

**PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA XIV FERIA EMPRESARIAL DE LA  
UNIVERSIDAD DEL CAUCA “IMPULSANDO EL DESARROLLO REGIONAL”.  
COORDINACIÓN ÁREA DE MERCADEO**



**Universidad  
del Cauca**

**VANESSA ÑAÑEZ BALCAZAR  
JONNATHAN ALEXANDER VALENCIA GÓMEZ  
LUIS OMAR IMBACHI SAMBONI**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
POPAYÁN  
2016**

**PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA XIV FERIA EMPRESARIAL DE LA  
UNIVERSIDAD DEL CAUCA “IMPULSANDO EL DESARROLLO REGIONAL”.  
COORDINACIÓN ÁREA DE MERCADEO**



Universidad  
del Cauca

**VANESSA ÑAÑEZ BALCAZAR  
JONNATHAN ALEXANDER VALENCIA GÓMEZ  
LUIS OMAR IMBACHI SAMBONI**

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

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

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
POPAYÁN  
2016**

## DEDICATORIA

*A Dios, por permitirnos la vida  
y a nuestros padres y  
familiares que por su meritorio  
esfuerzo y constante apoyo,  
hoy, este logro es también es  
de ellos.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecimiento especial a Dios, a nuestros padres, hermanos y demás familiares que nos apoyaron y siempre creyeron en nosotros para alcanzar este logro.

Al programa de Administración de Empresas de la Universidad del Cauca, y en especial a los docentes que contribuyeron a nuestra formación académica y profesional.

A nuestros compañeros de estudio, amigos de la vida y un afectuoso agradecimiento a todos aquellos que conformamos el equipo de trabajo de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

## TABLA DE CONTENIDO

|   | <b>pág.</b> |
|---|-------------|
| INTRODUCCIÓN  | 12          |
| 1 CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA DEL TRABAJO                                       | 13          |
| 1.1 MARCO REFERENCIAL   | 13          |
| 1.1.1 Aspectos generales de la Universidad del Cauca.                         | 13          |
| 1.1.2 Aspectos del Programa de Administración de Empresas.                    | 15          |
| 1.1.3 Aspectos Generales de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. | 17          |
| 1.2 MARCO CONCEPTUAL  | 21          |
| 1.2.1 Emprendimiento y su impacto en el desarrollo.                           | 21          |
| 1.2.2 Ferias Empresariales.   | 23          |
| 1.2.3 Mercadeo.   | 25          |
| 1.3 MARCO LEGAL   | 26          |
| 1.3.1 Normas de carácter Nacional.  | 26          |
| 1.3.2 Normas de carácter Departamental.                                       | 27          |
| 1.3.3 Normas de carácter Municipal.   | 27          |
| 1.3.4 Normas internas de la Universidad del Cauca.                            | 28          |

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 2     | PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA PROPUESTA   | 31 |
| 2.1   | PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN  | 31 |
| 2.1.1 | Descripción del problema.  | 31 |
| 2.1.2 | Formulación del problema.  | 31 |
| 2.2   | JUSTIFICACIÓN  | 32 |
| 2.3   | OBJETIVOS  | 32 |
| 2.3.1 | Objetivo General.  | 32 |
| 2.3.2 | Objetivos Específicos.   | 32 |
| 3     | METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA  | 33 |
| 3.1   | DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA DÉCIMA CUARTA VERSIÓN DE LA FERIA EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA        | 33 |
| 3.2   | IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO EN LA DÉCIMA CUARTA VERSIÓN DE LA FERIA EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA. | 36 |
| 3.2.1 | Publicidad Tradicional.  | 36 |
| 3.2.2 | Relaciones públicas.   | 51 |
| 3.2.3 | Marketing de guerrilla.  | 57 |
| 3.2.4 | Marketing interactivo.   | 60 |
| 3.2.5 | Marketing digital.   | 64 |

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 3.3 | EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE MERCADEO DE LA DÉCIMA CUARTA VERSIÓN DE LA FERIA EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA. | 74 |
| 4   | CAPITULO IV. LECCIONES APRENDIDAS Y CONCLUSIONES DEL TRABAJO   | 82 |
| 4.1 | LECCIONES APRENDIDAS   | 82 |
| 4.2 | CONCLUSIONES   | 83 |
| 5   | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS   | 84 |
|     | ANEXOS   | 85 |

## LISTA DE TABLAS Y FIGURAS

|  | <b>pág.</b> |
|--|-------------|
| <b>TABLAS</b>  |             |
| Tabla 1. Matriz DOFA. ....   | 33          |
| Tabla 2. Actividades de Promoción.....                                 | 34          |
| Tabla 3. Actividad o piezas publicitarias. ....                        | 35          |
| <b>FIGURAS</b>   |             |
| Figura 1. Uso no permitido del escudo de la Universidad del Cauca..... | 29          |
| Figura 2. Colores permitidos por la Universidad del Cauca. ....        | 29          |
| Figura 3. Cartillas Comerciales para patrocinadores. ....              | 37          |
| Figura 4. Tarjetas de presentación. ....                               | 38          |
| Figura 5. Pendón genérico.....   | 39          |
| Figura 6. Pendón de colores. ....                                      | 40          |
| Figura 7. Stand de información Universidad Autónoma.....               | 41          |
| Figura 8. Pendones en el Auditorio Casa de la Moneda.....              | 41          |
| Figura 9. Pendón de Bienvenidos.....                                   | 42          |
| Figura 10. Pendón con la programación.....                             | 42          |
| Figura 11. Pendón entrada Centro de Convenciones.....                  | 43          |
| Figura 12. Serpentina en FCCEA. ....                                   | 44          |

|   |    |
|---|----|
| Figura 13. Afiche de bienvenida para estudiantes. ....                | 44 |
| Figura 14. Afiche de programación. ....                               | 45 |
| Figura 15. Afiche en Cartelera de la Alcaldía de Popayán.....         | 46 |
| Figura 16. Pasacalle en el sector del Colegio Champagnat. ....        | 47 |
| Figura 17. Plegables con información.....                             | 48 |
| Figura 18. Voluntarios entregando plegables. ....                     | 48 |
| Figura 19. Valla ubicada en el sector de Torre Molinos. ....          | 49 |
| Figura 20. Postales de recordación. ....                              | 50 |
| Figura 21. Escarapelas. ....  | 51 |
| Figura 22. Entrevista en la Emisora Unicauca Estéreo.....             | 53 |
| Figura 23. Entrevista por parte de Unicauca Tv.....                   | 54 |
| Figura 24. Entrevista en el programa "En la vía". ....                | 55 |
| Figura 25. Entrevista Proclama del Cauca.....                         | 55 |
| Figura 26. Bienvenidos Rueda de Prensa. ....                          | 56 |
| Figura 27. Rueda de Prensa en el Salón de los Consejos.....           | 57 |
| Figura 28. Orquesta del Ejercito Nacional en el Parque Caldas. ....   | 58 |
| Figura 29. Organizador en medio del Parque Caldas. ....               | 59 |
| Figura 30. Monedas de chocolates de Bienvenida. ....                  | 60 |
| Figura 31. Docente con el Photocall. ....                             | 61 |
| Figura 32 Docente con las paletas de madera. ....                     | 62 |
| Figura 33. Organizador de la Feria en el rompe tráfico.....           | 63 |
| Figura 34. Organizadoras con el Backing de la Feria Empresarial. .... | 64 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 35. Fan Page de la Feria Empresarial. ....  | 65 |
| Figura 36. Perfil Instagram de la Feria Empresarial.....   | 66 |
| Figura 37. Perfil Twitter de la Feria Empresarial. ....  | 66 |
| Figura 38. Formato para conferencias previas al evento. ....   | 67 |
| Figura 39. Plantilla para conferencistas. ....   | 68 |
| Figura 40. Programación Feria Empresarial en Facebook.....   | 68 |
| Figura 41. Plantilla para emprendimientos.....   | 69 |
| Figura 42. Plantilla patrocinadores.....   | 69 |
| Figura 43. Imagen con texto, frase de un Autor Célebre. ....   | 70 |
| Figura 44. Portada para Facebook. ....   | 70 |
| Figura 45. Portada de video promocional para emprendedores. ....   | 71 |
| Figura 46. Portada de video, invitación a ser voluntario en la Feria Empresarial...72                      |    |
| Figura 47. Portada de video, invitación de Carlos Rendón. ....   | 72 |
| Figura 48. Correo enviado por parte de la Feria a los correos institucionales. ....                        | 73 |
| Figura 49. Ganadores concurso Feria Empresarial Unicauca. ....   | 74 |
| Figura 50. Gráfica ¿Cómo se enteró usted de la Feria Empresarial Unicauca? ....                            | 75 |
| Figura 51. ¿Cómo califica usted la comunicación e información recibida? .....                              | 76 |
| Figura 52. Gráfica de ¿Volvería a participar usted en eventos como la Feria<br>Empresarial Unicauca? ..... | 76 |
| Figura 53. Gráfica ¿Recomendaría este evento a otras personas?.....  | 77 |
| Figura 54. Total seguidores en Facebook.....   | 78 |
| Figura 55. Gráfica de personas por género que les gusta la Fan Page.....                                   | 79 |

Figura 56. Tabla de lugares a donde llega la información de la Feria Empresarial.  
.....79

Figura 57. Alcance de la publicidad en Facebook.....80

Figura 58. Perfil en Instagram Feria Empresarial.....81

## INTRODUCCIÓN

La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, es un evento que se ha desarrollado de manera anual, donde por intermedio de sus organizadores, estudiantes del programa Administración de Empresas, busca ser un actor fundamental en el desarrollo económico de la Ciudad de Popayán y el departamento del Cauca. Lo anterior, se fundamenta en la organización de espacios que permitan la muestra de nuevos proyectos, emprendimiento y empresas que le apuestan a un nuevo porvenir dentro del territorio nacional.

Siendo así, este informe, un documento que plasma la coordinación de una de las áreas que hace posible la realización de un evento, como lo es la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. Aquí encontrará el desarrollo del área de mercadeo del evento en mención. Iniciando con un primer capítulo sobre la contextualización de los organizadores, como lo son: la Universidad del Cauca, el programa de Administración de Empresas y la Feria Empresarial.

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

Una vez definido el problema a dar solución, en el capítulo tercero se describe la manera en que se desarrolló y se lograron cumplir los objetivos propuestos para la práctica profesional, realizada en la Feria Empresarial; dejando en conocimiento del lector, el trabajo realizado desde la planeación del evento hasta la respectiva evaluación del mismo.

Finalizando el informe encontrará los aprendizajes y conclusiones obtenidos durante la realización de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, que tuvo como lema “Impulsando el desarrollo regional”, versión que buscó la visualización de los nuevos emprendimientos desarrollados en la ciudad de Popayán y el departamento del Cauca.

# 1 CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA DEL TRABAJO

## 1.1 MARCO REFERENCIAL

### 1.1.1 Aspectos generales de la Universidad del Cauca.

Considerado como el lugar principal donde se desarrollaron diferentes actividades de este trabajo de práctica profesional. La Universidad del Cauca fue creada el día 24 de abril de 1827 mediante decreto y en desarrollo de la Ley del 18 de mayo de 1826, dictada por el presidente de la República Francisco de Paula Santander. Según su naturaleza la Universidad del Cauca es un “ente universitario autónomo del orden nacional vinculado al Ministerio de Educación, con régimen especial, personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera y patrimonio independiente”<sup>1</sup>.

Por tanto, como cualquier tipo de organización, la Universidad del Cauca cuenta con una filosofía organizacional donde se define misión, visión, objetivos, principios y propósitos, los cuales ayudan al funcionamiento exitoso de ésta. Teniendo en cuenta que la misión de una organización se centra en las operaciones actuales, es decir, quiénes son y que hacen, la Universidad del Cauca la define como:

Institución de educación superior pública, autónoma, del orden nacional, creada en los orígenes de la República de Colombia. La Universidad del Cauca fundada en su tradición y legado histórico, es un proyecto cultural que tiene un compromiso vital y permanente con el desarrollo social, mediante la educación crítica, responsable y creativa. La Universidad forma personas con integridad ética, pertinencia e idoneidad profesional, demócratas comprometidos con el bienestar de la sociedad en armonía con el entorno. La Universidad del Cauca genera y socializa la ciencia, la técnica, la tecnología, el arte y la cultura en la docencia, la investigación y la proyección social<sup>2</sup>.

Así como es necesario conocer la razón de ser de la Universidad del Cauca, es importante saber cómo ésta se proyecta a largo plazo, es decir, una expectativa ideal, por tanto define su visión como: “La Universidad del Cauca, fiel a su lema *"Posteris Lvmen Moritvrvs Edat"* (Quién ha de morir deje su luz a la posteridad), tiene un compromiso histórico, vital y permanente con la construcción de una

---

<sup>1</sup> UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Filosofía [en línea]. < <http://www.unicauca.edu.co/versionP/acerca-de-unicauca/filosofia> > [citado en 11 de octubre de 2016]

<sup>2</sup> Ibíd.,

sociedad equitativa y justa en la formación de un ser humano integral, ético y solidario”<sup>3</sup>.

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

- Promover la construcción y desarrollo de una sociedad justa que propicie el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.
- Contribuir a la educación integral de los estudiantes con el propósito de formar ciudadanos capaces de interactuar positivamente en la sociedad bajo principios éticos y democráticos, fundamentados en los derechos humanos.
- Desarrollar planes, programas y proyectos de formación profesional en los niveles de pregrado y posgrado, con altos niveles de exigencia y calidad académica que coadyuven efectivamente al desarrollo sociocultural, científico y tecnológico de la región y del país.
- Adelantar estrategias de coordinación y apoyo interinstitucional, con la finalidad de articular la Universidad a los procesos de apropiación de ciencia y tecnología, desarrollo social, cultural y productivo en el ámbito regional, nacional e internacional.
- Promover y fomentar estrategias de articulación y cualificación académica con los niveles de educación formal, no formal e informal para contribuir con el cumplimiento de los objetivos, propósitos y finalidades de la Ley 115 de 1994.
- Propiciar, incentivar y fortalecer los grupos de investigación y la interacción con pares académicos, con el fin de producir y validar conocimientos específicos de las ciencias, la tecnología, las humanidades, el arte y la cultura, de tal manera que aporten efectivamente a la solución de los problemas del entorno y a mejorar las condiciones de vida.
- Desarrollar proyectos pedagógicos encaminados a la creación y fortalecimiento de una cultura ambiental para la conservación del entorno, así como también del patrimonio cultural e histórico de la región<sup>4</sup>.

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

---

<sup>3</sup> UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Filosofía [en línea]. < <http://www.unicauca.edu.co/versionP/acerca-de-unicauca/filosofia> > [citado en 11 de octubre de 2016]

<sup>4</sup> Ibíd.,

- La convivencia y la tolerancia, necesarios para la consecución de la paz nacional.
- La honestidad y la responsabilidad, dentro de la pluralidad ideológica y el respeto a los derechos individuales y sociales.
- La valoración integral del ser humano, superando toda forma de discriminación e inequidad.
- La libertad y la autonomía, principios esenciales para formar personas capaces de decidir en libertad y con responsabilidad.
- La Democracia y la participación, en el marco de un Estado Social de Derecho que garantice el pleno desarrollo individual y social<sup>5</sup>.

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

- Reafirmar el liderazgo y la proyección de la Universidad en el contexto regional, nacional e internacional.
- Desarrollar planes, programas y proyectos de formación, investigación e interacción con la comunidad, con pertinencia académica y calidad para la excelencia y el mejoramiento continuo.
- Generar las condiciones institucionales para la adopción, adecuación y desarrollo de programas de ciencia y tecnología, con el fin de elevar los niveles de competitividad de sus procesos educativos.
- Consolidar mecanismos de participación democrática en el marco de los principios consagrados por la Constitución Política y la Ley 30 de 1992.
- Liderar procesos de desarrollo socio-cultural, científico y tecnológico, a través del cumplimiento de sus funciones de investigación, formación y servicio comunitario, procesos encaminados a mejorar las condiciones de vida de la población en la región<sup>6</sup>.

### **1.1.2 Aspectos del Programa de Administración de Empresas.**

El 5 de agosto de 1966 es instituida la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, con el fin de cooperar con el desarrollo económico del país. Pretende participar en la formación de profesionales con altas

---

<sup>5</sup> UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Filosofía [en línea]. < <http://www.unicauca.edu.co/versionP/acerca-de-unicauca/filosofia> > [citado en 11 de octubre de 2016]

<sup>6</sup> *Ibíd.*,

capacidades humanas, técnicas e investigativas para dirigir, encauzar y controlar los recursos de los organismos del Estado y las empresas del sector privado en pro del ordenamiento social y económico del país.

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

De acuerdo al documento realizado por el docente Mg. José Reinel Bermeo Muñoz<sup>7</sup>, titulado CREACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA, en cuanto al tema de exigencias sobre cumplimiento de normas de calidad, registros de funcionamiento y reformas al programa, ésta ha tenido varios sucesos importantes como la obtención del Registro Calificado al programa por tercera vez hasta el año 2019, mediante la Resolución 13153 del 16 de octubre de 2012, expedida por el Ministerio de Educación Nacional (MEN) y registrada en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES). Además, mediante la Resolución 2031 del 24 de marzo de 2010 emitida por el MEN le otorga al programa de Administración de Empresas la Acreditación de Alta Calidad por un periodo de cuatro años. Y el 11 de diciembre del año 2015 mediante la Resolución 20141 emitida por la misma entidad se le otorgó la re acreditación de alta calidad para un periodo de cuatro años.

El programa de Administración de Empresas tiene como objetivo general

Aportar a la sociedad personas con alto sentido ético que armonizado a una profunda y constante capacidad de análisis en el proceso permanente de toma de decisiones, coadyuven con claridad al desarrollo de la sociedad, generando bienestar a través de su aporte a las organizaciones, a sus procesos con estrategias válidas y definitivas, y/o también creando empresas que posibiliten la construcción de valor agregado y permitan entregar un importante balance social y económico a los trabajadores, socios, clientes, proveedores y en general al contexto que le rodea<sup>8</sup>.

Asimismo, cuenta con objetivos específicos definidos así:

---

<sup>7</sup> BERMEO, José Reinel. Creación y desarrollo del programa de Administración de Empresas en la Universidad del Cauca. Popayán: 2016. p 4

<sup>8</sup> UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Pregrado. Administración de Empresas [en línea]. <<http://www.unicauca.edu.co/contables/pregrado/administracion-empresas/objetivos>> [citado en 10 de octubre de 2016]

- Formar profesionales con capacidad de profundizar e innovar el conocimiento en diferentes campos de la Administración, y que contribuyan al desarrollo social y económico del país.
- Capacitar al futuro Administrador para identificar, planear, ejecutar y evaluar proyectos en su área, que contribuyan al desarrollo productivo de la región.
- Instruir al futuro Administrador en la formulación y puesta en marcha de nuevas propuestas que fortalezcan el desarrollo académico y los grupos de investigación.
- Desarrollar entre estudiantes, egresados, profesores y otros profesionales el componente humanístico, alrededor de actividades curriculares<sup>9</sup>.

Como información relevante, es necesario mencionar que hasta el primer periodo académico del año 2016 el programa cuenta con 503 estudiantes activos y se han graduado a la fecha 979 Administradores de Empresas; el cuerpo docente está conformada por nueve profesores de planta de tiempo completo, seis profesores ocasionales también de tiempo completo y 15 profesores catedráticos.

### **1.1.3 Aspectos Generales de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.**

Con el fin de cumplir las funciones propias del programa, es obligatorio generar espacios de interacción con el entorno en diferentes dimensiones, y que los mismos estudiantes realicen un contraste entre la fundamentación teórica vista en las aulas de clase con la realidad organizacional, por tal motivo, se desarrollan diferentes eventos anualmente como lo son: Gerenciarte, Tecnoinnovación y La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. Esta última, tiene como objetivo primario “Constituirse en un escenario interactivo entre la academia, la sociedad y el sector empresarial donde se expongan proyectos sociales empresariales y financieros que posibiliten conocer el desarrollo social y económico que se está gestando en la región”<sup>10</sup>.

A continuación se describe de forma resumida las diferentes versiones que se han organizado durante los últimos años, teniendo como base el documento llamado “Feria Empresarial Unicauca: del aula de clases a las organizaciones latinoamericanas” realizado por los estudiantes Andrés Mauricio Garcés y Susan Julieth García. La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca nació en el año 1997, cuando el docente Jorge Enrique Barrera en conjunto con el estudiante Andrés Maya proponen iniciar un evento de corte académico donde los estudiantes pudieran participar en actividades de emprendimiento, mostrando a la

---

<sup>9</sup> UNIVERSIDAD DEL CAUCA. Pregrado. Administración de Empresas [en línea]. <<http://www.unicauca.edu.co/contables/pregrado/administracion-empresas/objetivos>> [citado en 10 de octubre de 2016]

<sup>10</sup> BERMEO, José Reinel. Creación y desarrollo del programa de Administración de Empresas en la Universidad del Cauca. Popayán: 2016. P 4

comunidad su idea de negocio o proyecto, llevando como slogan en su primera versión “Te lo mostrare todo”, contando con 20 stands y realizado en las instalaciones del Campus de Santo Domingo.

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

La III versión fue realizada en el año 2001, dirigida también por el profesor Jorge Tobar teniendo una mejor estructura, organizada por áreas y con tareas definidas previamente con el fin de garantizar un mejor desarrollo del programa. Su slogan fue “Donde se gestan los grandes negocios”, donde se contó con noventa y cinco proyectos. Aquí se define tres pilares fundamentales con los que cuenta la Feria Empresarial: organizadores, expositores y visitantes.

En su IV versión de la feria, el profesor Jorge tobar logro que el evento integrara actores regionales y nacionales, contando con la exposición de 111 proyectos, la vinculación de 69 empresas de la región y el ingreso aproximado de 7.280 personas al campus de Santo Domingo durante dos días.

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

La VI versión estuvo bajo la coordinación de la profesora Yenni Angélica Conde, se realizó durante dos días en el año 2004 y su slogan fue “Escenario de grandes ideas”, donde inicialmente se realizaría en el campus de Santo Domingo pero tuvo que aplazarse tres meses y cambiar de lugar a la Facultad del Carmen, debido a problemas de orden público. En esta versión, se implementó una estructura organizacional con cuatro áreas funcionales: finanzas, técnica, mercadeo y personal, además tres unidades estratégicas: local, nacional y visitantes.

El profesor Miguel Fernando López Calle dirigió la VII versión de la feria en el año 2005 bajo el lema “un espacio para crear futuro”. Igualmente fue realizada en la Facultad de Santo Domingo, donde se brindó un lugar para participar a conferencias de manera simultánea con exposiciones comerciales.

La VIII versión fue realizada en el año 2005 con el lema “Jóvenes con actitud emprendedora”, bajo la coordinación del docente Diego Cáceres. En esta oportunidad la Feria Empresarial se traslada y se realiza por primera vez en las nuevas instalaciones de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. En esta versión se divide por pabellones: A, para aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas; B, para los proyectos de Universidades e Institutos y C, para las comunidades de negocio donde llevan a cabo las muestras; donde el objetivo de esta feria era darle continuidad al estilo de incubadora de empresas.

La versión IX de la Feria Empresarial fue realizada en el año 2008 a cargo del Profesor Cesar Osorio, bajo el lema “Déjese ver, es su oportunidad”, los stands fueron distribuidos para que los asistentes iniciaran el recorrido en la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, y terminara en el Centro Deportivo Universitario (CDU), sin embargo por inconvenientes como el clima, hizo que el número de visitantes disminuyera.

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

En cuanto a la XI Feria Empresarial:

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

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

A pesar de todos los contratiempos por el aplazamiento, cambio de sede y la presión de entrar a competir con los eventos de Semana Santa, se logró ofrecer una

feria que durante cuatro días cumplió con las expectativas de los visitantes, expositores, aliados estratégicos y organizadores extendiendo su impacto al ámbito latinoamericano”<sup>11</sup>.

La XII versión se realizó en el año 2013 en las instalaciones de la Facultad de Santo Domingo, con el slogan “Cauca territorio de oportunidades”, bajo la dirección del docente Franklin Mosquera. Para la cual, los organizadores presentaron como novedad el enfoque regional de dicha Feria Empresarial, por lo que se buscó la participación de empresarios de los diferentes municipios del Cauca.

La Feria Empresarial en su XIII Versión, llevó el lema: “El Cauca un destino por descubrir”, realizada en el año 2014, bajo la coordinación del docente Franklin Mosquera, esta versión conto con el apoyo de la Gobernación del Cauca y la Corporación Mixta de Turismo del Cauca. Esta versión contó con tres componentes principales:

- **Componente Empresarial:** Busca vincular al sector empresarial e industrial del departamento del Cauca al desarrollo del sector turístico como estrategia de desarrollo económico. Este componente contara con la exhibición de proyectos de emprendimiento e ideas de negocio, exposición de los proyectos de regalías, stand para empresas e industrias caucanas y el desarrollo de conferencias internacionales en desarrollo empresarial.
- **Componente Turístico:** Pretende generar conciencia sobre las potencialidades del turismo para el desarrollo del departamento, a través de la proyección de atractivos turísticos caucanos, la realización de talleres de ponentes internacionales especializados gestión empresarial enfocada al turismo y la creación de una zona de interrelación empresarial.
- **Componente Cultural:** Busca posicionar al turismo cultural y el fomento de la cultural como una de las potencialidades de la región, contando con la Exposición “Somos Cauca” del Departamento, el concierto de Los Cantos de la Marimba y del Pacífico Caucano y la exhibición de gastronomía tradicional del Departamento del Cauca<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> GARCÉS QUIRÁ, Andrés Mauricio y ROJAS GARCIA, Susan Julieth. Feria Empresarial Unicauca: Del Aula De Clases A Las Organizaciones Latinoamericanas. Popayán, 2012. 100 h. Trabajo de grado (Administrador de Empresas). Universidad del Cauca. Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas.

<sup>12</sup> PROCLAMA DEL CAUCA. Noticias martes 18 de noviembre de 2014 [en línea]. <<http://www.proclamadelcauca.com/2014/11/todo-listo-para-la-xiii-feria-empresarial-turistica-y-cultural-cauca-un-destino-por-descubrir-en-popayan.html>> [citado en 12 de octubre de 2016]

## 1.2 MARCO CONCEPTUAL

### 1.2.1 Emprendimiento y su impacto en el desarrollo.

La Feria Empresarial en su XIV versión “Impulsando el Desarrollo Regional” brindó un espacio para la visualización de emprendimientos que han venido surgiendo a nivel regional y de esta forma contribuir al fortalecimiento de los mismos. En el siguiente apartado se realiza un acercamiento al concepto de emprendimiento.

*Emprendimiento:* “La palabra “emprendimiento” se deriva del término francés entrepreneur, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo o el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre” (...)<sup>13</sup>.

Sin embargo, con el paso del tiempo, el concepto ha cambiado. Hoy día el término emprendimiento “caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas”<sup>14</sup>.

De acuerdo a las disposiciones generales consagradas en la Ley 1014 de 2016, se define el Emprendimiento como “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad”<sup>15</sup>.

El emprendimiento es un término muy utilizado actualmente que ha venido ganando importancia, debido a la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos. El espíritu emprendedor proviene de aquellas personas que piensan y desean poder independizarse y alcanzar una estabilidad económica; el desempleo y la baja calidad de los empleos que existen son algunos de los factores determinantes para que las personas piensen en

---

<sup>13</sup> RODRÍGUEZ RAMÍREZ, Alfonso. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial, Citado por BARRERA, Eliana y FERNÁNDEZ, Natalia. Emprendedores externadistas (primera parte) En: El Libre Pensador [en línea]. (22 de agosto de 2015). <[http://librepensador.uexternado.edu.co/emprendedores-externadistas-primera-parte/#\\_ftn2](http://librepensador.uexternado.edu.co/emprendedores-externadistas-primera-parte/#_ftn2)> [citado en 10 de octubre de 2016]

<sup>14</sup> *Ibíd.*,

<sup>15</sup> RODRÍGUEZ RAMÍREZ, Alfonso. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial, Citado por BARRERA, Eliana y FERNÁNDEZ, Natalia. Emprendedores externadistas (primera parte) En: El Libre Pensador [en línea]. (22 de agosto de 2015). <[http://librepensador.uexternado.edu.co/emprendedores-externadistas-primera-parte/#\\_ftn2](http://librepensador.uexternado.edu.co/emprendedores-externadistas-primera-parte/#_ftn2)> [citado en 10 de octubre de 2016]

incursionar en el mundo de los negocios y generar sus propios recursos, poder avanzar y tener la posibilidad de pasar de ser empleados a empleadores.

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

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

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

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

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

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

### **1.2.2 Ferias Empresariales.**

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

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

Al planear una feria empresarial se genera nuevas oportunidades de promoción y comercialización; por lo tanto, los organizadores deben tener claro los objetivos que se buscan al generar un espacio para emprendimientos y buscar dar un evento de calidad.

#### **Objetivos de una feria**

- Dar a conocer bienes y servicios exhibidos en la feria.
- Identificar competidores actuales y potenciales.
- Buscar alianzas estratégicas.
- Indagar mecanismos de comercialización.
- Investigar el mercado actual
- Conseguir contactos en un tiempo breve
- Conocer la opinión de los visitantes y empresarios sobre los productos y servicios ofrecidos.

Todo esto nos lleva a que el participante a una feria tiene la oportunidad de realizar un *benchmarking*.

### **Ventajas de una feria**

Teniendo claro la importancia de una feria empresarial, hay beneficios que dejan tanto para el expositor como para el visitante, si se tienen claro objetivos en la participación del evento.

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

La feria, para el desarrollo económico local, es un evento que fomenta el intercambio comercial entre emprendedores de la región, a través, de la exposición de sus productos y/o servicios, buscando dinamizar así la economía; dando a promocionar y fortalecer los emprendimientos que están surgiendo en la región. Debe entenderse estas ferias como un instrumento que fomentan el desarrollo económico.

Lo recomendable para una feria es la diversidad en cuanto a los emprendimientos, para así conocer todos los avances que se están efectuando en la región y, tener ideas creativas en mercadeo, publicidad y otros. Desarrollando de esta manera una buena promoción, una buena asistencia en el evento y mejorar los niveles de competitividad de los emprendimientos.

### 1.2.3 Mercadeo.

El mercadeo o marketing puede ser definido como “un proceso social por el cual tanto grupos como individuos consiguen lo que necesitan y desean mediante la creación, la oferta y el libre intercambio de productos y servicios de valor para otros grupos o individuos”<sup>16</sup>. Para definir este termino de manera más sencilla se puede decir que “el marketing es la administración de relaciones redituables con el cliente”<sup>17</sup>.

Dentro de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, se concibió un proceso importante como lo es el Branding: “proceso de construir una posición favorable dentro de un mercado específico para un producto o servicio de una compañía en las mentes de los consumidores. Las empresas son dueñas de fábricas y marcas registradas, pero en definitiva los consumidores son los verdaderos dueños de las marcas”<sup>18</sup>.

Es así, que dentro de los objetivos que se conciben en una organización y, en especial, desde el área de mercadeo cuando se inmersa en el Branding, está el posicionamiento, definido como una “posición de un producto, es la forma en que los consumidores definen el producto con base en sus atributos importantes; es decir, el lugar que ocupa en la mente de los consumidores, en relación con los productos de la competencia”<sup>19</sup>.

Pero para poder dar a conocer un bien o servicio, y que este en un periodo de tiempo determinado se posicione en la mente de un consumidor, debe existir dentro de la organización un proceso de comunicación de marketing donde “son el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la “voz” de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores”<sup>20</sup>.

Es así como la publicidad juega un papel importante dentro de la comunicación realizada desde el mercadeo, de ahí que este término se pueda concebir como: “Cualquier forma pagada de representación y promoción no personales acerca de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”<sup>21</sup>.

---

<sup>16</sup> KOTLER, Philip y KELLER, Kevin. Dirección de Marketing. 12 ed. México: PEARSON EDUCACIÓN, 2006. p 45

<sup>17</sup> KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Marketing. 14 ed. México: PEARSON EDUCACIÓN, 2012. p 32

<sup>18</sup> ONTIVEROS, Diego. La comunicación de las marcas, branding. 1 ed. Buenos Aires: DIRCOM, 2013. p 66

<sup>19</sup> KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Op. Cit. p 207

<sup>20</sup> KOTLER, Philip y KELLER, Kevin. Op. Cit. p 536

<sup>21</sup> KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Op. Cit. p 436

## 1.3 MARCO LEGAL

### 1.3.1 Normas de carácter Nacional.

La realización de eventos como lo es la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, están regidos por normas nacionales, las cuales regulan su respectiva ejecución, con el fin último de salvaguardar la integridad humana, los derechos de autor y la conservación de los monumentos y/o centro históricos que hacen parte del patrimonio Nacional. Es así, como la circular número 18 del 27 de enero de 2012 señala lo siguiente en unos de sus apartados, con relación al cumplimiento de las normas sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, en lo concerniente a la comunicación pública de obras y presentaciones musicales (...) “En este sentido, es importante precisar que los responsables de eventos públicos (conciertos, festivales, reinados, ferias y similares) donde se pretendan comunicar obras musicales en vivo, se encuentran en la obligación de acreditar ante la autoridad competente la obtención de la autorización y el comprobante de pago por concepto de derecho de autor de los titulares o sus legítimos representantes”<sup>22</sup>. Se hace necesario citar la anterior norma, debido a que en la ejecución de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, se hizo uso de obras musicales para ambientar el recinto y, a su vez, al finalizar, en el mismo se hizo presentaciones musicales.

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

El Código es aplicable al mensaje comercial en su integridad, en contenido y forma, incluyendo en consecuencia todas las palabras y números (escritos y hablados), elementos y presentaciones visuales y auditivas, efectos musicales y de sonido y cualquier material visual y sonoro que se origine en todo o en parte de otras fuentes, que sea utilizado para la promoción de cualquier clase de bienes y servicios, a través de los diferentes medios utilizados para llegar al público<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> COLOMBIA. DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR. Circular 18. (27 de enero de 2012). Orientación para el cumplimiento de las normas sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos, en lo pertinente a la comunicación pública de obras y prestaciones musicales. Bogotá, 2012. p 1-7

<sup>23</sup> COLOMBIA. COMISIÓN NACIONAL DE AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA, CONARP. Artículo 2. Código colombiano de autorregulación publicitaria. Bogotá, 2013.

A lo anterior se expresa también lo siguiente:

La Publicidad Exterior Visual no podrá contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal ni que atenten contra las leyes de la moral, las buenas costumbres o conduzcan a confusión con la señalización vial o informativa. En la Publicidad Exterior Visual, no podrán utilizarse palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el debido respeto a las figuras o símbolos consagrados en la historia nacional. Igualmente se prohíben las que atenten contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos<sup>24</sup>.

Es así como la Feria Empresarial para su respectiva ejecución de sus actividades de comunicación en la XIV versión, actuó bajo la normatividad vigente de carácter Nacional, evitando malos señalamientos y/o perjuicios a la imagen de la Universidad del Cauca.

### **1.3.2 Normas de carácter Departamental.**

Para el orden departamental no hay norma que rijan directamente para el uso de espacios relacionados con actividades propias de mercadeo, pues se conciben las de carácter nacional, que en el ítem inmediatamente anterior se trató.

### **1.3.3 Normas de carácter Municipal.**

En el perímetro urbano de la ciudad de Popayán, se deben considerar los respectivos permisos de uso de suelo para poder disponer de espacios públicos, en los cuales, se pueda desarrollar las actividades de mercadeo en lo que respecta a la promoción, en este caso para la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. Se debe señalar lo siguiente sobre la reglamentación de la PUBLICIDAD VISUAL EXTERIOR Y LOS AVISOS PUBLICITARIOS DEL MUNICIPIO DE POPAYÁN, en su ARTICULO TERCERO “No está permitido colocar avisos bajo las siguientes condiciones: a) Los avisos volados salientes de la fachada. b) Los que sean elaborados con pintura o materiales reflectivos. c) Los pintados o incorporados en cualquier forma a las ventanas o puerta de la edificación. d) Los adosados o suspendidos en antepechos al segundo piso, y e) Los que no se encuentran adscritos dentro del artículo 1 del Presente Decreto”<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup> COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 140. (23, junio, 1994). Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional. Diario oficial. Bogotá, 1993.

<sup>25</sup> POPAYÁN. OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN. Decreto 20141900002395. (03, marzo, 2014). Por el cual se expide la reglamentación referente a la PUBLICIDAD VISUAL EXTERIOR Y LOS AVISOS PUBLICITARIOS EN EL MUNICIPIO DE POPAYÁN, y se toman otras disposiciones. Popayán, 2014. GOT-119. p 1-13

Además, en su ARTÍCULO TRECE dice lo siguiente respecto a los pasacalles, pieza publicitaria utilizada en la Feria Empresarial “Pasacalles o Pasavías. Deberán cumplir con las siguientes características: a) Deberán ser elaborados en telas o materiales similares y perforados de tal manera que permitan la libre circulación del aire. b) Entre uno y otro deberá existir una distancia mínima de cien (100) metros. c) Deberán estar instalados a una altura única de cinco (5) metros, con relación al nivel de la calzada”<sup>26</sup>.

Continuando con el Decreto Municipal, mencionado en el párrafo anterior, en su ARTÍCULO VEINTITRES señala:

Publicidad. No se permitirá la colocación de propaganda política, publicidad de eventos, afiches, pendones, pasacalles y vallas en todo el Sector Antiguo de Popayán. La colocación de lábaros será permitida para eventos especiales previa solicitud escrita a la Oficina Asesora de Planeación Municipal para el plazo y permiso de instalación.

No se permitirá la ubicación de pendones, o afiches colgados sobre las fachadas, o colgados a balcones, ventanas, dinteles, cornisas, aleros y otros<sup>27</sup>.

Es así, que para la ejecución de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, en su XIV versión, se hace el debido acatamiento de las normas municipales y, para su respectivo permiso de espacios públicos se envió a la Oficina Asesora de Planeación Municipal un oficio, especificando el total de pasacalles con su dirección definida que se iban a instalar.

#### **1.3.4 Normas internas de la Universidad del Cauca.**

Al interior de la Universidad del Cauca existe un documento que hace referencia al uso de la imagen corporativa (MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA UNIVERSIDAD DEL CAUCA), aspecto que compete al área de mercado de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca; en este, especifica la manera en que se debe usar los respectivos emblemas del Alma Mater, como son: la bandera y el escudo. Para este informe se tendrá solamente presente el Escudo, emblema utilizado en las diferentes piezas publicitarias realizadas para la promoción de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

---

<sup>26</sup> POPAYÁN. OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN. Decreto 20141900002395. (03, marzo, 2014). Por el cual se expide la reglamentación referente a la PUBLICIDAD VISUAL EXTERIOR Y LOS AVISOS PUBLICITARIOS EN EL MUNICIPIO DE POPAYÁN, y se toman otras disposiciones. Popayán, 2014. GOT-119. p 1-13

<sup>27</sup> *Ibíd.*, p 10

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

Uso No permitidos



**Figura 1. Uso no permitido del escudo de la Universidad del Cauca.**

Fuente: Manual de Identidad Corporativa Universidad del Cauca.

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

Correspondencias de Color

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



**Figura 2. Colores permitidos por la Universidad del Cauca.**

Fuente: Manual de Identidad Corporativa Universidad del Cauca.

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

## **2 PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

### **2.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **2.1.1 Descripción del problema.**

La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca es un evento organizado por estudiantes y profesores del programa de Administración de Empresas. Esta feria nació en el año de 1997, y desde su creación hasta el momento de realizar este trabajo se han desarrollado trece (13) versiones, cada una con su respectivo enfoque y lema establecido. Según informes de la feria empresarial del año 2012 y 2013, el evento se realizó continuamente en las instalaciones de la Universidad del Cauca; sin embargo, la décimo tercera versión marcó un hito relevante, se decide “sacarla” del campus universitario y llevarla a un nuevo escenario, el centro de convenciones Casa de la Moneda, a fin de establecerse como un evento de carácter regional.

La décimo tercera versión se denominó “El Cauca, un destino por descubrir”. Contó con la alianza de la Gobernación del Cauca, la Corporación Mixta de Turismo y Cotelco. En esta versión se congregaron alrededor de 8000 personas, quienes visitaron los expositores que se concentraban alrededor del sector del turismo.

Para el segundo semestre de 2015 se esperaba la ejecución de la que sería la décimo cuarta versión de la Feria Empresarial, versión que tuvo que ser aplazada, dado que en el transcurso de su realización no se logró contar con los recursos monetarios y de talento humano necesarios para su desarrollo. Teniendo en cuenta que la Feria Empresarial es uno de los eventos más importantes de la Universidad del Cauca, se ve necesario realizar la décimo cuarta versión, que busca ser el evento donde las ideas de negocio y emprendimientos de la ciudad de Popayán y el departamento del Cauca puedan ser visibles por sus mercados y proyectarse a nivel regional.

#### **2.1.2 Formulación del problema.**

¿Cuáles son las estrategias de mercadeo necesarias para desarrollar la décimo cuarta versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca?

## 2.2 JUSTIFICACIÓN

Para entender la importancia del área de mercadeo dentro de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, es necesario retomar una definición dada por la AMA (American Marketing Association) “Marketing es una función organizacional y un conjunto de procesos para generar, comunicar y entregar valor a los consumidores, así como para administrar las relaciones con estos últimos, de modo que la organización y sus accionistas obtengan un beneficio”<sup>28</sup>. Con lo anterior, podemos entrever que el mercadeo dentro de la décima cuarta versión, busca no solo ofertar beneficios que ayuden a los emprendimientos, a la academia, a la comunidad en general, sino también, crear una relación de confianza con los mismos, a través de la visibilidad que se le otorga al evento de manera previa y posterior a su ejecución. Es por eso que el Mercadeo se convierte en un área importante y vital para el evento, es gracias a esta y a sus respectivas actividades, con las que el público objetivo podrá visualizar e informarse de lo que se está realizando al interior de la misma.

## 2.3 OBJETIVOS

### 2.3.1 Objetivo General.

Coordinar el área de mercadeo de la Décima cuarta versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca “Impulsando el Desarrollo Regional”; a realizarse en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda de la ciudad de Popayán.

### 2.3.2 Objetivos Específicos.

- Diseñar estrategias de mercadeo para la décima cuarta versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.
- Implementar estrategias de mercadeo para la décima cuarta versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.
- Realizar una evaluación una vez terminadas las actividades de mercadeo de la décima cuarta versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

---

<sup>28</sup> AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. Definición de marketing [en línea]. <<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>> [citado en 13 de octubre de 2016]

### 3 METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA

#### 3.1 DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA DÉCIMA CUARTA VERSIÓN DE LA FERIA EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA

Para el desarrollo de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca se realizó de manera previa un diagnóstico, permitiendo conocer el estado actual del evento y, con ello, se inició junto con los integrantes del equipo de mercadeo el diseño de las estrategias que se abordaron para la realización de dicha versión.

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

Tabla 1. Matriz DOFA.

| VARIABLES INTERNAS   | VARIABLES EXTERNAS   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li> <b>Fortalezas</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajo en equipo</li><li>• Talento humano comprometido</li><li>• Curva de aprendizaje</li></ul></li><li> <b>Debilidades</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de recursos</li><li>• Rotación del personal</li><li>• Falta de alianzas estratégicas</li></ul></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li> <b>Oportunidades</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Auge de emprendimientos</li><li>• Nuevas tecnologías de información</li><li>• Localización de la feria</li></ul></li><li> <b>Amenazas</b><ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollo de ferias afines</li><li>• Déficit presupuestal en entidades públicas.</li><li>• Cambios climáticos</li></ul></li></ul> |

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

empresarios, emprendedores, academia (docentes y estudiantes) y sociedad en general.

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

### Actividades de Promoción

Tabla 2. Actividades de Promoción.

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Publicidad Tradicional</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartillas comerciales</li> <li>• Tarjetas presentación</li> <li>• Pendones</li> <li>• Serpentina</li> <li>• Afiches</li> <li>• Pasacalles</li> <li>• Plegables</li> <li>• Valla</li> <li>• Postales</li> <li>• Escarapelas</li> <li>• Perifoneo</li> </ul> |
| <b>Marketing Digital</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenido multimedia</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• E-mail marketing</li> </ul>  |
| <b>Relaciones Públicas</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio</li> <li>• Tv regional</li> <li>• Rueda de prensa</li> </ul>   |
| <b>Marketing de Guerrilla</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flashmob</li> <li>• Monedas de bienvenida</li> </ul>   |
| <b>Marketing Interactivo</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Photocall</li> <li>• Paletas en madera con emojis</li> <li>• Rompetrafico</li> <li>• Backing</li> </ul>  |

Una vez definida la estrategia de mercadeo a desarrollar, junto con las actividades de promoción concebidas y sus respectivos medios, se decide después de una sesión grupal del área de mercadeo detallar la cantidad de las actividades y piezas publicitarias a materializar. Los siguientes datos son diseñados tomando como referencia el informe de la XIII versión de la Feria Empresarial del año 2014.

**Tabla 3. Actividad o piezas publicitarias.**

| <b>ACTIVIDAD O PIEZA PUBLICITARIA</b> | <b>CANTIDAD</b> |
|---------------------------------------|-----------------|
| Cartillas comerciales                 | 250             |
| Pendón Institucional Feria            | 1               |
| Adecuación Photocall y Paletas        | 1               |
| Diseño y colocación Serpentinatas     | 1               |
| Placas para nombre                    | 15              |
| Valla promocional instalada           | 1               |
| Cuñas radiales                        | 3               |
| Flashmob                              | 1               |
| Vinilo para Rompetrafico              | 1               |
| Plegables tamaño media carta          | 6000            |
| Afiches 50cm x 35cm                   | 1000            |
| Afiches de bienvenida                 | 20              |
| Pasacalles 7m x 80cm                  | 5               |
| Pendones 2m x 1m con estructura       | 4               |
| Postales de recordación 15cm x 13cm   | 10000           |
| Backing 3m x 2,5m                     | 1               |
| Rueda de prensa                       | 1               |
| Perifoneo                             | 1               |
| Pendones sin estructura 2m x 1m       | 2               |
| Lona Banner 2,3m x 2,3m               | 1               |
| Lona Banner 4m x 10m                  | 1               |
| Escarapelas tipo evento               | 180             |
| Tarjetas de presentación              | 100             |
| Monedas de bienvenida                 | 180             |

Las actividades planeadas de promoción dirigidas al público en general y la academia se concretaron para ser desarrolladas faltando aproximadamente un mes a la realización del evento, todo esto con el fin de generar mayor retención. Hay que aclarar que la publicidad dirigida a los emprendimientos y empresas se realizó con tres meses de antelación al evento, dado que estos últimos fueron quienes apalancaron la financiación del evento en unas dos terceras partes, siendo estos, a su vez, los actores principales de la Feria.

El costo total de las actividades de promoción dentro de la estrategia intensiva de penetración de mercado y desarrollo del mercado, planeadas para la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca fue de un promedio de seis millones quinientos mil pesos moneda corriente (\$6.500.000.00).

### **3.2 IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO EN LA DÉCIMA CUARTA VERSIÓN DE LA FERIA EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA.**

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

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

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

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

#### **3.2.1 Publicidad Tradicional.**

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

Para la divulgación de información relevante de la XIV versión de la Feria Empresarial, se utilizaron diferentes formas de publicidad tradicional, las cuales se describen a continuación:

- Cartillas comerciales para patrocinadores

Fue el primer diseño que se realizó, ya que era de gran importancia vincular patrocinadores al evento con el fin de apalancar los diferentes gastos que como

Feria se iban a tener. Describía de forma detallada los planes que podría acceder como patrocinador, además, qué beneficios iban a obtener como publicidad en redes sociales, publicidad en medios impresos, uno o varios stands de dimensión definida previamente, mención en tarima, entre otros. Su diseño y producción fue realizada en la última semana de julio con el fin de que el área comercial empezara su entrega de manera formal a las diferentes empresas. Se produjeron 250 cartillas en total para entrega a patrocinadores.



**Figura 3. Cartillas Comerciales para patrocinadores.**

Fuente: Área de mercadeo XIV versión Feria Empresarial Unicauca.

- Cartillas para emprendimientos

Al igual que la cartilla anterior, también fue uno de los primeros diseños que se realizaron ya que la razón de ser de la Feria Empresarial son los emprendimientos. Por tal motivo, se realizó de manera en que éstos pudieran participar con precios razonables, condiciones excelentes en cuanto a los stands y un trato especial por parte del equipo organizador, donde se les ofrecía asistir a diferentes talleres previos para su formación, certificados como expositores de la XIV versión de la Feria Empresarial, entre otros.

Con el fin de que su divulgación fuera rápida y a una gran cantidad de emprendimientos, se manejaron de manera digital, donde el área de comercial se encargó del contacto, envió de la cartilla y vinculación al evento. (Anexo 1.)

Las dos formas mencionadas anteriormente, fueron propuestas y evaluadas por el equipo organizador de la XIV versión de la Feria Empresarial, ya que contenían información relevante del evento en cuanto a precios, distribución, stand, entre otros; los cuales son de gran importancia tanto para el área logística como comercial.

Las siguientes formas de publicidad tradicional que se utilizaron en esta versión, fueron discutidas por el equipo de mercadeo y, por ende, los diseños fueron propuestos por los mismos.

- Tarjetas de presentación

El equipo organizador de la Feria Empresarial fue invitado como expositor al “Décimo octavo encuentro colombiano de apicultores y el I encuentro Caucano” realizado en El Centro de Convenciones Casa de la Moneda de la Ciudad de Popayán, entre el 11 y 13 de agosto de 2016. Por lo tanto, el área de mercadeo diseñó unas tarjetas de presentación con los contactos de la Feria Empresarial y durante esos días se estuvo recibiendo a los asistentes, brindándoles información y, de igual manera, tomando contactos de los demás expositores que se encontraran interesados en participar de la Feria de la Universidad del Cauca. Asimismo, las tarjetas se entregaron en diferentes ocasiones a las personas que necesitaban tener los contactos móviles, e incluso la Fan Page de la feria.



**Figura 4. Tarjetas de presentación.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

- Pendones

Para la realización de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca se diseñaron diferentes tipos de pendones, con el fin de cumplir una función informativa. Además, se utilizaron de manera estratégica en las diferentes actividades que el grupo organizador programó para la visualización de dicho evento.

- ✓ Pendón genérico.



**Figura 5. Pendón genérico.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

En primera instancia se diseñó para ser utilizado en el encuentro de apicultores, donde fue invitada la Feria Empresarial como expositor, después se ubicó en la entrada de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, como fuente de información de la feria para estudiantes, docentes y administrativos interesados. Por último, estuvo expuesta constantemente en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda durante los días del evento. Se diseñó de tal manera que fuera un pendón genérico para ser utilizado en las próximas versiones de la Feria Empresarial, sus dimensiones fueron de 1mt x 2mts.

- ✓ Pendones de cuatro (4) diferentes colores



**Figura 6. Pendón de colores.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Se diseñaron y se tuvo impresos una semana antes de los eventos previos de divulgación importantes a la realización de la Feria Empresarial, como fueron: la Rueda de Prensa en el salón de Los Consejos de la Universidad del Cauca y para el Flashmob realizado en el Parque Caldas de la ciudad de Popayán. Se mandaron a producir en total cuatro (4) pendones de dimensiones de 1mt x 2mts. De color naranja, verde aguamarina, azul oscuro y rojo. Además, se utilizaron en la Universidad Autónoma para brindar información a los estudiantes, docentes y administrativos, en un stand facilitado por la misma Institución. Se exhibieron también en los diferentes eventos dentro de la Feria Empresarial, como: el coctel de inauguración, el día de la apertura oficial, las conferencias, eventos culturales y en el cierre del evento.



**Figura 7. Stand de información Universidad Autónoma.**  
Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.



**Figura 8. Pendones en el Auditorio Casa de la Moneda.**  
Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

✓ Pendón de Bienvenidos

En la entrada de la XIV versión de la Feria Empresarial se ubicó este pendón de dimensiones 2,3mts. x 2,3mts. Para incentivar el ingreso de las personas al Centro de Convenciones Casa de la Moneda y, de igual manera, con un fin informativo. Su diseño y producción se realizó días previos al evento.



**Figura 9. Pendón de Bienvenidos.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

✓ Pendón con la Programación

De igual manera, la programación de la XIV versión de la Feria Empresarial se diseñó en un pendón, con el fin de brindarles información a los visitantes y a quienes se encontraban cerca del Centro de Convenciones Casa de la Moneda.



**Figura 10. Pendón con la programación.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

✓ Pendón en la entrada del Centro de Convenciones

Este Pendón de dimensiones 4mts. x 10mts. Se instaló en la entrada del Centro de Convenciones días previos a la Feria Empresarial, sin embargo, por motivos climáticos el pendón no pudo utilizarse para cumplir su función de promoción.



**Figura 11. Pendón entrada Centro de Convenciones.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

- Serpentina

Fue una idea del área de mercadeo para darles la bienvenida a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Asimismo, se pretendía generar expectativa respecto al evento. El letrero decía “FERIA EMPRESARIAL 2016” y se ubicó en el segundo piso de dicha facultad, por ser un evento creado orgullosamente por y para estudiantes del programa de Administración de Empresas.



**Figura 12. Serpentina en FCCEA.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

- Afiches de bienvenida para estudiantes



**Figura 13. Afiche de bienvenida para estudiantes.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

De igual forma, este afiche fue diseñado la primera semana de agosto de 2016, se pretendía ser ubicado en cada salón de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, brindándoles la bienvenida al nuevo semestre del segundo periodo del año 2016, y también para informarlos sobre la Feria Empresarial en su XIV versión. Sin embargo, se logró solamente la ubicación de estos afiches en las carteleras informativas de la facultad debido a la autorización del Decano.

- Afiche de Programación



**Figura 14. Afiche de programación.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Se mandaron a producir 1.000 afiches de dimensiones 50cms. x 35cms. Con la programación de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, donde se encontraba de manera detallada los conferencistas de carácter nacional e internacional, los temas a tratar y la fecha, también se mencionaba quienes organizaban, quienes apoyaban y quienes patrocinaban el evento.



**Figura 15. Afiche en Cartelera de la Alcaldía de Popayán.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Toda esta cantidad de afiches fueron ubicados de manera estratégica por toda la ciudad, en locales e instituciones del centro histórico, en las instalaciones de los patrocinadores, en las carteleras de las diferentes Facultades de la Universidad del Cauca (Ingenierías, Medicina, Artes, entre otras), e incluso en diferentes universidades y colegios de la ciudad de Popayán. Con la ayuda de los voluntarios esta actividad fue más fácil de realizar.

- Pasacalles

Fueron diseñados cinco (5) pasacalles donde se le brindaban información relevante de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca. Previamente a su instalación, se tuvo que sacar un permiso a la Alcaldía, quien es la encargada de brindar la autorización para el uso de espacio público. Después fue necesario mandar a producir los pasacalles a una empresa de publicidad y que ellos mismos se encargaran de su debida instalación en los lugares permitidos por la Oficina Asesora de Planeación, los cuales fueron:

- ✓ Carrera 9 con calle 26 Norte frente a Salesianas
- ✓ Carrera 9 frente al Sena Norte
- ✓ Transversal 9 frente al Éxito del terminal
- ✓ Carrera 9 con calle 6 Norte frente al Champagnat
- ✓ Carrera de 17 frente a Maxihogar de la Chirimía

El documento donde se encuentra la respectiva autorización por parte de la Oficina Asesora de Planeación de la Alcaldía de Popayán se puede consultar en la sección de anexos. (Anexo 2.)



**Figura 16. Pasacalle en el sector del Colegio Champagnat.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Debido al trámite que se tuvo que realizar en la Alcaldía de Popayán y también a la tercerización en cuanto a la producción e instalación de los pasacalles, solo estuvieron exhibidas a la ciudadanía dos semanas antes a la Feria Empresarial.

- Plegables con información del evento

El proceso de diseño de los plegables fue complejo, ya que se requería de toda la información por parte del área de Talento Humano en cuanto a conferencistas, eventos culturales, entre otros. Además, era importante confirmar con anticipación a los patrocinadores más representativos, los cuales, aparecerían en esta pieza publicitaria. Por tanto, el martes 13 de septiembre se tenían 6.000 plegables por doblar y repartir antes de la realización de la Feria Empresarial. Con ayuda de los demás miembros del equipo organizador y voluntarios, ese mismo día se empezaron a entregar a los estudiantes de las facultades y, también, en diferentes eventos como fue la Rueda de Prensa, el Flashmob y dos días previos a la Feria en la salida del Centro Comercial Campanario y en el almacén Éxito Panamericana, donde hay bastante flujo de personas.



**Figura 17. Plegables con información.**

Fuente: Área de mercadeo XIV FERIA EMPRESARIAL Unicauca.



**Figura 18. Voluntarios entregando plegables.**

Fuente: Área de mercadeo XIV FERIA EMPRESARIAL Unicauca.

- Valla Sector Torre Molinos

Fue necesario hablar con la persona encargada de otorgar el permiso de uso de la Valla ubicada en el sector de Torre Molinos, la jefe de comunicaciones de la Universidad del Cauca, la señora Martha Pilar Campos. La autorización de este espacio duró hasta días después de realizada la Feria Empresarial, con el compromiso de brindarle a la Universidad un stand para exponer sus proyectos durante los días de Feria dentro del Centro de Convenciones Casa de la Moneda. Por tal motivo, se diseñó una valla con dimensiones de 4mts. x 12mts. El material de impresión fue en vinilo, evitando así su posible robo. La producción e instalación la realizó la empresa contratada por la misma Universidad del Cauca.



**Figura 19. Valla ubicada en el sector de Torre Molinos.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

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

- Postales de recordación



**Figura 20. Postales de recordación.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

La utilización de las postales que fueron diseñadas para ésta versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca tuvieron tres fines: el primero, fue una forma de recordación acerca del evento para aquellos asistentes; la segunda, fue un mecanismo de contabilización de personas que ingresaron al Centro de Convenciones Casa de la Moneda durante los días 21, 22 y 23 de septiembre y por último, una forma de exposición para los aliados estratégicos y patrocinadores más importantes de la Feria. Por lo tanto, se diseñaron cuatro (4) tipos de postales, cada una con diferentes imágenes del centro histórico de la ciudad de Popayán, de dimensiones 15cm. x 13cm. Y la cantidad total de postales que se mandaron a hacer gracias a la vinculación de la Alcaldía fue de 10.000 unidades. Cada una de estas postales, se entregaron en la entrada principal de la Feria Empresarial.

- Escarapelas

Las escarapelas que se utilizaron para la realización de la Feria Empresarial en su XIV versión fueron de tipo evento, es decir de 10cms. x 15 cms. Las cuales fueron entregados a cada uno de los conferencistas con su respectivo nombre, a los voluntarios, expositores de emprendimientos y patrocinadores, con el propósito de brindar identificación dentro del Centro de Convenciones Casa de la Moneda.



**Figura 21. Escarapelas.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

- Perifoneo

Para informar del evento y cumplir con la asistencia de público prometida por parte de los organizadores de la Feria Empresarial a sus expositores, se contrató el servicio de perifoneo durante los días jueves 22 y viernes 23 de septiembre, en horas pico o de mayor flujo vehicular, es decir, de 6:00 a 8:00am, de 12:00 a 2:00pm y de 6:00 a 8:00pm; en diferentes lugares de la ciudad de Popayán como Centro Comercial Campanario, La Esmeralda y por toda la Autopista Norte hasta llegar al Sena Norte.

### **3.2.2 Relaciones públicas.**

Hace referencia a la gestión de comunicación entre una organización y la comunidad. En este caso específico era de vital importancia que el equipo organizador de la Feria Empresarial utilizara diferentes espacios o medios como lo son la radio y la televisión para dar a conocer e informar a las personas sobre el evento, además, de realizar una Rueda de Prensa donde se pudiera interactuar y conocer a fondo los objetivos, organizadores, aliados y patrocinadores de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

- Radio

Fue el canal de comunicación más utilizado por el equipo organizador de la Feria Empresarial, donde se tuvo la oportunidad de asistir a diferentes emisoras para

cumplir con la función de informar y de igual manera persuadir a las personas para asistir al evento. Por lo tanto, se visitaron las siguientes emisoras:

✓ Unicauca Estéreo (104.1 FM)

En primera instancia, la emisora de la Universidad del Cauca abrió sus puertas para que los organizadores pudieran tener un espacio cada martes y jueves en horas de la mañana (7:00 a 8:00 AM), en el programa radial llamado “La Franja”, donde se exponía acerca de un tema en específico en cuanto a conferencias, talleres, maneras de vinculación al evento, entre otros. Desde la semana del 15 de agosto del 2016 hasta los días previos a la Feria, se realizaron diferentes entrevistas, inclusive los periodistas del programa “La Franja” tuvieron la oportunidad de entrevistar en los días de la Feria a los conferencistas nacionales, Irene Tirado-Roy y Carlos Rendón. Asimismo, semanas antes de la Feria el equipo de mercadeo asistió al programa “Diálogos”, entrevista pregrabada donde se preguntó acerca de los inicios de la Feria Empresarial, como han evolucionado sus versiones con el paso de los años y cuál fue el enfoque en su última versión.

✓ Radio Súper Popayán (1070 AM)

Como uno de los más importantes patrocinadores en esta versión, abrieron diferentes espacios para la socialización del evento los días previos y asimismo transmisión en vivo durante los días de la Feria Empresarial.

✓ Emisora del Ejército Nacional (95.1 FM)

La III división del Ejército Nacional con el Programa “Fe en Colombia”, fue el principal apoyo que tuvo la Feria Empresarial en su XIV versión. Por tal motivo, fue importante que se pudiera comunicar a la comunidad de oyentes que ellos manejan todo lo relacionado al evento, donde los organizadores hablaron de la Feria y el Mayor Peñaranda pudo contar acerca de su programa y de la alianza que se hizo para la ejecución de la Feria Empresarial.

Días previos al evento y gracias a la colaboración de la división de comunicaciones de la Universidad del Cauca, se pudo realizar un recorrido de medios, donde las diferentes emisoras de la ciudad de Popayán invitaron al equipo organizador de la Feria a participar en sus programas. Las emisoras fueron:

- ✓ Radio 1040 AM
- ✓ Caracol radio
- ✓ RCN básica



**Figura 22. Entrevista en la Emisora Unicauca Estéreo.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

- Televisión

Por otra parte, la televisión estuvo presente semanas antes y los días de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, donde se pudo visualizar la calidad de eventos que son organizados por estudiantes del Programa de Administración de Empresas.

- ✓ Unicauca TV

Como un espacio para que la comunidad estudiantil pueda expresarse y contar acerca de los eventos que se realizan dentro de la Alma Mater, la Universidad del Cauca brindó la oportunidad para que los organizadores pudieran contar en televisión acerca de la Feria Empresarial. Se realizó en los días previos con el fin de que las personas pudieran tener proximidad al evento y asistir a él. Se realizaron varias entrevistas y publicaciones acerca de la Feria Empresarial como se señala a continuación:

- La entrevista se realizó el 2 de septiembre de 2016, y salió al aire el día 6 de septiembre del presente año; donde se tocaron temas propios de la Feria Empresarial.



**Figura 23. Entrevista por parte de Unicauca Tv.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

- La segunda entrevista fue realizada el día de la Rueda de Prensa, saliendo al aire el día 20 de septiembre de 2016 donde se entrevistó de manera exclusiva al Coronel German Alfonso Parra Castellanos, quien habló acerca del programa “Fe en Colombia” y de su participación en la XIV versión de La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.
- La tercera entrevista fue realizada a la conferencista Irene Tirado-Roy, quien habló acerca de la propiedad intelectual, propiedad industrial y secreto empresarial. Salió al aire el día 23 de septiembre de 2016.

✓ Notivisión en el programa “En La Vía”

La entrevista fue realizada el 25 de agosto de 2016 a dos de los organizadores de la Feria Empresarial. El programa se transmitió en vivo en horas de la noche por el canal Notivisión, en la frecuencia 75 en TV análoga y 104 en TV digital.



**Figura 24. Entrevista en el programa "En la vía".**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Tanto Notivisión como Unicauca TV realizaron entrevistas a los emprendimientos durante los días de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

✓ Periódico Virtual Proclama del Cauca

El jueves 22 de septiembre de 2016 en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda, fue entrevistado uno de los organizadores de la Feria Empresarial por el periódico virtual Proclama del Cauca, exponiendo la importancia de realizar este tipo de eventos para los nuevos emprendimientos que buscan una visualización de sus productos.



**Figura 25. Entrevista Proclama del Cauca.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

- **Cuñas radiales**

Aproximadamente durante el mes de agosto y de septiembre de 2016, estuvieron rodando cuñas radiales de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, donde se describía de forma breve datos importantes del evento en cuanto lugar, fecha, conferencias, entre otros. Las emisoras que permitieron compartir las cuñas radiales a sus oyentes, fueron:

- ✓ Radio Súper Popayán (1070 AM)
- ✓ Unicauca Estéreo (104.1 FM)
- ✓ Emisora del Ejército Nacional (95.1 FM)

- **Rueda de prensa**

La colaboración constante de los medios de comunicación fue parte vital en el momento de ofrecer y en cierto sentido “vender” el evento, donde se concretaron alianzas o apoyos importantes con el fin de obtener beneficios mutuos, facilitando así el posicionamiento de eventos como lo son La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.



**Figura 26. Bienvenidos Rueda de Prensa.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Por tal motivo y gracias al apoyo de la división de comunicaciones de la Universidad del Cauca, se programó la Rueda de Prensa para el día jueves 15 de septiembre de 2016, con el fin de ofrecer información de la feria, obtener mayor apoyo por parte de los medios y generar mayor difusión acerca del evento asegurando asistencia de personas al Centro de Convenciones Casa de la Moneda.

A la Rueda de Prensa realizada en el Salón de los Consejos de La Universidad del Cauca asistieron diferentes medios de comunicación. La mesa estuvo integrada por el Decano de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, organizadores de La Feria Empresarial y representantes del Programa “Fe en Colombia” de la III división del Ejército Nacional. Se les brindó un desayuno en medio de la rueda, donde los diferentes medios realizaban intervenciones y preguntas acerca de la XIV versión de la Feria Empresarial. Además, los asistentes pudieron observar el video realizado por el equipo de mercadeo, donde se hizo un breve recorrido por la historia de La Feria hasta llegar a su nueva y última versión.



**Figura 27. Rueda de Prensa en el Salón de los Consejos.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

### **3.2.3 Marketing de guerrilla.**

El marketing de guerrilla se basa en utilizar diferentes medios, espacios o situaciones del entorno con creatividad, y de esta manera transformarlos en una experiencia que quede en la memoria de las personas. Teniendo en cuenta esto, se pretendió llamar la atención de la comunidad, realizando diferentes actividades creativamente, como por ejemplo:

- Flashmob

Teniendo en cuenta que un Flashmob se considera como una acción organizada y colectiva, realizada en lugares públicos donde congregate cierta cantidad de

personas durante determinado tiempo. Ésta actividad se realizó el día viernes 16 de septiembre de 2016 en el Parque Caldas, centro histórico de la ciudad de Popayán, donde se contó con la intervención de la Orquesta del Ejército Nacional, estando ésta ubicada en la centro del parque y en las esquinas del mismo se encontraban los organizadores de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca con los cuatro (4) pendones de diferentes colores. Cuando la orquesta empezó a tocar música instrumental colombiana, las personas empezaron a hacerse alrededor de la banda y a admirar el evento; mientras tanto los pendones se fueron ubicando en lugares estratégicos donde la gente pudiera asociar la música y esa ruptura de la cotidianidad con La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.



**Figura 28. Orquesta del Ejército Nacional en el Parque Caldas.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Mientras la música deleitaba a los asistentes, los organizadores junto con voluntarios estuvieron entregando plegables con la programación de la XIV versión de la Feria Empresarial y dando información de esta. En la mitad de la muestra musical, uno de los organizadores tomó la palabra y empezó a explicar un poco acerca de la Feria Empresarial, de sus conferencias, temática e información relevante de esta.



**Figura 29. Organizador en medio del Parque Caldas.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Las personas se mostraron bastante interesadas en participar de la Feria Empresarial, además, que les gustó la intervención musical según los comentarios que hicieron llegar a los organizadores. La mayoría de plegables fueron repartidos durante esta actividad, con el fin de persuadir y motivar la asistencia de las personas al Centro de Convenciones durante los días de feria.

- Monedas de Bienvenida

Para el día 26 de agosto de 2016, el equipo organizador de La Feria Empresarial quería tener un detalle con los asistentes al primer ciclo de Conferencias y Talleres previos a los días de la Feria; ésta primera conferencia sobre Tendencias de Mercado fue dictada por Johan Rivera, CEO de la empresa Inteligentemente; donde podían asistir estudiantes, docentes, administrativos y emprendimientos. Por lo tanto, días antes se planeó entregar chocolates en forma de moneda haciendo alusión al lugar de realización de la XIV versión de la Feria Empresarial, además con un sticker de Bienvenidos, el cual fue diseñado previamente por el área de mercadeo.

Para la realización de esto, fue necesaria la colaboración de voluntarios para cortar y pegar los stickers de “Bienvenidos” sobre cada una de las monedas, de igual forma, se realizó control de asistencia fuera del Auditorio principal de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas y, por último, fue necesario tomar fotos de los asistentes cuando interactuaban con el photocal, las paletas de madera y el rompe tráfico.



**Figura 30. Monedas de chocolates de Bienvenida.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

### **3.2.4 Marketing interactivo.**

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

- Photocall

El Photocall fue elaborado en el primer semestre del año 2016 para el evento Eureka, realizado por los estudiantes del programa de Administración de Empresas, sin embargo fue adecuado con los colores y los respectivos nombres de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca para ser utilizado nuevamente. Durante el mes de julio se realizó la respectiva adecuación con el fin de ser utilizado para que los estudiantes pudieran interactuar con él. Fueron varias las ocasiones en que se tomaron fotografías tanto a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas como docentes, administrativos estudiantes de otros programas de la Universidad del Cauca.



**Figura 31. Docente con el Photocall.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

- Paletas de madera

Al igual que el Photocall, estas paletas de madera fueron diseñadas y realizadas por los mismos organizadores; es decir, el día 29 de julio de 2016 se cortaron los nueve (9) moldes y se realizaron las respectivas impresiones de cada uno, teniendo en cuenta diferentes frases, las cuales fueron cinco (5) en total y cuatro (4) emoticones o emojis utilizados en la red social Facebook. Cada una de estas paletas contenía diferentes frases referentes a la XIV versión de la Feria Empresarial, e inclusive frases de apoyo al emprendimiento regional, el cual era el tema o enfoque principal de la Feria.



**Figura 32 Docente con las paletas de madera.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Fueron varios los días en que el área de mercadeo junto con voluntarios salieron a tomar fotografías a las diferentes facultades de la Universidad del Cauca, con el fin de incentivar la participación a la Feria Empresarial y motivándolos a salir en fotos con el photocall o las paletas de madera y, a su vez, para entrar a participar en un concurso que se estaba realizando a través de la Fan page.

Se les explicó de manera breve como eran las condiciones de participar, solamente tenían que:

1. Tomarse una fotografía con el rompe tráfico, photocall y/o paletas de madera.
2. Etiquetarla con el hashtag #Yoparticipoenlaferia.
3. Etiquetar a la Fan page: Feria Empresarial Unicauca

La imagen con mayor número de “likes” durante el mes de agosto y de septiembre, obtuvo un regalo sorpresa, premiando así la creatividad de los participantes de la XIV versión de la Feria Empresarial. En el ítem de marketing digital que se detalla en la parte final de este capítulo se expresa la imagen ganadora del concurso con sus respectivas métricas.

- Rompetrafico



**Figura 33. Organizador de la Feria en el rompe tráfico.**  
 Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

Este rompetrafico fue utilizado en la XIII versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, por lo tanto, los organizadores de ésta última versión decidieron cambiar y realizar su propio diseño para poder ser utilizando nuevamente. El área de mercadeo se encargó del diseño y lo demás fue contratado con una empresa de publicidad que se encargó de la impresión del vinilo e instalación del mismo. El día 26 de agosto de 2016, fue utilizado por primera vez para la Conferencia sobre Modelo de negocios dictada por el CEO de inteligentemente, Johan Rivera en el auditorio de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Asimismo, los demás días se ubicó de manera estratégica dentro de dicha Facultad para llamar la atención de las personas y motivarlos a participar en la XIV versión de la Feria Empresarial. En los días de la Feria también fue ubicado en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda.

- Backing

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

producir un backing con dimensiones de 3 mts x 2,5 mts, en el que aparecían los siguientes logos:

- ✓ Feria Empresarial
- ✓ Programa de Administración de Empresas Acreditación de Alta Calidad 2015-2019
- ✓ Universidad del Cauca
- ✓ Centro de Estudios y Soluciones (CES)
- ✓ Programa “Fe en Colombia”
- ✓ Alcaldía de Popayán
- ✓ Gobernación del Cauca
- ✓ Emisora Radio Súper
- ✓ Ron Viejo de Caldas



**Figura 34. Organizadoras con el Backing de la Feria Empresarial.**

Fuente: Área de mercadeo XIV Feria Empresarial Unicauca.

En primer lugar se utilizó el Backing para las entrevistas realizadas al finalizar la Rueda de Prensa, luego para los asistentes al Coctel de Inauguración de la XIV versión de la Feria Empresarial y en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda durante los días 21, 22 y 23 de septiembre del presente año.

### **3.2.5 Marketing digital.**

La ejecución del marketing digital dentro de la Feria Empresarial se llevó a cabo después de verificar información secundaria sobre la importancia de este concepto, en donde la interacción que se logra llevar a cabo con el público objetivo

es de una manera más económica y versátil al momento de hacer llegar un contenido.

Es por ello, que desde el área de mercadeo se estableció hacer un mayor esfuerzo en el uso de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. Teniendo claro que desde estas redes se haría llegar constantemente la información del evento. Así, la Feria Empresarial contaría con una Fan Page en Facebook denominada “Feria Empresarial Unicauca” como lo muestra la siguiente imagen.



**Figura 35. Fan Page de la Feria Empresarial.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

De igual manera se crearon cuentas en las redes sociales de Twitter e Instagram, con el usuario @feriaeunicauca; estos medios junto con la Fan Page sirvieron para dar a conocer a los emprendimientos y patrocinadores que hicieron posible la ejecución de la Feria Empresarial. Para la creación de los perfiles se tuvo que llenar los respectivos formularios de registro y vincularlas a la página en Facebook, haciendo así el trabajo de subir contenido más dinámico.



**Figura 36. Perfil Instagram de la Feria Empresarial**

Fuente: Instagram perfil Feria Empresarial Unicauca.



**Figura 37. Perfil Twitter de la Feria Empresarial.**

Fuente: Twitter perfil Feria Empresarial Unicauca.

Para las actividades de marketing digital se decidió desde el equipo de mercadeo compartir contenido relevante para los emprendimientos, como noticias, imágenes y videos de otras páginas que fueran de interés. Para el desarrollo de estas publicaciones se determinó que se debían pautar de manera constante, de ahí que diariamente se colgaban a las redes sociales un determinado contenido en horas de mayor tráfico en las mismas, que de acuerdo a los estadísticos de la Fan Page

eran: 6:00pm a 9:00pm en un principio. Luego de ver la interacción que estaban teniendo las publicaciones arrojó que los horarios en que los seguidores visitaban la página en Facebook era de: 9:00am a 11:00am, 1:00pm a 3:00pm y de 5:00pm a 8:00pm.

Días previos a la Feria Empresarial, en el desarrollo de las conferencias a emprendimientos y público en general, desde la Fan Page se daban a conocer el expositor, el lugar y la hora, todo esto bajo un formato ya diseñado para los mismos.



**Figura 38. Formato para conferencias previas al evento.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

De la misma manera, para los conferencistas que asistieron los días de Feria se diseñó una plantilla para poder darlos a conocer. En esta se visualizó el nombre de la conferencia, nombre del conferencista, el perfil y la hora con el lugar donde se llevaría a cabo la misma.

**CONFERENCIA**  
**CRÓNICAS DE UN EMPRENDEDOR**

**DANIEL CARRILLO**

Emprendedor Serial Mexicano y ciudadano del mundo, Daniel Carrillo es un joven talento apasionado de los sueños y de la gente. Fundador de Worldget "Aceleradora de emprendedores" de la "Startup Deportiva" GameToMe y de la tienda deportiva Capital. Daniel ha logrado posicionarse como uno de los Emprendedores más talentosos de la época en México, siendo acreedor a diferentes premios y ser Speaker en el congreso más importante del mundo TEDx.

**MÉXICO**

**23 SEP 2:00 PM** Centro de convenciones **CASA DE LA MONEDA**

FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA

Figura 39. Plantilla para conferencistas.

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

Una vez establecida la programación que se llevaría a cabo en la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, se la da a conocer en la Fan Page para que desde ese instante el público conociera el itinerario de los tres días feriales.

**PROGRAMACIÓN**

**MARTES 20 DE SEPTIEMBRE**  
**COCTEL DE BIENVENIDA**  
Hora: 7:30pm  
Lugar: Centro de Convenciones Casa de la Moneda  
Invitados Especiales: Emprendimientos, Patrocinadores y Organizadores.

**MIERCOLES 21 DE SEPTIEMBRE**  
**PRIMER DÍA DE EXPOSICIÓN**  
Inicio: 8: 00AM  
Lugar: Centro de Convenciones Casa de la Moneda  
9:00am: Apertura Oficial Feria Empresarial  
3:00pm: Conferencia "Propiedad Intelectual"- Irene Tirado Roy.

**JUEVES 22 DE SEPTIEMBRE**  
**SEGUNDO DÍA DE EXPOSICIÓN**  
Inicio: 8: 00 AM  
Lugar: Centro de Convenciones Casa de la Moneda  
10:00am: Conferencia "Emprendimiento digital y modelo de negocio en redes sociales"- Carlos Rendón.  
2: 00pm: Presentación Programa "FE EN COLOMBIA" – Mayor Andrés Peñaranda Benavides  
3:00pm: Presentación grupos infantiles Fundación Cultural Aires de Pubenza.  
4:00pm: Presentación grupos artísticos de la Universidad del Cauca

**FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA**  
**21-23 SEP**

**VIERNES 23 DE SEPTIEMBRE**  
**TERCER DÍA DE EXPOSICIÓN**  
Inicio: 8: 00AM  
Lugar: Centro de Convenciones Casa de la Moneda  
9:00am: Visita Empresarial "Juntos impulsando el desarrollo regional"  
10:00am: Conferencia "Hallazgos en el camino hacia un emprendimiento extraordinario en la economía del siglo XXI" - Lina María Yasnó  
2:00pm: Conferencia "Crónicas de un emprendedor" - Daniel Carrillo.  
4:00pm: Reconocimiento a emprendimientos:  
- Atención al cliente  
- Proyecto innovador  
- Mejor presentación del stand  
- Proyecto social  
- Mejor proyecto de base tecnológica  
5:00pm: Clausura Feria Empresarial XIV versión  
Orquesta Ejército Nacional

**PROGRAMACIÓN**

Feria Empresarial Unicauca  
Publicado por Luis Omar (?)  
Me gusta esta página · 14 de septiembre ·

Programación Feria Empresarial Universidad del Cauca - 21 al 23 de septiembre.  
#FeriaEmpresarialUnicauca #YoparticipoenlaFeria — con Unicauca Gerenciaarte, Juan Diego Castrillón Orrego, Memes Unicauca y 21 personas más.

Etiquetar foto · Agregar ubic... · Editar

Me gusta · Comentar · Compartir

22

23 veces compartido

Escribe un comentario...

Páginas sugeridas · Ver todas

MUFOX  
A 528 personas les gusta esto.  
Me gusta

Facebook/FeriaEmpresarialUnicauca

**XIV**  
**VERSIÓN**

"Impulsando el desarrollo regional"

Figura 40. Programación Feria Empresarial en Facebook.

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

Para los emprendimientos que se iban vinculando se les dio la posibilidad que a través de la página en Facebook de la Feria fueran conocidos, por lo que se diseñó una plantilla para los mismos, formato diseñado en el programa en línea de diseño llamado “Canva”, tal y como se detalla en la siguiente imagen.



**Figura 41. Plantilla para emprendimientos.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

Labor similar se realizó para las empresas que se vinculaban a la Feria Empresarial como patrocinadores, donde se diseñó otra plantilla para darle distinción ante el público.



**Figura 42. Plantilla patrocinadores.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

Con el fin de crear ante la vista de los usuarios expectativa y vinculación a las actividades de la Feria Empresarial se crearon a su vez imágenes con frases, haciendo alarde al emprendimiento o a la Administración, frases de personajes célebres en estos temas. Como también se diseñaron portadas para Facebook donde comunicaba la fecha y el lugar del evento con colores atractivos a primera vista.



**Figura 43. Imagen con texto, frase de un Autor Célebre.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.



**Figura 44. Portada para Facebook.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

Teniendo en cuenta que la Fan Page fue el canal directo de comunicación con el público objetivo, a través de la misma se pautaron videos donde se hacia la invitación a participar de la Feria Empresarial con el emprendimiento o proyecto que estuviese llevando a cabo; invitación a estudiantes que quisieran desarrollar el voluntariado de la Universidad del Cauca dentro de la Feria; invitación por parte de los expositores nacionales y extranjeros a participar de la Feria. Todo el material anterior fue elaborado y editado por parte de los organizadores; los videos pueden ser consultados en la Fan Page de la Feria Empresarial, a continuación sólo se expone una imagen de la portada de algunos de los videos publicados.



**Figura 45. Portada de video promocional para emprendedores.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.



**Figura 46. Portada de video, invitación a ser voluntario en la Feria Empresarial.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

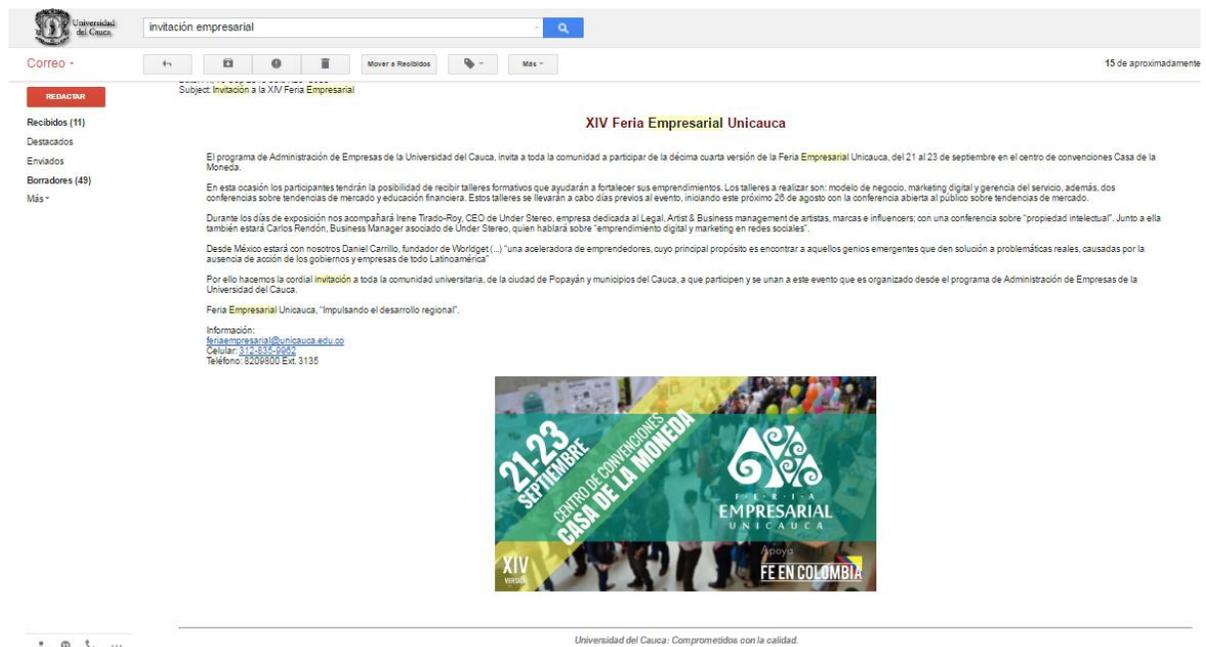


**Figura 47. Portada de video, invitación de Carlos Rendón.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

Desde la división de comunicaciones de la Universidad del Cauca, se creó un video promocional para la XIV versión de la Feria Empresarial, donde se expresaba la invitación a participar, el lugar junto con la fecha de realización y los números de contacto, incentivando la interacción de los visitantes hacia la Fan Page.

Igualmente, dentro del desarrollo de las actividades de marketing digital se estableció que al interior de la página oficial de la Universidad del Cauca, la Feria Empresarial estuviera listada en los eventos que se desarrollan en el transcurso del año dentro de la Alma Mater, tarea que se pudo llevar a cabo haciendo llegar un correo sobre la información necesaria para la misma visualización a la división de comunicaciones, como también, a través de los correos institucionales se logró hacer llegar la información sobre la Feria Empresarial, contenido que se detalla en la siguiente imagen.



**Figura 48. Correo enviado por parte de la Feria a los correos institucionales.**

Fuente: Gmail. Correo institucional Feria Empresarial Unicauca.

Junto con las actividades de marketing interactivo se premió a la creatividad de los seguidores de la Fan Page, donde la imagen con mayor cantidad de "likes" fue acreedora a un gran premio, como lo fue asistir a una cata de Ron patrocinada por Ron viejo de Caldas. Con un total de 180 "likes" conseguidos por sus participantes invitando a que sus amigos los ayudaran a ser los ganadores de este concurso; Fabián López, Andrés Obando y Andrés Fernández fueron los afortunados.



**Figura 49. Ganadores concurso Feria Empresarial Unicauca.**  
Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

### **3.3 EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE MERCADEO DE LA DÉCIMA CUARTA VERSIÓN DE LA FERIA EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DEL CAUCA.**

Una vez culminados los días de la Feria Empresarial (21, 22 y 23 de septiembre) desde el área de mercadeo se realizó una sesión grupal, con el objetivo de llevar a cabo la respectiva evaluación de las actividades de promoción que se ejecutaron para la estrategia intensiva de penetración de mercado y desarrollo del mercado.

Dentro de la sesión realizada, se determinó ejecutar una encuesta (Anexo 3.), para los asistentes a la Feria, donde a partir de una muestra de los mismos se pudiera conocer a través de qué medios se enteraron del evento y la calidad de información suministrada sobre el mismo; también se definió realizar un respectivo análisis del contenido subido a las redes sociales, determinando así la interacción que hubo entre los usuarios y la Feria.

A lo anterior se decide, de igual manera, evaluar si las cantidades de cada una de las piezas publicitarias impresas ejecutadas desde las actividades de marketing

tradicional fueron las requeridas, si el Flashmob y las actividades de marketing interactivo fueron bien recibidos.

Iniciando con la encuesta, los datos arrojados sobre la misma realizada a la muestra de los asistentes fueron los siguientes, respecto al medio de comunicación por la cual se enteraron del evento y la calidad de la información suministrada. Donde se denota que las redes sociales influyen para atraer gente a un evento como lo fue la Feria, ya que dentro de las personas encuestadas un 36,4% dice que se enteró del evento por las redes sociales, un 27,3% se enteraron tanto por el saloneo que se hizo en la Universidad del Cauca y por los amigos o conocidos que difundían la información y, un 9,1% por otro medio.

¿Cómo se enteró usted de la Feria Empresarial Unicauca?

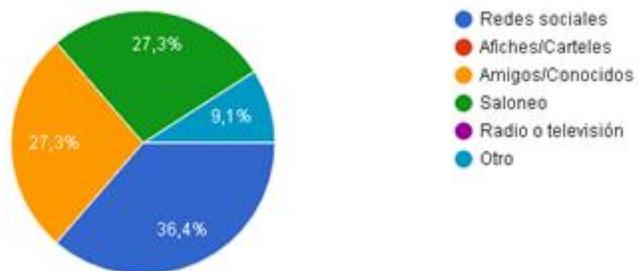


Figura 50. Gráfica ¿Cómo se enteró usted de la Feria Empresarial Unicauca?

Fuente: Formulario google drive. Feria Empresarial Unicauca.

La respuesta que se obtuvo de la información recibida también estuvo bien calificada con 45,5% diciendo que fue muy buena y otro 45,5% diciendo que fue buena y 9,1% calificándola como regular.

¿Cómo califica usted la comunicación e información recibida?

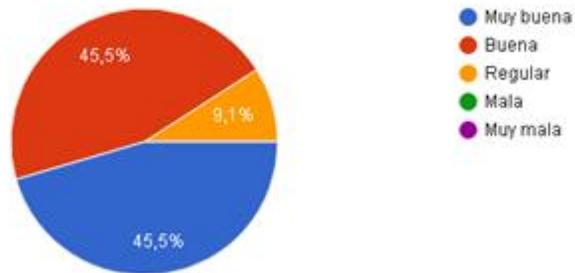


Figura 51. ¿Cómo califica usted la comunicación e información recibida?

Fuente: Formulario google drive. Feria Empresarial Unicauca.

Otra de las preguntas realizadas se trató sobre si volvería a participar de un evento como la Feria Empresarial y, si a su vez lo recomendaría, en cuanto a las respuestas que se obtuvieron fueron de buena acogida para los organizadores, ya que todas las personas tuvieron una respuesta afirmativa de volver a participar y recomendar como tal el evento.

¿Volvería a participar usted en eventos como la Feria Empresarial Unicauca?

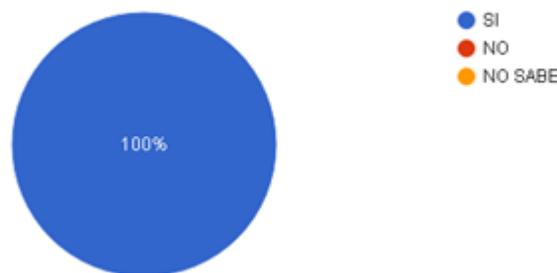
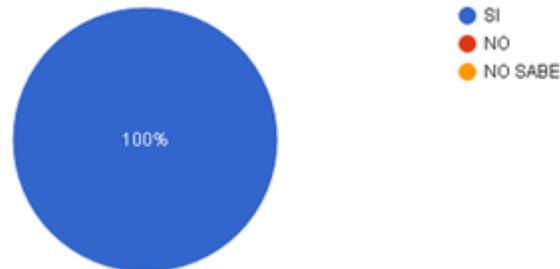


Figura 52. Gráfica de ¿Volvería a participar usted en eventos como la Feria Empresarial Unicauca?

Fuente: Formulario google drive. Feria Empresarial Unicauca.

¿Recomendaría este evento a otras personas?



**Figura 53. Gráfica ¿Recomendaría este evento a otras personas?**

Fuente: Formulario google drive. Feria Empresarial Unicauca.

Concluyendo así de esta forma en la evaluación que las redes sociales fueron de gran utilidad para la realización de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, y que su información suministrada fue clara para la audiencia.

Además, para el evento se utilizaron los diferentes medios de comunicación de carácter radial en la frecuencia A.M. como lo fue Radio Súper, Caracol Radio, RCN básica y 1.040. Y en la frecuencia F.M. Unicauca Estéreo y la Emisora del Ejercito Nacional. Que una vez discutidos por parte del equipo de mercadeo se determina que estos medios ayudaron en parte a la divulgación del evento, aunque es difícil medir su respectivo impacto. Lo que sí quedó claro es que a través de las diferentes entrevistas y cuñas radiales entre los diferentes medios se logró difundir el mensaje a la comunidad payanesa, aclarando que se debe trabajar en alianzas con empresas radiales de frecuencia F.M. dado que en la ciudad de Popayán residen diversas de estas y así mismo es grande su audiencia.

Con relación al material publicitario impreso, la evaluación realizada en sesión grupal con criterio propio de los organizadores, se comprobó que no es necesario en cierta medida destinar recursos monetarios elevados para la elaboración de elementos físicos como plegables, postales de recordación y afiches. Dado que estos se pueden conseguir con la ayuda de los patrocinadores, siendo estos últimos empresas que ven en eventos como la Feria, medios para posicionar su marca. Además, reducir la cantidad en cada una de las piezas publicitarias impresas, es mejor ser prudente en este sentido. La Ciudad no solo está cambiando su mentalidad empresarial, sino también, ambiental, por lo que evitan el uso de papel y hace mayor uso de la tecnología.

Hay elementos publicitarios que aún no se pueden modificar y estos son: las vallas y pasacalles. Piezas fundamentales que fueron utilizadas en la Feria Empresarial en su XIV versión. Publicidad en gran formato que aún es bien recibida por la ciudadanía, aunque paulatinamente se traslada a las pantallas digitales, pues su mensaje es más dinámico e interactivo.

Para la evaluación de marketing digital se realizó el respectivo análisis de los estadísticos, que para la Fan Page en Facebook, dentro de sus herramientas están los respectivos gráficos y que a continuación se detallan los resultados.

Contando con el uso de las redes sociales, se utilizó la Fan Page de Facebook, que tiene un total de 1.987 seguidores, garantizando que las publicaciones que se efectúen en la página lleguen a mirarla mínimo esta cantidad de personas. Cabe resaltar que aumentó en un número importante los seguidores ya que en la XII versión de la Feria Empresarial contaba con 537 seguidores, y en la XIII versión de la Feria cerró con 1.242 seguidores.



**Figura 54. Total seguidores en Facebook.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

Dentro de las personas que siguen la página se evidencia un porcentaje casi igual en el género de las personas que miran la página, el género femenino con un 51% y el género masculino con un 48% como lo muestra el siguiente cuadro.

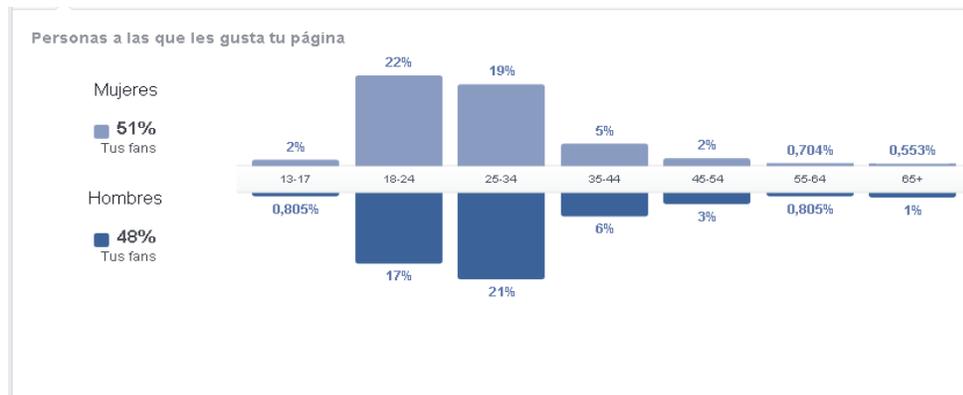


Figura 55. Gráfica de personas por género que les gusta la Fan Page.

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

En la siguiente imagen vemos los distintos lugares, ciudades, países donde se tienen seguidores y aunque la gran mayoría son de la región Cauca, es notable que la página llegue diferentes ciudades de Colombia como Bogotá, Pasto, Medellín, Cali, Huila entre otros; y diferentes países como Ecuador, España, México, argentina y muchos más. Esto nos demuestra el alcance que está teniendo la Fan Page de la Feria Empresarial a nivel nacional e internacional.

| País                   | Tus fans | Ciudad                     | Tus fans | Idioma                  | Tus fans |
|------------------------|----------|----------------------------|----------|-------------------------|----------|
| Colombia               | 1.889    | Las Estrellas, Cauca       | 1.211    | Español                 | 1.520    |
| Ecuador                | 26       | Popayán, Colombia          | 186      | Español (España)        | 367      |
| Argentina              | 16       | Bogotá, Colombia           | 75       | Inglés (Estados Unidos) | 67       |
| España                 | 11       | Sotará, Colombia           | 37       | Portugués (Brasil)      | 12       |
| México                 | 10       | Totoró, Colombia           | 28       | Inglés (Reino Unido)    | 9        |
| Estados Unidos de A... | 7        | Pasto, Colombia            | 27       | Francés (Francia)       | 8        |
| Brasil                 | 6        | Medellín, Colombia         | 25       | Italiano                | 1        |
| Perú                   | 5        | Silvia, Colombia           | 17       | Español (Colombia)      | 1        |
| Chile                  | 2        | Caloto, Colombia           | 14       | Alemán                  | 1        |
| Australia              | 1        | El Diamante, Valle del ... | 10       | Holandés                | 1        |
| Guatemala              | 1        | Meléndez, Valle del Ca...  | 10       | Portugués (Portugal)    | 1        |
| China                  | 1        | El Limón, Valle del Ca...  | 10       |                         |          |
| Países Bajos           | 1        | Guayaquil, Provincia d...  | 9        |                         |          |
| Alemania               | 1        | Buenos Aires, Argentina    | 9        |                         |          |
| Rusia                  | 1        | Timbio, Huila, Colombia    | 9        |                         |          |
| Canadá                 | 1        | Ciudad de México, Méx...   | 9        |                         |          |
| Reino Unido            | 1        | La Unión, Narino           | 8        |                         |          |
| Hungría                | 1        | Cali, Colombia             | 8        |                         |          |
| Nueva Zelanda          | 1        | Neiva, Huila, Colombia     | 8        |                         |          |

Figura 56. Tabla de lugares a donde llega la información de la Feria Empresarial.

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

Para concluir se resalta la buena calificación que tiene la Fan Page de la Feria Empresarial. Colaboró la promoción que se le dio al evento por este medio de comunicación y cómo generó un gran alcance de publicidad con los diferentes seguidores y, personas en general que cuentan con una cuenta de Facebook, logrando llegar a un total de 6.590 personas que mostró alguna actividad en la página, como publicaciones de la página de otras personas en la página, anuncios sobre personas a las que les gusta la página, menciones y visitas durante los días del evento.



**Figura 57. Alcance de la publicidad en Facebook.**

Fuente: Fan Page Feria Empresarial Unicauca.

Otra red social que aumentó su número de seguidores fue Instagram, donde se publicaron diferentes fotos del evento y se mencionaron a los emprendimientos y empresas que hicieron parte de la XIV versión de la Feria Empresarial, y así buscar dar más promoción y publicidad al evento, generando así una buena expectativa en el público en general.



**Figura 58. Perfil en Instagram Feria Empresarial.**

Fuente: Instagram perfil Feria Empresarial Unicauca.

Aunando las actividades de marketing tradicional, marketing digital, relaciones públicas, marketing de guerrilla y marketing interactivo, se concluye que los objetivos del área de mercadeo de coordinar la misma para poder llegar a cierta cantidad de público se realizó de manera eficiente, ya que se contó con una gran asistencia: alrededor de 4.500 personas; que el impacto que se tuvo fue positivo, generando expectativa y logrando cumplir con la realización de la XIV versión de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

También se logró vender la imagen de la Feria Empresarial como un evento único, diferente, que beneficia tanto a la academia como a la sociedad en general, ya que se consiguió dar una nueva cara a un evento que se estaba perdiendo. Además, generar expectativas para el continuo posicionando de la marca Feria Empresarial de la Universidad del Cauca.

## **4 CAPITULO IV. LECCIONES APRENDIDAS Y CONCLUSIONES DEL TRABAJO**

### **4.1 LECCIONES APRENDIDAS**

- Es importante conseguir los permisos de las diferentes instituciones con antelación, sobre todo cuando se trata de entes públicos, ya que su proceso es demorado y atrasa la ejecución de las actividades que son planeadas anteriormente por el equipo organizador.
- El área de mercadeo depende de forma sustancial del área comercial, quien fue la encargada del manejo financiero de la Feria Empresarial en su XIV versión; por tal motivo, es indispensable que estas dos áreas de encuentren en constante comunicación para que la producción de las diferente piezas publicitarias no se vean atrasadas por falta de recursos monetarios.
- Es necesario darle continuidad a la Fan Page de la Feria Empresarial en Facebook con contenido relevante y que las próximas versiones utilicen esa misma página, con el fin de que aquellos que ya la siguen puedan informarse y, se logre la vinculación de más seguidores.
- La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca sirve como una plataforma de enriquecimiento de conocimientos llevados a la práctica, lo cual ayuda a formar personas integras con carácter para la toma de decisiones, manejo eficiente de los recursos (monetarios, de personal, entre otros), resolución de conflictos y, sobre todo, a interactuar con los diferentes tipos de actores que se encuentran en el campo profesional.

## 4.2 CONCLUSIONES

- Con la realización de la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca, se busca un espacio vital para que los distintos emprendimientos que apenas están naciendo y creciendo puedan darse a conocer; con lo cual se fomenta el espíritu emprendedor y por ende el desarrollo económico de la región.
- Fue importante el buen manejo y optimización de los recursos dentro de las diferentes áreas de la Feria Empresarial, sin embargo, para el área de mercadeo es esencial esta parte, ya que las piezas publicitarias suelen ser costosas y requieren de un diseño que llame la atención de las personas para incentivar su participación.
- Gracias al conocimiento obtenido del área de mercadeo, se implementaron diferentes tipos de estrategias para poder llegar a las personas y posicionar la Feria Empresarial de la Universidad del Cauca de mejor manera.
- La implementación de estrategias de mercadeo deben estar ligadas en su mayoría a la creatividad y la interacción de las personas para lograr una mayor participación de éstas en las diferentes actividades de la Feria Empresarial.
- El área de mercadeo debe trabajar constantemente de la mano de los medios de comunicación, con el fin de llegar al público objetivo y transmitirle un mensaje claro que impacte y motive a su posterior participación en la Feria Empresarial.
- La implementación del marketing digital fue de gran importancia dentro de la XIV versión de la Feria Empresarial, puesto que se pudo observar que hubo gran interacción de las personas en cuanto al contenido que se subía a la Fan Page de la Feria Empresarial Unicauca.
- Se considera que La Feria Empresarial de la Universidad del Cauca es un espacio importante para que los estudiantes de los diferentes programas, en especial, los que pertenecen al programa de Administración de Empresas, puedan desarrollar diferentes habilidades que los ayuden en su vida personal y profesional. Por tal motivo, es importante que la Universidad del Cauca siga apoyando este tipo de eventos.

## 5 Referencias Bibliográficas

COLOMBIA. DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR. Circular 18. (27 de enero de 2012). Orientación para el cumplimiento de las normas sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos, en lo pertinente a la comunicación pública de obras y prestaciones musicales. Bogotá, 2012. 7 p.

GARCÉS QUIRÁ, Andrés Mauricio y ROJAS GARCIA, Susan Julieth. Feria Empresarial Unicauca: Del Aula De Clases A Las Organizaciones Latinoamericanas. Popayán, 2012. 100 h. Trabajo de grado (Administrador de Empresas). Universidad del Cauca. Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Departamento de Ciencias Administrativas.

KOTLER, Philip y KELLER, Kevin. Dirección de Marketing. 12 ed. México: PEARSON EDUCACIÓN, 2006. 816p .

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

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

POPAYÁN. OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN. Decreto 20141900002395. (03, marzo, 2014). Por el cual se expide la reglamentación referente a la PUBLICIDAD VISUAL EXTERIOR Y LOS AVISOS PUBLICITARIOS EN EL MUNICIPIO DE POPAYÁN, y se toman otras disposiciones. Popayán, 2014. GOT-119. 13 p.

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

# ANEXOS

Anexo 1.

The image displays four promotional posters for the XIV version of the Feria Empresarial Unicauca, organized into a 2x2 grid. Each poster is titled 'Portafolio Comercial' and features the '633' logo. The posters are designed with a green and white color scheme and include the following information:

- Top Left Poster: EMPRENDIMIENTOS**
  - Section: **¿Cuáles nuestra objetivo?**
  - Section: **¿Qué busca la Feria?**
  - Section: **¿Por qué realizar la Feria?**
- Top Right Poster: EMPRENDEDORES**
  - Section: **¡VINCLATE CON NOSOTROS!**
  - Section: **¡COSTO PARTICIPACIÓN \$300.000**
- Bottom Left Poster: EMPRESAS**
  - Section: **¡VINCLATE CON NOSOTROS!**
  - Section: **¡COSTO PARTICIPACIÓN \$600.000**
- Bottom Right Poster: EMPRESAS**
  - Section: **¡VINCLATE CON NOSOTROS!**
  - Section: **¡COSTO PARTICIPACIÓN \$900.000**

All posters share the same event details at the bottom: **XIV VERSIÓN**, **2014 21, 22 Y 23 SEPTIEMBRE**, **Centro de convenciones CASA DE LA MONEDA**.

Fuente: Área de mercadeo XIV versión Feria Empresarial Unicauca.

Anexo 2.

|   |                               |               |
|---|-------------------------------|---------------|
| <br>Municipio de Popayán | ALCALDIA DE POYAYAN           | GOT 194       |
|   | OFICINA ASESORA DE PLANEACION | Versión: 07   |
|   |                               | Página 1 de 1 |

Popayan, 29-08-2016 Radicación: 20161910395861

Señora  
**ISABEL GONZALEZ SERNA**  
Directora Feria Empresarial UNICALICA  
Carrera 2 A con Calle 15 Norte esquina Campus Tulcán - Código postal 190002  
Facultad Ciencias Contables  
Ciudad

Asunto: Oficio radicado bajo el No. 2016-113-033014-2 del 18 de Agosto de 2016.

Cordial saludo

En atención al asunto de la referencia y de conformidad a la solicitud, en lo de competencia de la Oficina Asesora de Planeación, comedidamente me permito informarle que se autoriza la instalación de cinco pesacalles, alusivos a la Feria empresarial Unicauca, en los sectores que se relacionan (apoyo institucional):

- Carrera 9 con calle 20 Norte frente a Salesianas a 100 metros de semáforos, no se permite en el puente peatonal.
- Carrera 9 frente al SENA a 100 metros del semáforo.
- Transversal 9 frente al Edificio del Terminal
- Carrera 9 con calle 6 Norte frente al Colegio Champagnat
- Carrera 17 frente a Manóriga de la Cívica, a 100 metros de la Glorieta.

En la vialidad ubicada en la Carrera 2, sector de Tulcán, NO es posible autorizar publicidad porque corresponde a la información de la obra que actualmente se ejecuta sobre la Carrera 2 de Porcira, incluido el puente peatonal.

**Atentamente**

  
**FRANCISCO LEON ZUNIGA BOLIVAR**  
Jefe Oficina Asesora de Planeación Municipal  
Proyecto: José Chaves  
Revisó: Francisco Leon Zuniga Bolivar  
Archivado en PQR: COMPLETADO

*Viva el*  
**CAMBIO**

Popayán @ Estación CAJA - Carrera 4 y 1 - Código postal 19001 - No. 8222195  
www.comunicacion.alcaldia.gov.co

Fuente: Archivo XIV versión Feria Empresarial Unicauca.

### Anexo 3.

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN PARTICIPANTES

El siguiente cuestionario se realiza con el fin de conocer el nivel de satisfacción que usted tuvo en cuanto al recorrido ferial y las conferencias realizadas por la XIV VERSIÓN DE LA FERIA EMPRESARIAL UNICAUCA, los días 21, 22 y 23 de septiembre de 2016, en el Centro de Convenciones Casa de la Moneda. Su opinión es valiosa para nosotros:

\*Obligatorio



Nombre Completo \*

Tu respuesta

¿Cómo se enteró usted de la Feria Empresarial Unicauca? \*

- Redes sociales
- Afiches/Carteles
- Amigos/Conocidos
- Saloneo
- Radio o televisión
- Otra:

Fuente: Google Forms Feria Empresarial Unicauca.

¿Cómo califica usted la comunicación e información recibida? \*

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

Por favor valore usted la siguiente afirmación según su opinión sobre la(s) conferencia(s), siendo 1 "Deficiente" y 5 "Excelente" - Duración de la conferencia- \*

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> |

Por favor valore usted la siguiente afirmación según su opinión sobre la(s) conferencia(s), siendo 1 "Deficiente" y 5 "Excelente" - Calidad y claridad de exposición de los conferencistas- \*

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> |

Fuente: Google Forms Feria Empresarial Unicauca.

Por favor valore usted la siguiente afirmación según su opinión sobre la(s) conferencia(s), siendo 1 "Deficiente" y 5 "Excelente" - Contenido de las conferencias- \*

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> |

Por favor valore usted la siguiente afirmación según su opinión sobre la(s) conferencia(s), siendo 1 "Deficiente" y 5 "Excelente" - Infraestructura física (auditorio, sonido e iluminación)- \*

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> |

Por favor valore usted la siguiente afirmación según su opinión sobre la(s) conferencia(s), siendo 1 "Deficiente" y 5 "Excelente" - Horario de las conferencias- \*

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> |

Por favor valore usted la siguiente afirmación según su opinión sobre la(s) conferencia(s), siendo 1 "Deficiente" y 5 "Excelente" - Sistema de registro o de inscripción- \*

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> |

Fuente: Google Forms Feria Empresarial Unicauca.

Por favor valore usted la siguiente afirmación según su opinión sobre la(s) conferencia(s), siendo 1 "Deficiente" y 5 "Excelente" - Atención por parte de los organizadores- \*

1            2            3            4            5

¿Que tema le gustaría que se tratara en la próxima versión de la Feria Empresarial Unicauca? \*

Tu respuesta

¿Que fue lo que más le gustó de la XIV versión de la Feria Empresarial Unicauca? \*

Tu respuesta

---

¿Que fue lo que menos le gustó XIV versión de la Feria Empresarial Unicauca? \*

Tu respuesta

¿Volvería a participar usted en eventos como la Feria Empresarial Unicauca? \*

- SI
- NO
- NO SABE

Fuente: Google Forms Feria Empresarial Unicauca.

¿Recomendaría este evento a otras personas? \*

- SI
- NO
- NO SABE

Díganos si tiene alguna observación o comentario acerca del evento

Tu respuesta

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

---

Fuente: Google Forms Feria Empresarial Unicauca.