró vincular gran cantidad de personas, que visitaron la feria empresarial haciendo el recorrido y seguidamente disfrutando del evento de modas, se dieron a conocer la colección de ropa y accesorios de cada uno de los diseñadores y de esta forma apoyar la decisión de compra, se mostraron las nuevas tendencias en el mercado de la moda, el evento se transmitió por los diferentes medios de comunicación. El desfile de modas dejó una ganancia de \$810.000.

Obstáculos:

El evento fue exitoso pero hubo inconvenientes, el desfile duró más tiempo de lo proyectado, por otra parte al momento de hacer la invitación a algunos almacenes de la ciudad no participaron por diferentes motivos, no contaban con presupuesto, otros prestaban la ropa pero sin pagar y otros no tenían la voluntad de hacerlo, por lo tanto, los empresarios deben ser conscientes de que todo beneficio implica un costo, y que para hacer publicidad y vender, necesitan invertir.

Figura 17. Desfile de Modas Casa: Regina Modas

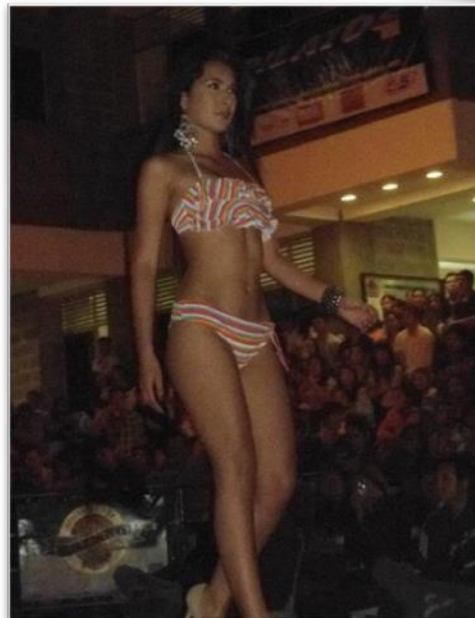




Figura 18. Desfile de Modas Casa: Musa & Canela



Figura 19. Desfile de Modas Nocturno



5.2. PRESENTACIÓN DE JULIO NAVA:

Realización del evento:

La invitación de un artista de reconocimiento nacional e internacional, contribuyó en mejorar la asistencia a la XI Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, además de ofrecer un espectáculo diferente a las ferias que tradicionalmente se realizan en la ciudad.

El artista generalmente para sus conciertos cobra un valor de \$5.000.000 a \$6.000.000 de pesos, pero para el caso de la Feria Empresarial, siendo ésta un evento sin ánimo de lucro y de proyección social de la Universidad y de la ciudad de Popayán, el artista hizo un descuento especial para su presentación.

Resultados:

Gran asistencia al evento.

La innovación al interior de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

Buena impresión de los asistentes y el público en general de la feria.

Buen impacto regional y nacional.

Obstáculos:

La boletería, debido a la entrega de boletas durante el día del evento, por la falta de control en el acceso de las personas y la venta de boletas por parte de personas externas a la organización de la feria.

La planeación estratégica para la entrada al evento no dio buenos resultados, provocando los reclamos de algunos participantes en los stands de la feria

empresarial, debido a que para la entrega de una boleta se requería que la persona entregara dos boletas de asistencia a la feria, incomodando los stands de la feria.

Figura 20. Presentación de Julio Nava



Julio Nava & Directora del Evento Leana Gutiérrez

Público asistente al Concierto Día de la Moda



Julio Nava en Tarima

Julio Nava presentando sus grandes éxitos a los asistentes a la feria



Fernando Alfredo Rodríguez, imitador de Ricardo Arjona

Los Asistentes al concierto disfrutaron con los artistas en tarima



FIRMA DE AUTÓGRAFOS:



Julio Nava con un grupo de fans



Firma de autógrafos



Julio Nava con algunos de sus fans

VI. CONCLUSIONES

La organización de la Feria Empresarial por parte de la Universidad del Cauca, en particular, los estudiantes del programa de Administración de Empresas, permitió que se fortalecieran aspectos inherentes a la teoría administrativa y los procesos en las organizaciones como son: planeación, logística, finanzas, mercadeo, gestión, entre otros, que son relevantes en el ejercicio de la profesión.

El proceso de planeación del evento de moda, contribuyó en el desarrollo de habilidades y competencias necesarias para la administración de empresas, de tal forma que se tienen en cuenta las fortalezas necesarias para organizar un evento de la magnitud de un desfile de modas con diferentes diseñadoras (es) y la consecución de patrocinadores para apoyar el mismo.

Se logró con la feria empresarial, ampliar la base de datos de empresarios y empresas de la región y nacionales, además de contar con personas interesadas, en los productos (bienes y servicios) de muchas esas empresas.

El proceso de promoción del día de la moda, obtuvo mayor acogida por la realización del concierto de Julio Nava y el acompañamiento de Fernando Rodríguez.

La invitación de diferentes patrocinadores permitió que la feria contara con el apoyo en diferentes sectores, el evento de moda, de esta forma se convirtió no sólo en un referente publicitario, sino en un aspecto logístico importante para apoyar los eventos culturales de la feria.

VII. RECOMENDACIONES

La continuidad del día de la moda en la feria empresarial, ayuda a pensar que es importante que se sigan realizando este tipo de eventos en la ciudad de Popayán, porque puede ser un factor que dinamice la economía en el sector textil y comercial de ropa y accesorios. Siendo una herramienta fundamental para atraer turistas y empresas, cumpliendo así con la proyección social universitaria.

Se debe hacer un control de las salidas de cada diseñador, esto por factores como el tiempo, clima, cansancio de modelos y los asistentes, iluminación o preparación de la pasarela.

Además, controlar las salidas para la presentación que realiza cada diseñador(a), es importante por el tiempo de duración del desfile, porque para el caso de la XI FERIA EMPRESARIAL, el mismo tuvo un lapso mayor del que se había planeado, haciendo que el desfile se ampliara en horas de la noche, y la parte logística del evento no tenía la preparación adecuada para la pasarela ni para la carpa.

Otro factor importante, es que el camerino de las modelos no contaba con la adecuada ventilación y comodidad para los mismos, así dificultó bastante la salida para cada pasarela y el descanso entre cada uno de los desfiles.

Las salidas en la pasarela por cada diseñador debe establecer hasta un máximo de doce (12) salidas, de esta forma, el desfile no se extiende más allá del tiempo previsto. También se puede diseñar la posibilidad de establecer la pasarela por varios días con el fin de que haya un tema de moda diferente para cada día de la feria.

La realización de eventos culturales y musicales, debe contar con la planeación estratégica para la entrega de boletas, control de seguridad de los asistentes, control del número de personas que ingresan y salen al evento, control médico. Porque para la XI FERIA EMPRESARIAL hubo inconvenientes con la boletería de los conciertos realizados ya que se presentaba venta de boletas por fuera de la organización de la feria empresarial.

La Coordinación de eventos como una de las áreas de la feria, debe contar en todas las etapas de la feria, con la participación y el trabajo en equipo de todas las áreas que se generan para la organización de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

Se debe tener en cuenta como primer paso para la realización de eventos de moda definir qué agencia participa en la organización de la pasarela, debido a que existen actores (diseñadores, modelos, marcas) que solamente trabajan para alguna agencia en particular. Porque en un principio se había planeado trabajar con la agencia «One», pero hubo inconvenientes que impedían la norma realización del evento, así que se cotizo con la agencia de modelos «Models», pero era muy costoso y por lo tanto, se trabajó con la casa «Regina Modas» quien ofreció un menor precio y además de eso un excelente trabajo.

Los cambios de agencia ocasionaron problemas porque algunas marcas participantes en el desfile al explicarles el cambio decidieron retirarse, entonces los participantes se reducían y la coordinación de eventos debía retomar el proceso de invitar a nuevos almacenes y diseñadores al evento.

Se deberían realizar eventos que establezcan programas dirigidos a todas las personas, es decir, eventos para jóvenes, para adultos e incluso adultos mayores, con este fin el nicho de mercado se amplía y se diversifica siendo algo positivo para la feria empresarial que se organiza en la Universidad del Cauca.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ❖ ¿Por qué los desfiles de modas son parte esencial de la industria del vestido? Publicado en 2011. Selecciones México. Obtenido en marzo de 2012 en http://mx.selecciones.com/contenido/a2093_por-que-los-desfiles-de-modas-son-parte-esencial-de-la-industria-del-vestido
- ❖ Feria Empresarial Universidad del Cauca- Portal Web. [En línea]. <http://www.feriaempresarialunicauca.com/index.php/2-uncategorised>
- ❖ GÓMEZ DE LA IGLESIA, Roberto. Colección Atalaya No. 43. Publicación en línea. [<http://www.conexionesimprobables.com/>]. Enero de 2011. Consultado en junio de 2012.
- ❖ MEDELLÍN CIUDAD CLÚSTER. Organizadores de Ferias. Inversiones y Negocios Europa- América, s.l. Cámara de Comercio de Medellín para Antioquía. Alcaldía de Medellín: Medellín Obra con Amor. Medellín, Colombia. Publicado el 07 de septiembre de 2011. [Publicación en línea]. http://www.camaramed.org.co:81/mcc/sites/default/files/doc_digital/anexos/2011/Sep/Organizadores_de_Ferias_Internacionales.pdf
- ❖ OYAGA RUMIE, Diana. POSADA DIEPPA, Cristina. Trabajo de grado para optar al título de Comunicación Social y Publicidad: Moda se escribe con K. Comunicación Social. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. 2008. 132 páginas
- ❖ PÉREZ SEOANE, Jesús. QUINTAS FROUFE, Eva. Estrategias actuales de relaciones públicas en el sector textil: Pontus Veteris vs. Pasarela Cibeles. Universidad de Vigo. Vigo, España. Mayo de 2005. 10 páginas
- ❖ RODRÍGUEZ RAMÍREZ, Catalina. Informe de Practica Empresarial: X Feria Empresarial “Hagamos Negocios”. Administración de Empresas. Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Universidad del Cauca. Popayán, Colombia. 2010.
- ❖ SAGUSTUME, Magdala. Manual para Organizadores de Ferias. Programa Promoción de la Microempresa. Pequeña y Mediana empresa en Guatemala. Cooperación Técnica Alemana. Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH. Guatemala. 62 páginas. [Publicación en línea]. <http://es.scribd.com/doc/39931272/Guia-Para-Organizar-Ferias>