

**DIRECCION DE LOGÍSTICA  
XII FERIA EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
“Cauca: Territorio de Oportunidades”**



**JULIAN ALFREDO CONCHA LOPEZ  
25011089**

**PRÁCTICA PROFESIONAL PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
POPAYÁN  
2014**

**DIRECCION DE LOGÍSTICA  
XII FERIA EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
“Cauca: Territorio de Oportunidades”**



**JULIAN ALFREDO CONCHA LOPEZ**

**25011089**

**ASESOR DE PRÁCTICA PROFESIONAL  
FRANKLYN MOSQUERA PISSO**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
POPAYÁN  
2014**





## TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE GRÁFICOS .....	7
LISTA DE TABLAS .....	8
INTRODUCCIÓN .....	9
1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO.....	10
1.1 PROBLEMATIZACIÓN .....	10
1.1.1 Descripción del problema.....	10
1.1.2 Formulación del problema.....	11
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	11
1.3 OBJETIVOS.....	11
1.3.1 Objetivo General .....	11
1.3.2 Objetivos Específicos .....	11
2 CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA .....	12
2.1 MARCO TEÓRICO .....	12
2.2. MARCO REFERENCIAL .....	18
2.3. MARCO CONCEPTUAL .....	19
3 CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA.....	24
4 DESARROLLO DEL TRABAJO.....	28
4.1. Etapa Pre-Feria .....	29
4.1.1. Planificación de la Coordinación logística .....	30
4.1.2. La Organización de la Logística .....	36
4.1.3. Conclusiones del proceso de Logística .....	37
4.2. ETAPA DE FERIA .....	38
4.2.1. Etapa de ejecución ocho (8) días antes de realizar la Feria.....	38
4.2.2. Etapa de ejecución de un (1) día previo a la Feria.....	39

4.2.3. Etapa de ejecución durante cada día de la Feria .....	39
4.3. ETAPA POST-FERIA.....	41
4.3.1. Resultados Obtenidos en la Gestión Logística.....	41
4.3.2. Evaluación de Resultados Obtenidos en la Gestión Logística .....	41
5. CONCLUSIONES .....	43
6. RECOMENDACIONES.....	45
BIBLIOGRAFÍA.....	46

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Comité Organizador de la XII Feria Empresarial .....	29
Gráfico 2. Planos del Primer Piso Santo Domingo.....	32
Gráfico 3. Planos del Segundo patio.....	33
Gráfico 4. Planos del Tercer patio.....	33

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Información relacionada con la Feria Empresarial .....	18
---	----



## INTRODUCCIÓN

La Dirección de Logística al interior de la feria, es el área encargada de gestionar las necesidades planteadas en el tiempo de organización de la feria empresarial, además, de prever la cantidad de materia prima necesarios para el normal desarrollo de la feria empresarial, debe realizar un inventario adecuado para planificar los elementos necesarios de alquiler o compra, controlar el estado de los materiales y finalmente organizar y distribuir adecuadamente aquellos elementos de forma equitativa y de acuerdo al plan inicial para la realización del evento.

La logística también determina las necesidades, lugares, tiempos y servicios para la operación normal de la feria empresarial.

El presente informe recopila el proceso de planeación y ejecución de la XII Feria Empresarial desde la Dirección de Logística, considerando tres etapas fundamentales en la preparación de la Feria:

Etapa Pre-feria: Donde se relacionan los pasos, metodología y resultados obtenidos para la feria.

Etapa de Feria: Que involucra el proceso de montaje, inauguración y resultados durante los días de feria.

Etapa Post- Feria: Donde se presentan los resultados obtenidos de acuerdo a la planeación y la evaluación de las diferentes actividades.

Al final, se presentan conclusiones y recomendaciones para tener en cuenta en futuros eventos de feria empresarial.

# 1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

## 1.1 PROBLEMATIZACIÓN

### 1.1.1 Descripción del problema

La Feria Empresarial de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas del programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca, en esta su versión número XII constituye un eslabón importante para el estudiante.

En ella, se relaciona lo teórico con lo práctico, trabajo en equipo, relaciones interpersonales entre compañeros, profesores y con el sector productivo y empresarial de la región. La Feria Empresarial cuenta con un posicionamiento privilegiado y un gran número de expositores y visitantes.

Sin embargo, para esta versión se optó por la regionalización de la feria empresarial debido a esto 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, surge el inconveniente de establecer el mejor método para realizar una buena gestión en el desarrollo logístico de la XII Feria Empresarial, con el fin de que la metodología se traduzca en la adecuada distribución de los servicios de la feria, para que tanto expositores, visitantes, estudiantes, como personal de apoyo, satisfagan sus necesidades y cumplan armónicamente las funciones que les corresponda antes, durante y posterior al evento universitario.

Por tanto, la adecuada gestión de logística para la XII feria empresarial no sólo será el apoyo para desarrollar una feria de calidad sino que se convierte en un proceso importante para posicionar a la Universidad del Cauca en eventos empresariales, y enmarcar a la región como gestora de eventos de carácter internacional.

### **1.1.2 Formulación del problema**

¿Cuáles son las condiciones logísticas óptimas para el desarrollo de la XII Feria Empresarial de la Universidad del Cauca?

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

La dinámica que tiene el desarrollo de la XII Feria Empresarial es diaria y llena de nuevas situaciones por solucionar cada día, la importancia de la gestión en todos sus procesos es indispensable para que la feria corrija la mayoría de problemas que puedan presentar sus clientes y haya un desarrollo integral de los diferentes eventos que se establezcan.

La coordinación de Logística debe darse en un proceso coordinado, donde la comunicación juegue un papel importante que permita la identificación de aspectos positivos y negativos para que la feria empresarial sea la plataforma de proyección que pretende la Universidad del Cauca en su entorno.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

Establecer las condiciones óptimas para el buen desarrollo de la XII Feria Empresarial de la Universidad del Cauca en todo lo relacionado con la coordinación de la logística

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Capacitar y guiar al personal de logística en la ejecución de la feria
- Realizar el monitoreo y evaluación en feria y post feria coordinación logística.
- Definir la mejor ubicación y elaboración de cada uno de los stands de los expositores.
- Gestionar todos los requerimientos técnicos para la ejecución adecuada de la feria.

## 2 CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

### 2.1 MARCO TEÓRICO

#### **Feria Empresarial**

“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.” (OV, 2012)

#### **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.
- Hacer alianzas estratégicas.

#### **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 (JIJÓN PALOMEQUE, 2012):

## OPORTUNIDADES PARA LA REGIÓN

PROMOVER EL DESARROLLO DE LAS MiPyMEs	POSICIONAMIENTO DE UN PRODUCTO	DESARROLLO DE UN SECTOR O VARIOS SECTORES PRODUCTIVOS	RECONOCIMIENTO DE LA REGIÓN O PAÍS ANFITRIÓN
Surgen nuevas ideas de negocios y su implementación. También se fortalecen las existentes	Se fortalece la cadena productiva	Se fortalece la cadena productiva	Personal calificado en la región para la realización 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.” (VARGAS, 2012)

## **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.

*Asumir el reto de ir más allá de nuestro perímetro, articulándonos al desarrollo integral de la ciudad y contribuyendo a la construcción de un futuro mejor para todos, a través de la consolidación de la infraestructura que la ciudad necesita para avanzar exitosamente hacia su transformación en una urbe global.*

*FERIA EMPRESARIAL “Cauca territorio de oportunidades” 2013, es la carta de navegación para el desarrollo de una gran región empresarial, de ferias, eventos y convenciones, que permita fomentar el turismo corporativo como eje de posicionamiento del Departamento, estableciendo las condiciones adecuadas para su desarrollo, para competir con los mejores lugares de Colombia en ferias y eventos de impacto a la comunidad.” (SAGASTUME, 2013)*

## **ORIGEN DE LA LOGÍSTICA: ANTECEDENTES Y LOGÍSTICA MILITAR**

“Prácticamente desde el principio de los tiempos del mundo, los productos que la gente desea o no se producen en el lugar donde se quieren consumir o no están disponibles cuando se desea consumirlos. Por aquel entonces, la comida y otros productos existían en abundancia sólo en determinadas épocas del año. Al principio, la humanidad tuvo que optar por consumir los productos en el lugar donde se encontraban o transportarlos a un lugar determinado y almacenarlos allí para uso posterior.

Como no existía un sistema desarrollado de transporte y almacenamiento, el movimiento de los productos se limitaba a lo que una persona podía acarrear, y el almacenamiento de los productos perecederos era posible solamente un período corto. Este sistema de transporte y almacenamiento obligaba a las personas a vivir cerca de los lugares de producción y a consumir una gama bastante pequeña de productos o servicios. Cuando los sistemas logísticos empezaron a mejorar, el consumo y la producción fueron separándose geográficamente. Las distintas

zonas se especializaron en lo que podían producir más eficientemente. Así, el exceso de producción se pudo enviar de forma rentable a otras regiones y los productos que no se fabricaban en la zona pudieron importarse.

La logística moderna tiene su origen en el ámbito de la ingeniería militar que se ocupa de la organización del movimiento de las tropas en campaña, su alojamiento, transporte y avituallamiento. El Barón de Jomini, teórico militar que sirvió en el ejército de Napoleón I y del Zar de Rusia a principios del siglo XIX, elevó la logística al rango de las tres ramas principales del *Arte de la Guerra* junto a la estrategia y la táctica, según estableció en 1838 en su obra *Précis de l'Art de la Guerre: Des Principales Combinaisons de la Stratégie, de la Grande Tactique et de la Politique Militaire*. Tras la Segunda, los profesionales que habían gestionado la logística militar se incorporaron al mundo empresarial y las técnicas logísticas evolucionaron rápidamente” (ELÍAS & CHAMORRO, 2013)

## **QUE ES LA LOGÍSTICA**

“La logística (del inglés *logistics*) es definido por la RAE como el *conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución*. En el ámbito empresarial existen múltiples definiciones del término logística, que ha evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo del arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información.

La logística es fundamental para el comercio. Las actividades logísticas conforman un sistema que es el enlace entre la producción y los mercados que están separados por el tiempo y la distancia.

La logística empresarial, por medio de la administración logística y de la cadena de suministro, cubre la gestión y la planificación de las actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, manutención y distribución.

El profesor Lambert, integra el término logística en otro más general y la define como la parte de la gestión de la cadena de suministro (*Supply Chain*



*Management (SCM)*) que planifica, implementa y controla el flujo eficiente y efectivo de materiales y el almacenamiento de productos, así como la información asociada desde el punto de origen hasta el de consumo con el objeto de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Según *Council of Supply Chain of Management Professionals, CSCMP* (anteriormente conocido como *Council of Logistics Management, CLM*): «la Logística es aquella parte de la gestión de la Cadena de Suministro que planifica, implementa y controla el flujo -hacia atrás y adelante- y el almacenamiento eficaz y eficiente de los bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen al punto de consumo con el objetivo de satisfacer los requerimientos de los consumidores».

«Logística es la acción del colectivo laboral dirigida a garantizar las actividades de diseño y dirección de los flujos material, informativo y financiero, desde sus fuentes de origen hasta sus destinos finales, que deben ejecutarse de forma racional y coordinada con el objetivo de proveer al cliente los productos y servicios en la cantidad, calidad, plazos y lugar demandados con elevada competitividad y garantizando la preservación del medio ambiente.»

Es una disciplina encargada de gestionar flujos de materia, energía e información; a un sistema que debe proveer los recursos necesarios para prestar el servicio o llevar el producto: en la cantidad requerida, con la calidad exigida, en el tiempo exigido, a un bajo costo y en beneficio de la comunidad social.” (DE OBREGÓN, 2013)

## **OBJETIVOS PRINCIPALES DE LA LOGÍSTICA**

“La misión fundamental de la Logística empresarial es colocar los productos adecuados (bienes y servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a la rentabilidad de la firma

La logística tiene como objetivo la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad. Se encarga de la gestión de los medios

necesarios para alcanzar este objetivo (superficies, medios de transportes, informática) y moviliza tanto los recursos humanos como los financieros que sean adecuados.

Garantizar la calidad de servicio, es decir la conformidad con los requisitos de los clientes, da una ventaja competitiva a la empresa. Hacerlo a costo menor permite mejorar el margen de beneficio de la empresa. Conseguirlo garantizando la seguridad permite a la empresa evitar sanciones pero también comunicar en temas actuales como el respeto del medio ambiente, los productos éticos... Estos tres parámetros permiten explicar el carácter estratégico de la función logística en muchas empresas (la presión del entorno crea la función). Actualmente los Directores de Logística son miembros de los comités de dirección de las empresas y reportan a los accionistas.

Los dominios de responsabilidad de los logísticos son variados: operacionales (ejecución), tácticos (organización de la empresa) y estratégicos (planes estratégicos, prospectiva y responsabilidad y conocimiento.” (DE OBREGÓN, 2013)

## 2.2. MARCO REFERENCIAL

### Aspectos generales de la XI Feria Empresarial

**Tabla 1. Información relacionada con la Feria Empresarial**

<b>INFORMACIÓN</b>	
<b>Localización</b>	Facultad de ciencias contables económicas y administrativas Campus Tulcán
<b>Teléfono</b>	8209800
<b>Página Web</b>	<a href="http://feriaempresarialunicauca.co">http://feriaempresarialunicauca.co</a>
<b>E- mail</b>	emprendimientoces@gmail.com
<b>CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS –CES-</b>	
<b>Teléfono</b>	8209800 Extensión 3108

Fuente: información general XII Feria Empresarial Universidad del Cauca

## **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

### **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 localidad, municipio, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional.

Una feria permite dar a conocer los productos y/o servicios de una localidad, región o país.

### **Objetivos de una feria**

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.
- Hacer alianzas estratégicas.

### **Características de una feria**

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.

### **Oportunidades en 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 observar en las siguientes líneas:

Estas son las oportunidades que ofrece una feria para nuestra región

- Aportes de financiamiento, tecnología y asesoría.
- Lograr alianzas de cooperación entre los actores que promueven un sector.
- Visita de grupos de empresarios a la región.
- Incrementa el uso de los servicios.
- Se promueven a nivel local, regional o internacional
- Apoyos institucionales
- Organización interinstitucional oportunidades para la Región
- Posicionamiento de un producto
- Desarrollo de un sector o varios sectores productivo
- Reconocimiento de la región o país anfitrión
- Surgen nuevas ideas de negocios y su implementación. También se fortalecen las existentes
- Se fortalece la cadena productiva
- Personal calificado en la región para la realización de ferias.

A continuación se presentan las oportunidades que ofrece una feria a los(as) empresarios(as)

### **Iniciar o cerrar un negocio**

Las personas que participan en una feria tienen poder de decisión de iniciar o cerrar negocios.

### **Concentración**

Permiten contactar a un gran número de empresarios en tiempo breve y en un espacio geográfico delimitado.

### **Disposición**

Los visitantes al stand están dispuestos a recibir propuestas de negocios “actitud propicia a la compra”.

### **Reacción de los compradores**

Presenta la posibilidad de conocer la reacción de los visitantes, y obtener una retroalimentación inmediata de información útil para el conocimiento de los potenciales consumidores.

### **Presentación de los productos y servicios**

Permiten la exposición de los productos y/o servicios en una forma real.

### **Captación**

Atraen al cliente potencial más fácilmente, pues se invierte la relación comercial normal, en la cual el vendedor visita al cliente. Se ejecuta una venta personalizada.

### **Identificación de clientes**

Identifican clientes potenciales imposibles de detectar por otros medios.

## **Competencia y análisis del mercado**

Permiten conocer la competencia existente en los sectores económicos de diversos mercados

## **Ahorro de recursos y tiempo**

En un espacio y tiempo reducido es posible realizar un número de contactos que habitualmente llevaría meses. Por lo tanto se reduce el costo.

## **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, sub sector o tema específico. Ejemplo de estas ferias son Feria Estudiantil (feria escolar 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: XII feria empresarial UNICAUCA 2013

- 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.

**LOGÍSTICA EMPRESARIAL:** Es «todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un costo razonable».

### **Objetivos de la logística empresarial**

El responsable logístico de una empresa busca, dentro de los objetivos más generales de ésta, sus propios objetivos funcionales que, básicamente deben servir para llevar a la firma hacia las metas establecidas. En concreto su misión consiste en desarrollar una relación de actividades logísticas capaz de lograr el mayor retorno posible de los fondos invertidos en la empresa.

### 3 CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA

Para el desarrollo de la Práctica profesional: **LA DIRECCION DE LOGÍSTICA EN LA XII FERIA EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA “CAUCA TERRITORIO DE OPORTUNIDADES”** requiere conocer los procesos realizados en las versiones de las ferias anteriores, además del apoyo que puedan ofrecer los profesores de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas referente al área de logística de una feria empresarial en el marco de la comunidad universitaria. El desarrollo de la propuesta se plantea a través de la investigación de información primaria y secundaria que aplique o se encuentre debidamente documentada con el fin de garantizar datos fidedignos y comprobables para el desarrollo del evento, las actividades propuestas para tal fin son los siguientes:

- Recolectar información pertinente al proceso de planeación y ejecución de ferias anteriores
- Recolección de información de empresarios que hayan participado en ferias anteriores
- Recolección de información a docentes, y personas que puedan apoyar la XII Feria Empresarial.
- Recolección de información a visitantes asistentes a versiones anteriores de ferias empresariales de la Universidad del Cauca

Posterior a este ejercicio preliminar de investigación, la metodología de trabajo para desarrollar involucrará las tres etapas de desarrollo de la feria, descritas a continuación:

**ETAPA PRE-FERIA:** Las actividades de recolección de información permitirá la identificación de los procesos y procedimientos de logística establecidos en las versiones de ferias empresariales de la Universidad del Cauca.



Esta etapa incluye el estudio adecuado de distribución, ambientación, ubicación, diseño y elaboración de cada uno de los stands de los expositores y Gestionar el plan de logística tanto en procedimientos de planeación como en procedimientos de ejecución de la feria, algunas de las actividades que se pretenden realizar son:

- Gestionar ante todas las dependencias de la Universidad todo el apoyo técnico y logístico que requiere la feria empresarial.
- Prever los requerimientos técnicos necesarios para el buen funcionamiento del evento, y establecer los elementos a utilizar
- Presentar propuestas tentativas de la distribución de la planta física recorrido y evacuación
- Presentar formatos a las diferentes áreas de la feria para agilizar procesos

**ETAPA DE FERIA:** Involucra la dirección y el manejo adecuado de la distribución previa, además de mantener activo el flujo de comunicación de cada área de la feria con el fin de ofrecer servicios de calidad y evitar fallos por falta de coordinación.

Se involucra en esta etapa el control y monitoreo de actividades y la solución eficaz de posibles problemas:

- **Atención a los visitantes.**

La primera etapa al inicio de la feria es la atención de los visitantes que asistirán a la feria. Esta actividad involucra la bienvenida, la recepción, y el trato de los organizadores con los asistentes al evento.

- **Registro de información**

Como parte inicial de la feria, es importante establecer un registro de los visitantes a la misma, ya que de esta manera no solo se mantendrá el orden y el control sobre la cantidad de asistentes, sino que también se contara con datos e

información para realizar posteriores estadísticas de ferias empresariales en la Universidad del Cauca.

- **Entrega de folletos informativos**

Se entregará tanto a visitantes como a expositores un programa de mano el cual ofrecerá la información del recorrido de la feria y la ubicación de los pabellones en donde podrán localizar los diferentes productos y servicios que se expondrán en la feria.

**ETAPA POSTFERIA:** Se relaciona con los resultados obtenidos, la relación de aspectos positivos y negativos, la presentación del informe del área de dirección de Logística, algunas actividades propuestas para esta etapa son:

- Desmontaje del stand
- Envío de productos a destino final
- Informes post feria
- Reunión con el equipo de la feria
- Seguimiento a los contactos de interés
- Envío de correos electrónicos de agradecimiento a empresas vinculadas, expositores y patrocinadores
- Análisis de los resultados de la feria

## **HERRAMIENTAS PARA LA PRACTICA PROFESIONAL**

Algunas herramientas que serán utilizadas en el desarrollo de la propuesta son:

**Check List:** La lista de chequeo, implica para la feria el control de las actividades a cargo de la coordinación y su cumplimiento.

**Entrevista:** Que es una conversación entre una o varias personas, para obtener información relacionada con la feria empresarial, y la gestión logística

**Hoja de Control:** sirve para reunir y clasificar las informaciones según determinadas categorías, contribuye en el proceso de logística para clasificar la información necesaria para las diferentes etapas de la feria empresarial, así como para la identificación de posibles fallas y encontrar la solución de manera eficiente.

**Just In Time:** La cual es una herramienta para la entrega efectiva de los productos (bienes y servicios) y permite la toma eficiente de decisiones relacionadas con las estrategias que se quieren implementar y las actividades para desarrollar. “Lo que hoy es táctico mañana puede ser estratégico”.

**Logística:** es definida como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, para la feria empresarial consiste en encontrar la metodología adecuada para una excelente distribución de los expositores y la organización adecuada de los diferentes eventos para la feria.

## 4 DESARROLLO DEL TRABAJO

El proceso inicial de investigación de las diferentes versiones empresariales desarrolladas fue de vital importancia para comprender de manera acertada la Dirección logística de la feria empresarial de la Universidad del Cauca.

La información obtenida y su respectivo análisis se desarrollaron a través de la recolección primaria y secundaria, a través de herramientas como la entrevista no estructurada **-Ver Anexo A-**, debido a que el público a quién se dirigía la investigación no tenía datos precisos respecto al desarrollo de la feria o ferias en las que participó, también se desarrolló el análisis documental, que constituyó el punto de partida en la organización de la Dirección Logística, aunque no existen muchos documentos fuente de la feria empresarial se tuvieron en cuenta los informes feriales de la IX versión, X Versión y XI versión de la feria empresarial, los cuales fueron organizados como prácticas empresariales o pasantías del programa de Administración de Empresas.

Posteriormente, se organizó la Dirección Logística de la Feria Empresarial con base en la propuesta metodológica como fueron:

- **ETAPA PRE-FERIA**
  
- **ETAPA DE FERIA**
  
- **ETAPA POST-FERIA**

Además, se debe tener en cuenta que antes del funcionamiento del área de logística, se establecieron funciones para cada área que conformaba la Feria Empresarial:

**Gráfico 1. Comité Organizador de la XII Feria Empresarial**



Todas las áreas deben tener una interrelación directa con el área de logística puesto que esta se encarga de procesar toda la información de las diferentes áreas y así tener certeza de todos los requerimientos necesarios para cumplir con los objetivos propuestos

#### **4.1. Etapa Pre-Feria**

La etapa de la Pre-Feria involucra a tres procedimientos claves para el buen desarrollo de la Feria:

#### **4.1.1. Planificación de la Coordinación logística**

El desarrollo de la planeación se estableció considerando aspectos como: la magnitud de la feria que fue de carácter regional, el impacto que se pretendía que era desarrollar una feria de calidad para posicionar a la Universidad del Cauca en eventos empresariales, y enmarcar a la región como gestora de eventos de carácter internacional, el lugar escogido para desarrollarla fue la Facultad de Derecho de la Universidad del Cauca siendo un sitio clave para la buena asistencia de visitantes por su ubicación y por antecedentes de ferias anteriores, recordando que la feria en su ejecución inicial se proyectaba para los días 7 y 8 de Noviembre de 2013 pero que por motivos externos a la organización de la feria, como fue el caso de las protestas estudiantiles adelantadas se tomó la decisión de dividir la feria en dos fases, la primera fase que fue la académica se realizó el 7 y 8 de noviembre de 2013 y la fase comercial o de exposición se realizó el 12 y 13 de diciembre de 2013. A pesar de todos los inconvenientes, la planeación logística a pesar de los cambios logró ajustarse y mejorar sustancialmente, en todos los aspectos: técnicos, de personal operativo y participantes. **–Ver Anexo B. Cronograma de Actividades–**

##### **4.1.1.1. Proceso de planificación**

El paso fundamental para organizar el lugar de la XII Feria Empresarial fue solicitar a la oficina de planeación de la Universidad del Cauca, los planos del edificio Claustro Santo Domingo con el fin de detallar los lugares potenciales de acceso del personal, ubicación de los empresarios y visitas de los clientes, de tal forma que las dificultades que se pueden presentar al interior de un evento fueran identificadas y clasificadas.


**Lógica del recinto:** La distribución de los espacios para la ejecución de La Feria Empresarial se dividió por pabellones, para destacar los diferentes servicios ofrecidos, y hacer una diferenciación de productos para que los clientes estuvieran más cómodos durante su visita al evento.

**Planos:** Como se especificó, la oficina de planeación facilitó los planos de la Facultad de derecho de la Universidad del Cauca, considerando que la mejor opción era acondicionar un espacio por stand de 2.20mts x 1.50mts ubicados en los corredores del claustro santo domingo en el patio comercial (patio 1) acondicionamos 50 stands, para el patio de proyectos (patio 2) acondicionamos 23 stands y para el patio gastronómico (patio 3) se acondicionaron 11 stands par un total de 84 stands

No obstante, se buscó la vinculación y asesoramiento de los profesores de la facultad de diseño de la universidad del cauca siendo el profesor Rafael Sarmiento y el profesor Javier García las personas encargadas de diseñar toda la ambientación del claustro y la elaboración de toda la parte publicitaria de la XII feria empresarial así como los recorridos por los diferentes patios para generar un flujo adecuado tanto de expositores como organizadores y visitantes. Para el primer día de feria se estableció que la entrada al claustro iba a ser libre es decir a voluntad del visitante (sin recorrido establecido) pero debido a sugerencias de algunos expositores; para el segundo día de feria se diseñó un recorrido lo cual obligaba al visitante hacer el recorrido completo en todo el claustro y así observar todos los stands, siendo la entrada por la iglesia Santo Domingo

## Gráfico 2. Planos del Primer Piso Santo Domingo



### DISTRIBUCIÓN DE PLANTA STANDS XII FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA PRIMERA PLANTA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
50	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <b>Patio 1 Comercial</b>                      2.20 mts x 1.50 mts                 </div>														16
49															17
48															18
47															19
46															20
45															21
44															22
43															23
42															24
41															25
40	39	38	37	36	35	34	33	32	31	30	29	28	27	26	

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 3. Planos del Segundo patio**

	16	15	BANOS		14	13
17	PATIO 2 Proyectos 2.20mts x 1.50mts					12
18						11
19						10
20						9
21						8
22						7
23						6
	1	2	3	4	5	

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 4. Planos del Tercer patio**

P	8	9	10	11	
	PATIO 3 Gastronómico 2.20mts x 1.50mts				1
					2
					3
					4
P	7	6	5	BODEGA	

Fuente: Elaboración propia

Los planos fueron modificados para la mejor ubicación de los stands, además para realizar la explicación al equipo de logística, los expositores y mejorar el control en la llegada y salida de los empresarios en cada una de las fechas de la feria

Los pabellones se dispusieron como: comercial, proyectos, y gastronómico  
Para cada uno de los patios se imprimen pendones con el nombre de cada pabellón, y para cada stand una impresión con el logo de la empresa y el nombre de la empresa

**Elaboración de Stands:** Se establecieron las medidas en cada uno de los corredores, con el fin de hacer el cálculo para determinar el número de stands por corredor, considerando que la mejor medida para un stand sería de 2.20 mts X 1.50 mts., puesto que esta es la medida estándar de la mesas que utilizamos para la elaboración de los stands, con estas medidas no quedaba ningún espacio vacío en la distribución de la planta, además de un sondeo que se realizó a expositores nos dimos cuenta que este espacio era suficientemente cómodo para exponer sus productos.

Cada Stand constaba de dos (2) mesas marca Rimax, dos (2) sillas Rimax, Un (1) mantel, una (1) instalación eléctrica con toma corriente de dos salidas, un (1) pendón con el nombre de la empresa marcación del respectivo espacio del stand, y conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica (Wi-Fi).

Se realizó la impresión de 50 fotografías (archivos de los profesores de diseño) para la ambientación del recorrido de la feria estas fueron enmarcadas en los marcos de los separadores propiedad de centro de Estudios y Servicios (CES) esto con la ayuda de algunos estudiantes voluntarios de la facultad de artes

#### **4.1.1.2. Gestión de logística.**

Se estableció un convenio con la Industria Licorera del Cauca para el préstamo de una (1) tarima, sonido para los eventos de la feria, y tres (3) carpa

**Equipos de comunicación:** Correspondiente a un proceso importante para la comunicación del equipo de la feria, la gestión para la consecución de equipos se realizó con Manos de Oro: Diez (10) radio teléfonos,

Al interior de la Coordinación de logística y seguridad se elaboraron y entregaron cartas de invitación para brindar tranquilidad a la hora del evento en las siguientes instituciones: Comando de Departamento de Policía Cauca, Defensa Civil Colombiana, Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Popayán y Cruz Roja Colombiana Seccional Cauca.

El apoyo y la vinculación de la Cámara de Comercio del Cauca para la feria empresarial consistió que dicha entidad nos suministró todas las mesas y las sillas necesarias para acondicionar todos los stands a cambio de 10 stands ubicados estratégicamente en el recorrido de la feria, y un salón acondicionado con 16 mesas con sus respectivos manteles y 32 sillas.

**Transporte:** La movilización de implementos y lo correspondiente al traslado de vallas, tarimas, mesas, sillas, mobiliario y demás, se realizó con el apoyo del área de transporte de la Universidad del Cauca y el préstamo del camión, además del transporte particular contratado por los organizadores de la feria

**La elaboración de agendas** se logró con la imprenta de la universidad, la elaboración de 100 agendas las cuales fueron repartidas a todos los expositores teniendo esta información importante de la feria.

La difusión publicitaria que se realizó en este proceso fue la contraprestación con publi-empresas la cual nos editó un video publicitario que fue difundido en 20 colectivos de transporte público que se movilizan dentro de la ciudad, publicidad en los principales diarios, y publicidad radial en la emisora de la policía nacional y la emisora de la Universidad del Cauca

La empresa solución textil patrocinó 10 camisas para los jefes de cada área y 50 camisetitas para todas las personas del voluntariado debidamente estampadas con la marca de la XII versión de la feria.

**La Coordinación de logística**, estableció estrategias para trabajar con los profesores de la facultad de diseño, personal encargado de la ambientación del claustro además encargados de la creación de la marca de la feria.

El trabajo con los profesores de diseño gráfico nos facilitó la creación de un ambiente agradable durante el recorrido de la feria la imagen de los pendones de los pabellones, la señalización de recorrido y salidas de emergencia.

La gestión con el administrador del edificio don Juan Bautista Moreno fue muy importante puesto que nos dio la ubicación de las áreas en donde teníamos que abastecer de electricidad los stand la ubicación de toda la publicidad en el edificio, puesto que en este claustro es imposible utilizar las paredes para pegar o clavar avisos publicitarios.

Para las redes eléctricas de cada stand se tuvo en cuenta, un tomacorriente con enchufes de dos salidas y se tomaron como base los tomacorrientes de la Facultad acondicionándolos por un técnico contratado por los organizadores de la feria, debido a la cantidad de stand fue necesaria la compra de cable y de tomacorrientes los cuales se diseñaron en ramales de 10 salidas para evitar sobrecalentamientos.

#### **4.1.2. La Organización de la Logística**

El proceso de organización contó con la participación del Comité designado para la Feria Empresarial, donde todas las áreas participaron activamente en el montaje de los respectivos pabellones, se destaca la participación de las personas de Práctica empresarial del programa de Administración de Empresas.

Las funciones que se designaron fueron:

- Cargue y descargue de mesas, sillas, separadores, manteles, tarima, vallas, carpas, arme y desarme de la tarima.

- Montaje para el armado de los stands, y montaje de toda la ambientación que fue la suspensión de los marcos de las fotografías sobre las vigas el recorrido de los pabellones, las carpas, y la tarima.
- Designación del personal en los pabellones, considerando que haya un buen flujo de personas y para que las personas hicieran todo el recorrido, además de entregar información y realizar el control de entrada y salida de visitantes.
- Designación de la manejo de los refrigerios para el personal de la Feria Empresarial.
- Designación de personas para el manejo de inventarios.
- Designación de personas para la seguridad durante el evento.

#### **4.1.3. Conclusiones del proceso de Logística**

La previsión es muy importante para la organización de una feria empresarial, como se define en un concepto acertado de previsión: “La palabra previsión de prever: (ver anticipadamente), implica la idea de anticipación de acontecimientos y situaciones futuras, que la mente humana es capaz de realizar y sin la cual sería imposible hacer planes. Por ello la previsión es base para la planeación. La previsión es un concepto de la planeación que define las condiciones futuras de un proyecto y fija el curso concreto de acción a seguir.”

Es decir, que la previsión de eventos como los que sucedieron en la misma fecha de realización de la feria 2013 permitió mejorar la logística para el aplazamiento de la fase comercial de la feria, donde la misma improvisación se enmarcaba dentro de la planeación de la Coordinación de Logística

Se puede creer que la logística corresponde a procesos solamente de instalación, montaje y desmontaje de stands y pabellones, no obstante, la feria empresarial demuestra que al interior de la coordinación de logística, el servicio de atención al

cliente es muy importante, porque la entrevista directa con los potenciales expositores permitió que se concretaran acciones para la ubicación de stands en la facultad, además los mismos clientes ayudaron en el desarrollo de ideas que serían claves para el proceso de la feria. De esto, es importante anotar que las diferentes coordinaciones o áreas de la feria además de la disposición de trabajo, necesitan de una oficina para la atención de los clientes.

Todas las coordinaciones de la feria necesitan contar con un buen proceso de comunicación y transmisión de información, de otra forma no se podría desarrollar un buen sistema de operación para la feria empresarial, “considerando que la información complementa la comunicación”.

El trabajo en equipo no sólo para la coordinación de logística sino con todas las coordinaciones, contribuyen en un buen proceso de planeación y establecimiento de cronogramas para la feria empresarial, el apoyo es indispensable para lograr que el evento sea un éxito total.

## **4.2. ETAPA DE FERIA**

Esta etapa se divide en dos:

- La Gestión Logística en el evento académico realizado los días 07 y 08 de noviembre.
- Los procesos de ejecución en la Gestión Logística durante los días de la Feria Empresarial (12 y 13 de diciembre de 2013):

### **4.2.1. Etapa de ejecución ocho (8) días antes de realizar la Feria**

La etapa de ejecución de la feria implica las reuniones diarias para verificar que todo el proceso de planeación de las diferentes coordinaciones avance de acuerdo al cronograma. Además hay que considerar que durante este proceso se designan funciones específicas para la realización del montaje de los pabellones.

Según los conceptos relacionados con la gestión como el conjunto de decisiones y acciones que llevan al logro de los objetivos previamente establecidos en tres niveles:

- a. Gestión Estratégica: Puesta en acción del sistema de finalidades y de las estrategias corporativas.
- b. Gestión táctica: Puesta en acción de las estrategias de las distintas unidades de negocio.
- c. Gestión Operativa: Ejecución de programas, funciones y controles.

Es decir, que la Gestión de la Coordinación de Logística consideró importante desarrollar la administración de las operaciones y la logística sin dejar de lado la táctica y acción durante los días de feria.

#### **4.2.2. Etapa de ejecución de un (1) día previo a la Feria**

Durante un día previo al inicio de la feria se confirma a los expositores que deben instalar sus respectivos stands con todas las cosas necesarias para su presentación, confirmando el inventario total y las necesidades que de “último momento” sucedan:

#### **4.2.3. Etapa de ejecución durante cada día de la Feria**

La Feria inicia con el coctel de apertura, donde se establece la inauguración de la feria empresarial, este fue uno de los eventos más esperados y por tanto correspondió a un gran acontecimiento, en este se invitan a todas las autoridades regionales, sectoriales y nacionales, al sector empresarial y al sector de prensa, también participaron los encargados de la feria y empresarial, y la comunidad universitaria de la Universidad del Cauca.

El papel de la Coordinación logística es muy importante, porque esta área define el lugar más adecuado para la inauguración de la feria, considerando al Paraninfo

como el sitio más propicio para dicho evento, se planeó los lugares de ubicación de los asistentes, considerando si son autoridades, empresarios y Comunidad Universitaria.

También el área de eventos elaboró un programa para el coctel de inauguración de la feria ambientado con un evento cultural no muy extenso, y finalmente un brindis que permitió la comunicación entre los asistentes.

### **Monitoreo de las actividades**

El proceso de planeación implicaba que durante los días de la feria los diferentes expositores contaran con un sistema adecuado para el control de inventarios y manejo de bodega, estableciendo la diferencia de inventarios de los expositores, ya fueran equipos tecnológicos o artesanales, se entregaron fichas de control para el manejo adecuado y controlado, permitiendo mayor eficacia en los servicios y mejor seguridad para los participantes.

Durante la feria, hubo inconvenientes en el recorrido, debido a que en el primer día de feria no se estableció un recorrido si no que las personas entraban libremente esto generó inconformidades con los expositores puesto que los visitantes no hacían el recorrido completo y no pasaban por algunos stands

La coordinación logística controlaba posibles cuellos de botella durante la feria, de esta forma se identificó que el pabellón comercial era uno de ellos, sin embargo, el personal de la feria alcanzó a organizar a las personas asistentes, minimizándolo hasta suprimir este cuello de botella.

Se encontró que los Stands sin participación era mejor quitarlos, de esta forma se mejoró el recorrido y la presentación y promoción de la feria empresarial durante cada día de realización.

La comunicación constante con el personal y los expositores, ayudó a la Coordinación logística a resolver problemas de forma rápida y efectiva.



El cronograma utilizado por la Coordinación de Logística se cumplió satisfactoriamente.

### **4.3. ETAPA POST-FERIA**

#### **4.3.1. Resultados Obtenidos en la Gestión Logística**

El proceso de clausura de la feria empresarial implica el cierre del recinto ferial y de todas las actividades concebidas para la feria.

El desmontaje de pabellones, stands y otros relacionados con el recinto ferial, fue eficiente y puntual a pesar que el día del desmontaje no asistió el grupo completo de voluntarios se logró realizar esta tarea con un poco de inconformidad los pocos que asistieron

De igual forma, el aseo y la entrega del edificio que funcionó como recinto ferial estuvo a cargo de la Coordinación de Logística dejando el claustro en perfecto estado y aseado

Un inconveniente importante fue el incumplimiento de los grupos musicales y artísticos que fue la causa de la cancelación de toda la programación de los eventos culturales

La fortaleza de comunicación entre la Coordinación de Logística y todas las áreas permitió la comunicación telefónica con los expositores agradeciendo su participación en la XII Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

#### **4.3.2. Evaluación de Resultados Obtenidos en la Gestión Logística**

Se había establecido en esta etapa realizar el control de los siguientes resultados:

- a. Número de visitantes a la feria empresarial.
- b. Número de participantes en la feria empresarial.
- c. Cantidad de Negocios Cerrados y proyectos para financiación.

- d. Total de gastos para la realización de actividades, planificadas y ejecutadas.
- e. Premiación a los participantes.

## 5. CONCLUSIONES

Desde la Coordinación de Logística concluyó lo siguiente:

El proceso de planeación de una feria empresarial corresponde al trabajo en equipo de todo el comité organizador de la feria, se estableció que cuando las decisiones eran aisladas del equipo ferial, las decisiones no fueron las mejores y se incurrieron en errores que afectaban no sólo las operaciones normales de la feria sino a todo el personal de la feria empresarial.

Los inconvenientes en el recorrido, fueron mejorados durante la feria a través del plan desarrollado previo a la feria, todo el personal colaboró en el mejoramiento de la logística y se minimizaron los errores y “cuellos de botella” presentados durante el evento.

Las fichas de entradas y salida de inventarios contribuyeron con el mejor y mayor control de los elementos feriales y de los expositores.

Se encontró que los Stands sin participación era mejor quitarlos, de esta forma se mejoró el recorrido y la presentación y promoción de la feria empresarial durante cada día de realización.

Fue importante la comunicación constante con todo el equipo de trabajo y el personal de la feria, porque esto evitaba el estrés, la presión, la desmotivación y otros factores negativos al interior del personal y con los participantes.

El cronograma utilizado por la Coordinación de Logística se cumplió satisfactoriamente.

El proceso de clausura de la feria empresarial implica el cierre del recinto ferial y de todas las actividades concebidas para la feria.

El desmontaje de pabellones, stands y otros relacionados con el recinto ferial, fue eficiente y puntual a pesar que el día del desmontaje no asistió el grupo completo

de voluntarios se logró realizar esta tarea con un poco de inconformidad los pocos que asistieron

De igual forma, el aseo y la entrega del edificio que funcionó como recinto ferial estuvo a cargo de la Coordinación de Logística

La fortaleza de comunicación entre la Coordinación de Logística, permitió la comunicación telefónica con los expositores agradeciendo su participación en la XII Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

## 6. RECOMENDACIONES

Desde la Coordinación de Logística, se realizan las siguientes recomendaciones:

Es necesaria la creación de un fondo puesto que es muy difícil hacer algunas diligencias sin poseer ningún tipo de recurso económico esto genera retrasos en la ejecución de las tareas

Es necesario que haya reuniones periódicas con el equipo de trabajo de la feria empresarial, especialmente para la toma de decisiones.

Hacer estudios previos sobre los posibles cuellos de botella durante la feria empresarial, lo cual ayudará en la mejor ubicación de los stands o pabellones causantes de estos inconvenientes.

Establecer con los expositores las medidas de los stands de la feria, para no causar inconvenientes con la exposición que cada uno de ellos tenga.

Establecer con la coordinación de mercadeo el cronograma de promoción de la feria empresarial para evitar que la misma se acumule causando inconvenientes de falta de publicidad o exceso de inventario publicitario en el recinto ferial.

Aprovechar el acceso a internet para promocionar en diferentes sectores la feria empresarial.

Delegar el manejo de la página web de la feria empresarial a una persona con las habilidades, capacidad y tiempo para atender las diferentes solicitudes.

Conseguir recursos previos a la feria que permitan mejorar las actividades como: llamadas, gestiones de transportes para visitar a posibles patrocinadores y expositores.

Establecer una base de datos del equipo de la feria para tener un buen flujo de información, y en general de comunicación.

## BIBLIOGRAFÍA

- DE OBREGÓN, J. (12 de 06 de 2013). *Logística*. Recuperado el 22 de 02 de 2014, de Expo-Agro-Mexico:  
[http://www.agricultura.com.mx/ExpoAgroMexico/Transporte\\_y\\_Logistica.html](http://www.agricultura.com.mx/ExpoAgroMexico/Transporte_y_Logistica.html)
- ELÍAS, R., & CHAMORRO, M. (20 de septiembre de 2013). *La Logística Empresarial*. Recuperado el 22 de 02 de 2014, de Prezi: <http://prezi.com/rhwwrq8ixshu/copy-of-la-logistica-empresarial/>
- GALVIS HERNANDEZ, M. (2004). *Manual de Logística para Eventos de Capacitación*. (V. y. Ministerio de Ambiente, Ed.) Colombia: Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales.
- GARCÍA SABATER, J. P., & MAHEUT, J. (2012). *Modelos y Métodos de Investigación de Operaciones. Procedimientos para pensar. Modelado y Resolución de Problemas de Organización Industrial mediante Programación Matemática*. m: Grupo de Investigación ROGLE. Departamento de Organización de Empresas.
- JIJÓN PALOMEQUE, Á. S. (12 de 12 de 2012). *Manual para Ferias MIPYME*. Recuperado el 22 de 02 de 2014, de SCRIBD:  
<http://es.scribd.com/doc/55283225/Manual-Para-Ferias-MIPYME>
- LABRADOR ARAUJO, K. (2010). *Crecimiento de Mercados Inclusivos: Estrategias Empresariales para la Superación de la Pobreza y la exclusión en Colombia*. Colombia: Programa de Naciones Unidas para el desarrollo PNUD. Alta Consejería Presidencial para la Acción Social. DNP. Colombia Líder. ANDI. CECODES. Fundación Carolina AVINA. ASHOKA.
- MEDELLÍN, C. C. (07 de OCTUBRE de 2011). *Organizadores de Ferias. Inversiones y Negocios Europa- América*. Recuperado el 22 de 02 de 2014, de [http://www.camaramed.org.co:81/mcc/sites/default/files/doc\\_digital/anexos/2011/SeP/Organizadores\\_de\\_Ferias\\_Internacionales.pdf](http://www.camaramed.org.co:81/mcc/sites/default/files/doc_digital/anexos/2011/SeP/Organizadores_de_Ferias_Internacionales.pdf)
- MONTES, A. (2009). *¡Prepáreme un Informe!*. . España: Emprendedores.Es. .
- NITZAN. (2007). *Manual De Funciones Nitzan Agro Systems S.A*. Esparta Business Answers.

OV, C. (03 de junio de 2012). *Qué es una feria*. Recuperado el 22 de 02 de 2014, de Slideshare: [http://www.slideshare.net/cristina\\_ov/feria-empresarial-13181682](http://www.slideshare.net/cristina_ov/feria-empresarial-13181682)

*Précis de l'Art de la Guerre:Des Principales Combinaisons de la Stratégie, de la Grande Tactique et de la Politique Militaire*. (s.f.).

RODRÍGUEZ, E. (s.f.). *RODRÍGUEZ, Edinson. Tendencias y Nuevos Consejos en Logística*. Colombia: Universidad Piloto de Colombia.

SAGASTUME, M. (20 de 02 de 2013). *Manual para organizadores de ferias*. Recuperado el 22 de 02 de 2014, de Negocios GT: <http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf>

VARGAS, A. (22 de noviembre de 2012). *Feria Empresarial*. Recuperado el 22 de 02 de 2014, de Feria Empresarial 201: [http://feriaempresarial201.blogspot.com/2012\\_11\\_01\\_archive.html](http://feriaempresarial201.blogspot.com/2012_11_01_archive.html)

VELÁSQUEZ CONTRERAS, A. (s.f.). *Modelo de Gestión de Operaciones para PYMES Innovadoras*. Bogotá, Colombia: Revista EAN. Enero-Abril, Número 47. Escuela de Administración de Negocios. Institución Universitaria.

### **Anexo A. Entrevista No Estructurada**

La entrevista no estructurada se realizó con base en la siguiente pregunta:

¿Qué destaca en la organización de la Feria Empresarial en la que participó?



## Anexo B. Cronograma de Actividades de la XII FERIA Empresarial

	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE
<b>ACTIVIDAD</b>											
<b>PRE-FERIA</b>											
Planeación	x	x	x	x	x						
Ubicación	x	x									
Definir stands	x	x	x	x	x	x	x	x			
Identificar tipo de exhibición académica	x	x									
Identificar tipo de exhibición productos	x	x	x	x	x	x	x				
Selección de personal de logística						x	x				
Entrenamiento del personal						x	x				
Ambientación				x	x	x	x	x	x		
Equipos eléctricos				x	x	x	x	x	x		
Iluminación											
Mobiliario necesario				x	x	x	x	x	x		
Actividad académica									x		
Actividad expositiva										x	
<b>EN FERIA</b>											
Montaje de stands										x	
Montaje ambientación									x	x	

Instalaciones eléctricas									x	x	
Manejo de basuras										x	
Publicidad y anuncios										x	
Seguridad de los productos equipos e instalaciones										x	
<b>POST FERIA</b>											
Desmontaje de pabellones										x	
Desmontaje de stands										x	
Entrega del recinto ferial										x	
Carta de agradecimiento a expositores											x
Carta der agradecimiento a voluntarios											x
Información de resultados de feria a expositores											x