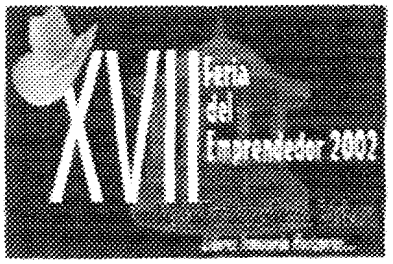
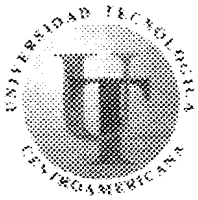
PNADC-560

Universidad Tecnológica Centroamericana
UNITEC
Vicerrectoría de Extensión Municipal y Desarrollo Comunitario

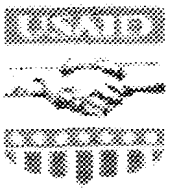
¿FERIAS EMPRENDEDORAS?





Programa UNITEC-COMUNIDAD

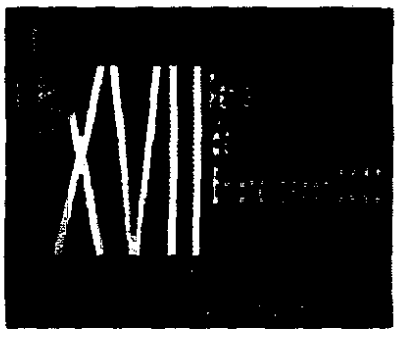
Convenio UNITEC-USAID



Tegucigalpa, M.D.C. **Marzo 2003**

Vicerrectoría de Extensión Municipal y Desarrollo Comunitario

Manual de



Ferias Emprendedoras

Autores: MSc. Juan Joseph Malta Luna
Lic. Mariel Rivera
Téc. Aída Lizzeth García

Tegucigalpa, M.D.C. **Marzo 2003**

B

Tiraje:
100 Ejemplares

Elaborado por:
MSc. Juan Joseph Malta Luna
Lic. Mariel Rivera
Téc. Aída Lizzeth Garcia Molina

Esta publicación fue realizada mediante el apoyo proporcionado por la Oficina de Desarrollo Municipal e Iniciativas Democráticas de la Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos (USAID), bajo los términos de la donación del Convenio de Cooperación UNITEC – USAID 522-03040-A-5108-00. Los criterios técnicos manejados son del autor y no reflejan necesariamente el pensamiento de dicha agencia internacional.

La Universidad Tecnológica Centroamericana agradece a USAID su valioso apoyo, para elaborar materiales educativos orientados a la formación profesional de los recursos humanos de los municipios de Honduras. Gracias a este Convenio ha sido posible elaborar este manual y hacerlo accesible a los Alcaldes, Regidores, Personal Técnico y Administrativo de las Alcaldías Municipales y Lideres Comunales.

Prohibida su reproducción sin permiso de UNITEC
Tegucigalpa, MDC. Febrero 2003

C

ÍNDICE

N°. de Página

PARTE I: ASPECTOS CONCEPTUALES Y MONTAJE

FILOSOFIA DE LA CAPACITACION 5

1.- PREÁMBULOS 7

1.1.- Introducción 7

1.2.- Objetivos del Manual 8

1.3.- Programa Vínculo UNITEC-Comunidad 9

2.- FILOSOFIA DEL EMPRENDEDOR 13

2.1.- ¿Espíritu Emprendedor? 13

2.2.- Libro de Oro del Líder Emprendedor 14

2.2.1- ¿Qué es un Líder? 14

2.2.2.- ¿Qué es un Líder Emprendedor? 15

2.2.3.- ¿Qué es un Logro Etico? 15

2.2.4.- ¿Por qué es Importante el Liderazgo Emprendedor? 15

2.2.5.- Hacia un Liderazgo Compartido 16

2.2.6.- Reglas para el Liderazgo Emprendedor 17

2.3.- Nacimiento y Filosofía del Programa Emprendedor:

Una Evaluación Inicial 27

2.4.- UNITEC: Centro Educativo Emprendedor:
Líder en Excelencia, Tecnología y Prestigio Educativo 30
2.4.1.- Introducción 30
2.4.2.- Espíritu Emprendedor Hecho Realidad 31
2.4.3.- El Proyecto Crece y se Multiplica 32
2.4.4.- Excelencia Académica en Todos los Niveles 33
2.4.5.- El Mejor Campus Virtual en el Continente 34
2.4.6.- Impulsando la Excelencia en Forma Integral 34
2.4.7.- Extensión y Desarrollo Municipal 35
2.4.8.- Reconocimiento y Acreditación Internacional 36
2.4.9.- Líderes en Alta Tecnología para el Desarrollo 37

3.- GENERALIDADES DE LA FERIA 39

3.1.- Antecedentes 39
3.2.- Objetivos 41
3.3.- Metodología 42

4.- MONTAJE DE LA FERIA 45

4.1.- Actividades Antes 45
4.2.- Actividades Durante 49
4.3.- Actividades Después 53

PARTE II: EJECUCIÓN, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

5.- ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 57

5.1.- Esquema Organizacional (Organigrama Funcional) 57

5.1.1.- Coordinación de Ferias y Asesoría Microempresarial 59

5.1.2.- Comité de Logística, Contingencia y Operatividad 60

5.1.3.- Comité de Mercadotecnia y Publicidad 66

5.1.4.- Comité de Entretenimiento y Programa de Feria 70

5.1.5.- Comité Financiero 72

5.2.- Cronograma de Actividades 73

5.3.- Presupuesto: Feria del Emprendedor 81

6.- FACTORES DE ÉXITO DE LA FERIA 85

7.- INCONVENIENTES DE LA FERIA 89

8.- CONCLUSIONES: LECCIONES APRENDIDAS 95

ANEXOS

1.- Municipios Atendidos FERIA DEL EMPRENDEDOR

2.- Croquis de Distribución de Areas

PARTE I:

ASPECTOS CONCEPTUALES

Y

MONTAJE

UNITEC
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA CENTROAMERICANA

FILOSOFIA DE LA CAPACITACION

¿Cuál es el objetivo y consecuentemente el logro más importante y significativo que UNITEC busca alcanzar en sus programas de capacitación?
Las necesidades de transformación de los Municipios en todo el país son inmensas, tanto en sus comunidades como en sus autoridades; pretender hacer estos cambios en forma directa nos involucraría en un esfuerzo en tiempo y recursos que no podríamos afrontar.

A cambio de esto, buscamos -mediante el desarrollo personal y la motivación por el logro ético- formar líderes emprendedores con el interés y la iniciativa de transformar sus instituciones y su entorno comunitario, líderes pro-activos, con iniciativa propia, conscientes de su responsabilidad social y comprometidos con pasión por el éxito y la excelencia.

Buscamos formar personas que tengan cada una el orgullo de poseer un certificado de UNITEC que no sólo acredite la adquisición de conocimientos prácticos, pero sobre todo que lo identifique como un auténtico emprendedor capaz de generar cambios en su Municipio.

Este es el espíritu de la capacitación de UNITEC. El fin: El Desarrollo Local.

Ramón Sarmiento
Vicerrector de Extensión Municipal y
Desarrollo Comunitario

Tema 1:

PREAMBULOS

1.- PREÁMBULOS

1.1.- Introducción

La Feria del Emprendedor se realiza en los municipios que poseen potencial artesanal y productivo. Se denominan de ésta forma porque UNITEC a través de sus estudiantes y la Corporación Municipal motivan a los pequeños artesanos a mejorar sus productos en calidad y presentación, para poder formalizar su pequeño taller artesanal y convertirlo en una microempresa que genere recursos, mejorando la calidad de vida de los productores y fomentando así el progreso en el municipio.

En un mundo donde la supervivencia depende de la velocidad de respuesta y la creatividad, se impone a las empresas la generación de mecanismos agresivos para competir en el mercado. Planteando esta necesidad, la Feria del Emprendedor se presenta como una herramienta que permite poner en práctica conocimientos del mercado antes de planificar una estrategia o como un poderoso instrumento de marketing que favorece y/o acelera los procesos de compra.

Las Ferias del Emprendedor concentran una serie de oportunidades de gran importancia; permiten la exhibición y venta de productos en el mercado de una manera diferente, detectando los posibles compradores, evaluando sus reacciones ante el producto, investigando el potencial de mercado y a la vez estableciendo contactos para futuras ventas.

A la par del ámbito empresarial, la feria también es un ejercicio de convivencia social y académica. Social, en tanto reúne a los pobladores de cara a fines comunes, tales como: presentación de productos locales, convivencia, rescate de valores y la identidad. Con relación a lo académico, se presenta un intercambio de conocimientos: Los pequeños empresarios aportando su práctica laboral, y los estudiantes conduciendo el proceso de feria, a partir de los conocimientos teóricos de las ciencias empresariales.

En definitiva, es una excelente forma de cooperación que ha establecido UNITEC con las comunidades, con el fin de promover el desarrollo local. Así, UNITEC se define desde esta perspectiva como una institución pionera en la asistencia técnica para el desarrollo local. Aquí también interviene USAID dando su asistencia financiera para facilitar el cumplimiento de los objetivos propuestos: **EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL LOCAL.**

1.2.- Objetivos del Manual

a.- Objetivos Generales

- Ser una herramienta de consulta práctica y eficaz, que brinde en forma dinámica la metodología de trabajo sobre la manera de planificar, organizar y ejecutar las ferias del emprendedor.

- Coadyuvar al desarrollo microempresarial de los municipios de Honduras.

- Generar de cada feria del emprendedor un efecto multiplicador, que contribuya al montaje de futuros eventos.

b.- Objetivos Específicos

- Facilitar la planeación de la feria del emprendedor en los Municipios de Honduras y definir la metodología de trabajo para llevar a cabo de manera fácil y óptima la feria del emprendedor.

- Describir paso a paso los procedimientos y actividades a seguir según el área o función requerida para su debida realización.

- Ser un instrumento práctico que apoye la capacitación en la realización de estos eventos, generando aprendizajes valiosos para la elaboración de presupuestos, cronograma de actividades, croquis de distribución de áreas, esquema organizacional.

- Ser una guía de consejos prácticos que nos apoye en los preparativos de la feria: ¿Cómo elegir el lugar donde se realizará el evento?; ¿Qué clase de materiales se pueden utilizar para decorar el lugar?; ¿Qué fecha es la más apropiada para realizar el evento?; ¿Qué conviene incluir en el programa?; ¿Qué estrategias de entretenimiento se pueden realizar el día de la feria?; ¿Cómo distribuir el lugar?; ¿ Cómo conviene publicitar el evento?; etc.

- Brindar las opciones más viables en cuanto a la toma de decisiones de producción artesanal local, con base a la experiencia de los productores unida a los conocimientos prácticos de los alumnos. La orientación de la feria es fortalecer la producción local y enseñar estrategias de mercadotecnia viables a nivel local y regional.

- Dar pautas de los factores críticos de éxito de una feria, aciertos y desaciertos, basados en las experiencias de ferias exitosas.

1.3.- Programa Vínculo UNITEC-Comunidad

La Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC, consciente de la enorme responsabilidad que tiene como institución educativa y haciendo honor a su filosofía emprendedora, desea contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades municipales, a través de proyectos orientados a lograr la eficiencia en la gestión administrativa, así como el fortalecimiento de la producción local mediante la identificación de ideas de negocios. Este proceso se ha llevado a cabo mediante el esfuerzo de los profesores, alumnos y personal técnico que labora en el Programa de Desarrollo Municipal: Sub Programa Vínculo UNITEC – COMUNIDAD.

Este concepto "emprendedor" y de montaje de ferias empresariales desea trasladarse directamente a cada municipio, en donde autoridades, micro y pequeños empresarios, así como otras organizaciones y entidades se hagan cargo del proyecto, al ser protagonistas y próximos gestores de dicho evento. Esto

se refiere al fomento de un efecto multiplicador de las ferias, donde como resultado final debe procurarse la institucionalización y celebración sistemática de las mismas.

El programa funciona administrativamente en ambos Campus de UNITEC, es decir, en las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula; sin embargo tiene un radio de acción en 53 municipios del país (**ver anexo**). Desde el campus de Tegucigalpa se atienden fuertemente los departamentos de Comayagua, El Paraíso, Francisco Morazán, pero también los departamentos de Choluteca, La Paz, Valle; y desde el Campus de San Pedro Sula se atiende primordialmente los departamentos de Cortés y Santa Bárbara, además el municipio de La Masica en Atlántida y El Negrito en Yoro. La definición de estos municipios ha sido con base a brindar atención a poblados que están dentro de un rango de 100 kilómetros de distancia de los lugares sedes principales (Tegucigalpa y San Pedro Sula); no obstante, el programa tiene un impacto mucho más amplio por los efectos multiplicadores que se generan.

Para poder desarrollar el programa se constituyó una unidad: Departamento de Fomento al Emprendedor, cuyo papel fundamental es coordinar las actividades y brindar asesoría a los alumnos y profesores en el desarrollo de manuales como ser: Organización y Funciones, Manuales de Presupuesto, Descripción de Puestos y Planes de Negocio para los Municipios. El Programa también tiene como función principal apoyar y asesorar a las personas interesadas en desarrollar o implementar dichos proyectos, ya sea del sector público o privado.

Con la finalidad de cumplir con los objetivos anteriormente mencionados, el Sub Programa Vínculo UNITEC – Comunidad se ha estructurado de manera tal que se pudiera cubrir dos grandes áreas: La Capacitación Municipal y la Reactivación Económica; conteniendo ésta última la promoción y realización de las Ferias del Emprendedor

Capacitación Municipal: Es llevada a cabo mediante la elaboración de manuales cuyo objetivo es establecer maneras de mejorar la gestión administrativa municipal. Dichos manuales son elaborados por los alumnos que cursan las clases Contabilidad de Costos, Gerencia de Recursos Humanos II y Gerencia Financiera I y II, contando con la asesoría y supervisión de profesores especializados en el área y trabajando mano a mano con los Asistentes Asesores del Proyecto.

Reactivación Económica: A manera de contribuir en el fortalecimiento económico de los municipios para asegurar un desarrollo sostenible de los mismos, los alumnos de las asignaturas Generación de Empresas identifican ideas de negocio o productos ya existentes que pueden ser desarrolladas de manera rentable, generando así ingresos y empleos para la población, luego de identificar dichos conceptos se procede a la elaboración de planes de negocios que sirven para determinar la rentabilidad o factibilidad de los proyectos, concluyendo con la realización de las Ferias del Emprendedor.

Así, UNITEC ha venido desarrollando una serie de ferias exitosas desde el 2001, entre otras localidades: Villas de San Antonio, San Buenaventura, Danlí, Comayagua, Trinidad, Santa Bárbara. En otro punto, cabe destacar que aunque la feria se desarrolla en lugares específicos, estas tienen un radio de acción amplio, generando motivación e intereses de emprendedores empresariales en casi todas las localidades del país.

Tema 2:

FILOSOFIA DEL EMPRENDEDOR

2. FILOSOFIA DEL EMPRENDEDOR

2.1.- ¿Espíritu Emprendedor?

Por: Héctor Alvarenga y Luis Fernando Sarmiento
(Estudiantes UNITEC)

La verdadera fuente de riqueza de una sociedad moderna no es precisamente el nivel de su productividad, su producto natural bruto o bienes tangibles, sino la inteligencia creativa de sus ciudadanos.
Se habla de crear, de aportar soluciones para nuevas necesidades.
Se habla de introducir nuevos productos y servicios, se habla de innovar.

La innovación es la herramienta específica del emprendedor, emprender es el acto de transformar los recursos con miras a crear riquezas, es el arte de transformar una idea en realidad, es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la actitud de buscar los recursos y la energía necesaria para construir, inventar, descubrir, nuevas formas de hacer las cosas.

La actitud emprendedora ha sido siempre una característica de las personas de éxito, el emprendedor no inicia o emprende algo sólo por iniciarlo o hacerlo; siempre fija un objetivo o meta razonable. Lo que determina su éxito, no es alcanzar la riqueza ni la posición social, sino el logro de un campo determinado. Con este concepto se debe trabajar en el campo de la motivación para desarrollar o formar el ESPIRITU EMPRENDEDOR.

El ser emprendedor involucra varios factores, como la idea inicial del emprendedor debe ser: El futuro no esta creado aún, no tiene porque ser continuidad del presente y mucho menos del pasado. El futuro lo podemos crear con nuestros sueños, nuestras metas, con nuestras ganas de ser mejores (cada día las oportunidades están donde sea), todo problema puede transformarse en una

oportunidad. "Los sueños en sueños se quedan si no los aterrizamos en acciones concretas".

Hagamos las cosas bien, no sólo por hacerlas, no seamos conformistas, seamos todo lo que podemos ser, lo mejor de lo mejor, seamos LIDERES EMPRENDEDORES, así, sólo así es que podremos sacar a Honduras adelante, ofreciendo soluciones a problemas que se pueden presentar, juntos, esa es la clave: La Unión, esta hace la fuerza, implantemos todo nuestro conocimiento para demostrar que somos los que haremos del desarrollo de este país no un sueño, sino más bien toda una realidad.

2.2.- LIBRO DE ORO DEL LIDER EMPRENDEDOR

2.2.1- ¿Qué es un líder?

Líder es cualquier persona en la que recae la responsabilidad o el compromiso con respecto a un grupo al cual está plenamente identificado, para conducirlo al logro futuro de objetivos particulares o ubicarlo en horizontes más prometedores.
El grupo puede ser su propia familia, un círculo de sus amigos o compañeros de trabajo, su comunidad, su empresa o cualquier otra organización; lo importante es que el líder tenga sentido de pertenencia e interdependencia con el grupo y consecuentemente tenga conciencia de solidaridad, fidelidad y compromiso con sus integrantes por compartir con ellos diversas identidades, intereses o propósitos y además afronten un destino común.

Por consiguiente, líder no es únicamente la persona que dirige a los demás, líder es la persona que trabaja con compromiso por los demás.

Un ejemplo sencillo y bueno de lo que es liderazgo, es el papel de tal que asume cualquier buen padre de familia. Bajo este contexto debe entenderse y

promoverse el liderazgo y muy particularmente cuando se trate de la vida en comunidad.

2.2.2.- ¿Qué es un líder emprendedor?

Es el líder en cual recaen ciertos atributos que hacen más eficiente y efectiva su labor de llegar a resultados.

Estos atributos se refieren a características de la persona en cuanto a sentido de innovación y de cambio, actitud visionaria, motivación por logros, capacidad para tomar iniciativas, afrontar retos y actuar pro-activamente, compromiso ante el grupo, capacidad de trabajo y de planificación, habilidades para desempeñarse en situaciones adversas, trato apropiado a las personas, pasión por la calidad y la excelencia y la búsqueda constante y tenaz del éxito.

Todo esto es un estado de ánimo, una condición inherente a la sicología de cada persona, actitudes que deben tenerse, aprenderse, ejercitarse y potenciarse.

2.2.3.- ¿Qué es un logro ético?

Es un resultado de trabajo ajustado a normas de convivencia armónica de la sociedad, es decir que respeta la dignidad, los derechos, las buenas costumbres, la cultura, las leyes y las libertades de las personas y en general los propósitos del bienestar común.

2.2.4.- ¿Por qué es importante el liderazgo emprendedor?

La transfiguración de la sociedad a causa de la velocidad de los cambios tecnológicos, la apertura de las comunicaciones, la globalización de conceptos económicos y la necesidad de competir interna y externamente, ubica al liderazgo

como el factor clave y el más importante por encima de cualquier factor para el desarrollo y el éxito de la sociedad y la empresa moderna.

Son los líderes quienes toman las iniciativas para encausar y transformar las circunstancias de su entorno en la búsqueda del bienestar y desarrollo de sus familias, sus empresas, sus organizaciones, su comunidad, etc.

Sin líderes emprendedores no es posible generar los cambios con los cuales puedan sobrevivir nuestras familias, nuestras empresas, nuestras comunidades, nuestras naciones en un mundo tan competitivo y lleno de retos como el que actualmente vivimos.

El Profesor Peter Drucker, impulsor de la administración moderna ha dicho: "Los líderes son el recurso básico de cada institución".

2.2.5.- Hacia un liderazgo compartido

En particular nuestras comunidades están experimentando presiones por cambios en los valores sociales y por la disponibilidad cada vez mas restringida de recursos, situaciones que combinadas dificultan mantener el estado de convivencia y desarrollo deseados. La solución a esta problemática que demanda el concurso de habilidades especiales, nos lleva a pensar que el liderazgo tradicional por poder y rangos que descansa en las estructuras de subordinación donde el poder está en la cumbre, debe cambiar a una nueva forma de liderazgo que reconoce que el poder está en la base, que el pensamiento no es de un individuo sino de la colectividad, un liderazgo que no haga diferencia entre quien da una orden y quienes las obedecen y que se enfoca al beneficio común, a los resultados de mutua conveniencia, a pensar en la colaboración y el compromiso. Esta nueva forma de liderazgo se denomina **"Liderazgo compartido"**.

Cuando el liderazgo compartido entra en función las personas abordan un problema en forma colectiva, se involucran mutuamente para definir el trabajo que se va a hacer, facilitando la interacción, el entusiasmo y el ritmo de acción de forma que se puedan alcanzar los resultados previstos en un ambiente donde se fortalece el espíritu y la visión de grupo o de comunidad; es decir, que se incrementa la voluntad de las personas por actuar en conjunto para afrontar sus problemas, oportunidades y retos comunes.

2.2.6.- REGLAS PARA EL LIDERAZGO EMPRENDEDOR

REGLA 1: CAPACITACION

- Tres condiciones perfeccionan al ser humano: su salud, su auto-valía y su educación, pero el elemento más vinculante e incidente es la educación porque esta promueve a la salud y la auto-valía.

- La Educación es la base y la condición fundamental para el desarrollo personal y de las naciones. Nadie ha tenido desarrollo y prosperidad si previamente no ha tenido educación.

- El recurso humano capaz es el recurso más valioso de una sociedad, de una nación, porque sólo con su intervención se puede generar riqueza.

- La educación sigue siendo la inversión más rentable.

- Vivimos en la era de los conocimientos. Vale más quien sabe más.

- Vivimos en la era del cambio y de la velocidad. Los conocimientos se renuevan y se amplían con más rapidez; ya no hay conocimientos permanentes, sólo hay formación permanente.

- Antes la educación se concentraba en una etapa temprana de la vida, ahora es un proceso permanente disperso a lo largo de toda la vida.

- Antes la educación se ubicaba en los recintos académicos, ahora es un proceso abierto, amistoso y más accesible, revolucionado por el avance de las comunicaciones.

- Aunque tenemos más oportunidades y facilidades de formación en escuelas, academias, universidades, la internet, etc.; pero la universidad de la vida (lo que la vida nos enseña), sigue siendo la institución que en definitiva modela nuestro talento.

- El nuevo paradigma de la educación es el conocimiento aplicable.

REGLA 2: MOTIVACION POR LOS LOGROS

- Alcanzar logros es una condición inherente al ser humano. Cada acción humana se orienta a lograr objetivos de alimentación, refugio, estima, etc.

- No hay motivación para actuar sin objetivos. Se deben valorar los objetivos para afianzar la motivación. La fuerza de la motivación determinará la intensidad del esfuerzo para alcanzar el objetivo.

- El éxito es la condición de alcanzar logros. Debe generarse motivación por el éxito. Nadie tiene éxito si no lo desea.

- Los logros son el premio a la motivación. Son el alimento del ego. Sólo los logros fortalecen la auto-valía de las personas.

- Valen tanto los logros materiales como los logros emocionales.

- La ambición, la obsesión y la pasión son deseos fuertes de logro; se deben orientar estos impulsos a logros constructivos.

- Los logros deben valorarse en función de las circunstancias de cada persona y no con base a las circunstancias de los demás.

- No deben acomodarse o limitarse los logros a las circunstancias, si es necesario, deben modificarse las circunstancias para ampliar los logros.

REGLA 3: ESPIRITU INNOVADOR, DE CAMBIO Y ACTITUD VISIONARIA

- El cambio es una ley universal. Es aplicable a todo y a todos en la tierra.

- Es irracional la resistencia al cambio, pero es más irracional hacer cambios sin saber por que se hacen.

- Todo cambio debe ser constructivo, es decir, debe promover el éxito o mejorar condiciones de vida.

- La realidad y la certidumbre deben ser condiciones de cualquier cambio. El azar y la aventura pueden revertir el propósito de un cambio y volverlo destructivo.

- El progreso requiere cambio y el cambio requiere acción. Solo la creatividad genera cambios.

- Para promover el cambio se deben aceptar retos y tomar iniciativas cada día.

- Pensemos en el futuro. Preparémonos para el futuro. Trabajemos para el futuro.

- La visión es la imagen/objetivo de lo pensamos ser o alcanzar en el futuro. Siempre debe establecerse una visión positiva del futuro, pero no debe restringirse esta visión a pesar de las circunstancias negativas que circundan a las positivas. Jamás debemos ser profetas del desastre.

- Es importante desarrollar el talento de ver y aprovechar las oportunidades. Algunos problemas son oportunidades disfrazadas. Las oportunidades se buscan, muy difícilmente llegan por sí solas.

- *Cada oportunidad es una puerta abierta a la riqueza y al servicio a los demás.*

REGLA 4: CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN Y CONCERTACIÓN POR LOS RESULTADOS

- La negociación es el arte de conducirnos en la vida. Por medio del trato, del arreglo, del acuerdo, de la concertación, nos ubicamos en nuestros espacios de poder, ejercemos nuestros derechos, obtenemos nuestras satisfacciones, etc. Negociamos en todo momento, toda la vida, negociamos dentro de nuestra familia, en la calle, en el trabajo, en el comercio.

- Se necesita talento para negociar. La negociación es un acto de crear armonía, de confianza mutua y de valores positivos, tales como: talento comunicativo, honestidad, buena fe, veracidad, transparencia, armonía y satisfacción mutua.

- La filosofía ganar-ganar (ganas tú y gano yo) es inherente a cada negociación, trato o acuerdo exitoso.

- Flexibilidad: Habrá veces en que se necesite hacer concesiones para que el trato sea ventajoso para ambas partes.

- Dada la naturaleza humana el desacuerdo es inevitable, pero no debe ser una condición permanente.

- Generado un conflicto por desacuerdos, debe a partir de ese momento, generarse la voluntad de concertar. El conflicto permanente es negación de la armonía en casi todas sus acepciones.

- El conflicto o la confrontación generan ineficiencia y costos para ambas partes. El mundo ha pasado de la era de los conflictos confrontativos a la era de la concertación, porque necesitamos invertir nuestros escasos recursos en el bienestar y no en las confrontaciones.

- Se requiere más talento para resolver un conflicto que para generarlo.

- Muchos conflictos se generan por afán de notoriedad y de poder, y no por afán de resultados.

- En nuestra cultura de convivencia hay muchos apóstoles del conflicto (ennavajadores, intrigantes) pero pocos apóstoles de la paz (mediadores, conciliadores).

- Para ganar se necesitan aliados. Vivimos en la época de las alianzas y los bloques.

- Analice minuciosa y objetivamente a sus aliados y amistades. Construya alianzas (estratégicas) que faciliten y aceleren el logro de sus resultados.

REGLA 5: PLANIFICACION

- Un plan dice lo que debe hacerse y debe considerar la mejor manera de hacerlo.

- Las cuatro etapas para trazar un plan son: Investigación planificativa, la organización, decisión y toma de acción, y revisión de lo que vayamos ejecutando.

- Todo plan implica valoración de riesgos. Los niveles de incertidumbre deben manejarse en sus mínimas expresiones.

- No improvise ni haga suposiciones. Las improvisaciones y las suposiciones son madres de muchos desastres.

- Agudice su habilidad para tomar decisiones acertadas, sin pérdida de tiempo.

- Modifique y revise sus planes cuando sea necesario. La revisión no necesariamente surge del error. Una modificación frecuentemente representa la forma más efectiva de reafirmar los objetivos.

- Para el que no sabe dónde va, cualquier camino es bueno. Los planes deben estar enfocados a un objetivo.

- No altere su meta final debido a cambios en los planes.

- La fe basada en la realidad, genera confianza en los resultados y puede ser un elemento de los planes, pero no su consistencia total.

- Nadie formula planes para fracasar, pero muchos fracasan por no planificar.

REGLA 6: ACCION Y TRABAJO

- Cualquier cosa no empleada deja de ser útil.

- El éxito y la inactividad son irreconciliables. Nada se logra sin trabajo, sólo el trabajo genera riqueza.

- La acción es el resultado de una motivación. Se puede aumentar la energía ampliando la valoración de las metas.

- El pensamiento debe preceder a la acción: ¡Pensemos y actuemos!. El éxito sólo llega a los pensadores que actúan. Pensemos en grande y actuemos en grande.

- Entusiasmo, constancia y autodisciplina son elementos necesarios para una acción efectiva.

- El entusiasmo genuino debe basarse en expectativas y premisas reales.

- La diversión es un enemigo de la fatiga. El trabajo es trabajo, el esparcimiento es esparcimiento; cada cual a su tiempo. Trabaje y tenga esparcimiento. ¡Pero no exagere en ambos extremos!. El trabajo podrá ser agradable, pero nunca es diversión.

- La mayoría de las personas sufren el temor de fracasar. Analicemos y conozcamos el problema antes de actuar.

- El análisis situacional es fundamental para reafirmar las acciones y la búsqueda del éxito.

- La única justificación del trabajo son los resultados.

- Nunca se debe retrazar la acción. Actuemos siempre de inmediato.

REGLA 7: PERSEVERANCIA

- Los proyectos que valgan la pena deben de llevarse a cabo.

- Mantener el rumbo constante es fundamental; no obstante los contratiempos, dudas o dificultades.

- La perseverancia se desvanece ante la frustración y el negativismo.

- La perseverancia se fortalece por: La motivación, insistencia, tolerancia, esfuerzo, consistencia, corrección oportuna, conocimientos, convicción y autodisciplina.

- Siempre somos juzgados por lo que terminamos y no por lo que empezamos.

- No hay peor pérdida que recorrer un camino que no conduce a ningún lado.

- Metas, planes y acción no son suficientes, se debe perseverar hasta alcanzar el objetivo.

REGLA 8: PERSONALIDAD Y ESTILO

- El éxito casi siempre esta asociado a la personalidad.

- La personalidad es la expresión exterior de los impulsos interiores, por lo tanto la verdadera personalidad no se puede ocultar.

- Una personalidad bien ajustada es aquella que interactúa armoniosamente con su entorno, con su ambiente y con las personas que lo rodean.

- La forma en que nos tratan es la respuesta a nuestra personalidad, por eso tratemos a los demás como deseamos que los demás nos traten a nosotros.

- La humildad es el camino para despojarse de rasgos negativos de la personalidad.

- Cuando el ego es fuerte y sano trae consigo al éxito; si es fuerte y enfermo, lo rechaza.

- Un ego sano promueve las reacciones positivas necesarias para ejercer el liderazgo.

- Seamos naturales en el trato, no tratemos de sobre impresionar a las personas. Seamos siempre nosotros mismos.

- Perder el control es ofensivo a los demás y perjudicial para sí mismo. Reaccionemos favorablemente en todo momento.

- Desarrollemos habilidades comunicativas y sobre todo sepamos escuchar.

- Desarrollemos sentido de comunidad y de identificación con quienes nos rodean. De nada sirve la personalidad si no es por los demás. Tomemos y desarrollemos interés sincero por los demás.

- Apliquemos poder de convencimiento y no poder de imposición.

REGLA 9: LA MENTE DEL TRIUNFADOR

- El potencial de una persona y el éxito están en la mente.

- El camino exitoso se inicia con un buen estado de ánimo, con confianza en sí mismo y en la existencia de un "Ser Superior" para reafirmar el sentido de la vida.

- Lo que se siembre en la mente se cosechará en su ambiente.

- La inteligencia es la habilidad de razonar; el talento es la capacidad de aplicar el razonamiento.

- La emotividad es la fuerza con que se responde a los eventos de la vida. El optimismo es siempre consecuente al éxito.

- Aprenda del pasado, viva en el presente y proyecte para el futuro; pero no se complique la vida con los errores de ayer o las tribulaciones de mañana.

- Nadie ocupa un lugar predestinado en la vida. La vida es lo que uno hace de ella. El fatalismo conduce al conformismo y al estancamiento. El futuro siempre es una nueva oportunidad.

- Limpiemos la mente de telarañas y fantasmas.

- Entreguémonos con pasión a la calidad y a la excelencia en todo lo que hagamos.

- El triunfador siempre tiene una actitud abierta y competitiva.

REGLA 10: CULTURA DE VALORES

- Los valores son las bases de la armonía consigo mismo y la convivencia armónica con los demás. Reflejan el espíritu del Bien y de Dios.

- La verdad, la honestidad y la sinceridad construyen la confianza y la armonía.

- No robo, no miento y no engaño, son los fundamentos del comercio leal, de la buena fe y de la negociación.

- Sólo los valores positivos le dan sentido a la vida.

- Los antivalores son lastre que intranquilizan y agobian la mente.

- Aplica la justicia en todos tus actos.

- Los valores esenciales del líder son siempre: Inspirar confianza y actuar con justicia.

2.3.- NACIMIENTO Y FILOSOFIA DEL PROGRAMA EMPRENDEDOR: UNA EVALUACION INICIAL

Por: Roberto Chico Duarte[1]

La fundamentación folosófico-educativa de la Universidad, le ha permitido definir claramente su misión de formar profesionales con niveles de excelencia; capaces de crear, transformar y dirigir empresas, contribuyendo al desarrollo de la ciencia, la tecnología y la cultura, para el progreso y mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad hondureña.

Esta misión resulta fundamental para impulsar el desarrollo económico y social del país, puesto que en el régimen de propiedad privada y libertad económica en que nos desenvolvemos, alentar la formación de emprendedores, empresarios o agente productivos es algo que propende a la consolidación del sistema de mercado. Pero hay más, la orientación adecuada por parte de la Universidad, permite a los nuevos emprendedores cultivar sólidos valores para aplicar en sus

[1] Director de Planificación y Catedrático de UNITEC

futuras actividades, conceptos apropiados de ética empresarial para superar la creencia de que la aceptación de los imperativos éticos y la inserción de algunos valores en la empresa son contraproducentes.

Para conseguir lo anterior, UNITEC ha establecido el "Programa Emprendedor Universitario de UNITEC", mediante el cual, los alumnos pueden iniciar nuevas empresas o desarrollar aquellas ya existentes.

El programa, a nivel de pregrado, comprende a todas las carreras y se desarrolla en cuatro clases; es progresivo y parte de actividades motivacionales, continúa con aspectos conceptuales y finaliza con actividades prácticas.

Inicialmente, como parte fundamental del Programa Emprendedor se desarrollan aspectos motivacionales y el estudio de los valores en la materia de Axiología, que cubre en buena medida, la filosofía propia de los emprendedores, así como los valores básicos requeridos para enfrentar la vida con un nuevo espíritu.

En una segunda fase, en la clase de Generación de Empresas I se reafirman los aspectos motivacionales y se estudian algunas técnicas de generación de ideas de proyectos, se revisan conceptos propios del establecimiento de una pequeña empresa, se desarrolla un producto prototipo de un bien o servicio que es presentado al resto del estudiantado en una "Muestra de Productos Estudiantiles" preparada para tal efecto. Como parte culminante en este curso, se elabora por cada grupo de alumnos el estudio de prefactibilidad que corresponde al desarrollo de los pequeños negocios seleccionados.

La tercera fase del programa se desarrolla en dos clases: Generación de Empresas II y Generación de Empresas III. En la primera fase de las clases, los estudiantes organizados en grupos identifican su propia idea de proyecto y elaboran el correspondiente estudio de factibilidad en sus partes de análisis de mercado, estudio técnico y de ingeniería y aspectos de organización. En

Generación de Empresas III se completa el estudio de factibilidad desarrollando la evaluación económica y financiera del proyecto.

Vale la pena señalar que las clases de Generación de Empresas a nivel de pregrado son de naturaleza integradora, es decir, que el profesor de la materia es, además, un asesor que atiende problemas específicos y que procura que sus alumnos aporten los conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera. Esto significa que si un estudio de mercado, por ejemplo, requiere de la preparación de una encuesta, ésta tendrá que ser diseñada en su marco muestral, levantada, tabulada y analizada en sus resultados por los propios alumnos. No se espera que el profesor vuelva a repetir a profundidad los elementos teóricos ya estudiados.

Durante el año 1995 el **programa emprendedor** a nivel de pregrado, ha tenido reconocidos **logros:**

En primer lugar se preparó un documento que resume aspectos propios de la misión de la Universidad y la filosofía del programa emprendedor, el cual fue presentado a distintos grupos de profesores de UNITEC en Tegucigalpa y San Pedro Sula. De esa forma, se han venido divulgando aspectos conceptuales relativos a la filosofía educativa de la Universidad y el programa emprendedor, lo cual ha dado como resultado que se revisen los programas analíticos de algunas materias para reforzar determinados temas de enseñanza.

En segundo lugar se han fortalecido las actividades creativas de los alumnos de la clase de Generación de Empresas I, mediante estímulos orientados a presentar productos más elaborados en las "Muestras de Productos Estudiantiles". Esta actividad tiene la finalidad de mostrar la creatividad de los participantes, por esa razón, no se permite la exposición y venta de productos elaborados comercialmente por empresas establecidas. Los bienes y servicios que se exponen deben contener un valor agregado por los alumnos, y además, deberán de haber sido evaluados técnicamente por ellos a nivel de prefactibilidad, para

producirlos a niveles comerciales. En 1995 se efectuaron cuatro eventos de esta naturaleza y fue tal el interés manifestado por los estudiantes, que en la muestra correspondiente al mes de diciembre participaron alumnos que ya habían aprobado la materia. Esto ha permitido pensar que para el mes de diciembre de 1996 podría efectuarse una Muestra de Productos, abierta a los estudiantes de la Universidad que tuvieran interés de participar.

Y finalmente, 1995 fue el año de revisión del contenido de los programas analíticos pertenecientes al Programa Emprendedor, lo que ha permitido elaborar una mejor jornalización de las clases de generación de empresas. Además, se consiguió un mejor control en cuanto a la calidad de los estudios de factibilidad presentados por los alumnos.

2.4.- UNITEC: CENTRO EDUCATIVO EMPRENDEDOR
Líder en excelencia, tecnología y prestigio educativo

2.4.1.- Introducción

La Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) ha alcanzado a lo largo de sus catorce años de historia un importante liderazgo fundamentado en la excelencia académica, la alta tecnología y un espíritu emprendedor capaz de transformar a Honduras, lo que la convierte en una institución educativa de gran prestigio en la región centroamericana y en el resto del continente.

El liderazgo de UNITEC está demostrado por el papel protagónico que desempeñan los cientos de jóvenes graduados dentro del proceso transformador del sector empresarial hondureño, en el cual destacan como ejecutivos creativos, innovadores, tenaces y capaces de competir en el marco de las grandes exigencias que impone el mundo globalizado y el uso de la alta tecnología.

Pero además del liderazgo alcanzado en su labor educativa, es reconocido el aporte de esta universidad en su trabajo de extensión a la sociedad nacional, como gestora de diversos proyectos de desarrollo y pionera de grandes iniciativas que han traído grandes beneficios a la población en general.

2.4.2.- Espíritu Emprendedor Hecho Realidad

La creación de UNITEC fue aprobada por el Consejo Universitario en su sesión del 17 de diciembre de 1986, después de tres años de gestiones realizadas por sus fundadores, que sin ningún fin de lucro e impulsados por su espíritu emprendedor, han venido luchando por hacer de la institución lo que es hoy en día.

Ese grupo de fundadores está integrado por: Ms. Leticia Ma Tay, actual Rectora; Ms. Norma Ponce de Sánchez, Vicerrectora Académica; Ms. Román Valladares, Vicerrector de Universidad Virtual; Ms. Marcial Solís Paz, Vicerrector de Desarrollo Estudiantil y Educación Continua; Ms. William Chong Wong; Ms. Angel Godoy Flores, Vicerrector Administrativo; Ms. Ramón Sarmiento, Vicerrector de Extensión Municipal y Desarrollo Comunitario; el Abogado Ramón Sánchez Borba, Secretario General y el Dr. Benjamín Villanueva, el primer Rector que tuvo la universidad.

Los fundadores, todos connotados académicos y en su mayoría ocupando en ese entonces cargos de dirección en el campo universitario, aspiraban a crear una universidad que superara las deficiencias de la educación nacional, con el más alto nivel académico y que ofreciera nuevas alternativas a la sociedad con carreras que no se estuvieran impartiendo en el país.

Aunque pareciera una aventura y algunos llegaron a calificarlos de ilusos y soñadores, los fundadores recuerdan con mucha esperanza, como en el mes de agosto de 1987, se abrieron las puertas a la nueva universidad en el Barrio La Guadalupe, sin un local propio, con cuatro computadoras prestadas y una

matricula inicial de 69 estudiantes. Los mismos fundadores asumieron el rol de catedráticos ad honorem, pues no contaban con muchos recursos financieros y los pocos fondos captados estaban destinados a la capitalización de la naciente organización.

Una de las primeras dificultades que enfrentaron fue la reprobación y deserción de estudiantes, debido a las mismas deficiencias del sistema educativo que pretendían superar. Aunque esto generó el riesgo de cerrar la institución, el Consejo Académico decidió mantener la alta calidad educativa que se habían fijado, or la que han venido luchando y quince años después (2003), la convierte en una institución educativa del mejor nivel.

2.4.3.- El Proyecto Crece y se Multiplica

El prestigio educativo alcanzado hizo que el crecimiento de UNITEC fuese tan acelerado que en poco tiempo, sus autoridades se vieron obligadas a trasladarse a un nuevo local en el Barrio La Alameda, donde la universidad funcionó durante cinco años, hasta que en enero de 1994 inauguraron su moderno campus en la Zona Jacaleapa de la capital.

Un año después, se registra la apertura de oficinas propias en la ciudad de San Pedro Sula, donde UNITEC había mantenido una presencia desde 1989, a través de sus programas de maestrías y diplomados.

Las actividades en la zona norte comenzaron el 10 de febrero de 1995, en el Edificio Trejo Merlo y el Edificio CADERH, en la salida a La Lima. El primer Vicerrector Regional fue el licenciado Marcial Solís Paz, quien relató que en seis años de fundación, el campus ha tenido un crecimiento en matrícula de 155 alumnos en 1995 a casi dos mil en el presente año.

UNITEC cuanta con amplias y cómodas instalaciones y suficientes aulas con las condiciones necesarias para un buen proceso de enseñanza aprendizaje. También, con aulas magnas y otras para eventos especiales, así como para los Programas de Maestría y Educación Continua. Los laboratorios de cómputo están dotados con moderno equipo para que los estudiantes puedan ser formados dentro de los avances tecnológicos del mundo globalizado.

También están los laboratorios de Física, Química y Biología, a los que se ha sumado el de Comunicación y Publicidad en el Campus Tegucigalpa, con un sofisticado equipo para la producción audiovisual. En los últimos meses, se convirtió en la primera universidad en el país y la segunda centroamericana en instalar su Laboratorio de Robótica, lo que constituye un logro histórico en la formación de los futuros ingenieros industriales en la nación.

Se cuenta además con el servicio del Centro de Información de UNITEC (CIUNITEC), con información automatizada para que los estudiantes puedan hacer sus consultas desde cualquier lugar. Se ofrece el servicio de transporte con cómodas y seguras unidades de buses que cubren dos rutas en cada ciudad.

2.4.4.- Excelencia Académica en Todos los Niveles

Aunque las clases de pregrado comenzaron en el mes de Agosto de 1987, la vida académica de UNITEC inició algunos meses antes, con el Programa de Educación Continua, que se mantiene como líder en impartir seminarios, cursos y diplomados dentro de un avanzado plan de profesionalización acorde a las necesidades de la sociedad.

En el transcurso de los años se han abierto nuevos programas educativos, en las modalidades de presencial y a distancia, caracterizados todos por la excelencia académica y el uso de alta tecnología educativa, elementos que se han convertido en el sello de distinción de UNITEC.

Actualmente la universidad cuenta con más de cinco mil estudiantes en sus dos campus e imparte 14 carreras de pregrado y 16 carreras de postgrados; de estos últimos se imparten 12 en la modalidad virtual y 4 en la modalidad presencial. La primera graduación se registra en el año de 1992, cuando la universidad entrega a la sociedad hondureña los primeros 28 jóvenes profesionales, cifra que ha crecido a cerca de 1500 egresados en distintas carreras de pregrado y postgrado.

2.4.5.- El Mejor Campus Virtual en el Continente

Un hecho que ha marcado la historia de UNITEC y la educación nacional fue la conexión a través del satélite Morelos con el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), lo cual conduciría a la ejecución del novedoso proyecto de Universidad Virtual.

Con este proyecto, UNITEC se convirtió en pionera en la región centroamericana y una de las primeras universidades a nivel latinoamericano en desarrollar el novedoso sistema que constituye un nuevo paradigma en la educación con la más alta tecnología a su servicio.

Actualmente la universidad imparte maestrías a través del sistema virtual así como otros programas de profesionalización continua. Al mismo tiempo, UNITEC Tegucigalpa y San Pedro Sula, ha sido distinguida con los premios al Primer y Tercer Lugar como los mejores campus entre más de ochenta opera la Universidad Virtual del ITESM en América Latina

2.4.6.- Impulsando la Excelencia en Forma Integral

UNITEC ha promovido la excelencia en todas las dimensiones; uno de los medios ha sido el programa de becas, que ha otorgado más de tres mil oportunidades de estudio a jóvenes destacados en el campo académico, deportivo y artístico.

También se dirigen diversos programas orientados al desarrollo integral de los estudiantes, especialmente, en el área psicopedagógica, cultural, social, salud preventiva y deportes. En esta área, UNITEC cuenta también con un reconocido liderazgo, al contar con los equipos femenino y masculino de voleibol, bases de las selecciones nacionales y campeones invictos de la Liga Mayor desde su organización a la fecha.

Otro motivo de orgullo es el Coro y Orquesta de Cámara, cuyo trabajo artístico está a cargo del maestro Jorge G.Mejía, bajo cuya dirección se ha logrado la grabación de un CD de música tradicional hondureña y aplaudidas presentaciones públicas y privadas, como obras clásicas presentadas por primera vez en el país y la que se ofreció en honor a la Reina Sofía de España, en su reciente visita.

También está la Sociedad de Debates, escuela de líderes cuyos miembros han destacado por sus magníficas presentaciones internacionales como la organizada por la Asociación de Universidades Privadas de Centroamérica (AUPRICA) y en el XX Modelo de la Organización de Estados Americanos, en Edmonton, Canadá.

2.4.7.- Extensión y Desarrollo Municipal

Otro de los aportes de UNITEC a la sociedad hondureña, en el que también queda demostrado su liderazgo, es el desarrollo del Programa de Capacitación Municipal, considerado como modelo en la región centroamericana por el alto valor estratégico en el mejoramiento de la gestión municipal en el país.

Después de seis años, el programa funciona a través de tres proyectos y ha generado 28,218 oportunidades de capacitación en 339,500 horas de instrucción a tres grupos básicos: alcaldes y regidores, empleados municipales y líderes comunales. También se ha capacitado, en dos oportunidades, a los candidatos a alcalde, de todos los partidos políticos.

Los resultados de ese trabajo han quedado demostrados en el mejoramiento de la administración municipal, un nuevo marco de relación con los ciudadanos, la formación de comités ciudadanos para la transparencia y calidad y la creación de nuevas unidades, especialmente, en la atención a los contribuyentes.

2.4.8.- Reconocimiento y Acreditación Internacional

El prestigio de UNITEC es reconocido en sus relaciones con prestigiosas universidades del mundo, con las que se mantienen programas de intercambio y cooperación. A través de estos, durante los últimos dos años, delegaciones de estudiantes de ambos campus han visitado de manera simultánea varios países de América, Asia y Europa.

Otro logro internacional importante es el reconocimiento del Capítulo UNITEC por parte del Instituto de Ingenieros Industriales (IIE), una prestigiada organización mundial, ante la que se desarrollaron trabajos de acreditación durante casi dos años. Además del reconocimiento nacional, otorgado en el proceso fundacional y ratificado por una evolución del Consejo de Educación Superior, UNITEC recibió su primera acreditación internacional de parte de la Asociación de Universidades Privadas de Centroamérica (AUPRICA)

El sello de la excelencia de UNITEC quedará ratificado por la Red latinoamericana de Cooperación Universitaria (RLCU), organismo que aglutina a universidades privadas de todo el continente para promover el desarrollo de los pueblos y su integración a través de una educación de calidad. Esto será posible a través de un riguroso proceso de investigación y autoevaluación, al que UNITEC se ha sometido voluntariamente para lograr su acreditación y que deberá concluir exitosamente en el primer semestre del 2002.

2.4.9.- Líderes en Alta Tecnología para el Desarrollo

Desde su creación, UNITEC ha luchado por mantenerse a la altura de las exigencias del mundo globalizado, a la vanguardia del nuevo conocimiento y el uso de alta tecnología.

- Uno de los mayores esfuerzos lo constituye el Proyecto "UNITEC.EDU", que inaugurado en agosto de 1999, que permite la conexión permanente al servicio de internet entre estudiantes, profesores y autoridades académicas de ambos campus, con la más alta velocidad que se ofrece en el país. Con el acceso a esa tecnología se ha dotado de cuentas de correo electrónico y servicio gratuito de internet, en los laboratorios o en sus casas, a todos los miembros de la comunidad universitaria.

  UNITEC ha puesto esa tecnología a disposición del sector educativo nacional, firmando importantes convenios con varios institutos del país, lo que beneficia de manera directa a estudiantes del nivel primario y secundario en la zona central y norte del país. También se suministra internet a varias empresas y al Comité de Emergencia Nacional (COPECO).

- Otro de los logros tecnológicos es la implementación del Sistema de Información de UNITEC (UNITECSYS), mediante el cual se realizan vía internet los procesos de matrícula, adición, cancelación, retiros de asignaturas, así como los sistemas de información de becas, asesor 1ª y administración académica.

- Otro visionario proyecto es el Centro de Información Geográfica (CIEGO), uno de los siete puntos de búsqueda de información geográfica que existe en el mundo, mediante el cual se contribuye en la creación de la infraestructura nacional para la prevención y mitigación de desastres.

UNITEC fue escogida por el gobierno de los Estados Unidos tras considerar su plataforma tecnológica con recursos indispensables como señal satelital propia, estaciones terrenas en las principales ciudades del país, la red educativa más grande de internet a nivel nacional y el recurso humano capacitado.

Entre las funciones de CIEGO, destacan cuatro actividades centrales como la creación de una base de datos de información geográfica, una amplia red de usuarios, centro de distribución de información geográfica y capacitación técnica.

Tema 3:

GENERALIDADES DE LA FERIA

3. GENERALIDADES DE LA FERIA

3.1.- Antecedentes

El convenio UNITEC–USAID así como las municipalidades de cada lugar donde se realiza la feria en esfuerzo conjunto con los alumnos del proyecto de graduación efectúan un Programa de Desarrollo e Implementación de Ferias. La tarea de los estudiantes es la siguiente: Asesorar a pequeños empresarios del municipio, por medio del desarrollo de ferias emprendedoras, que constituyen una vitrina para la exhibición y puesta en venta de sus productos y/o servicios de una manera diferente; al implementar la propuesta de mejoras sugeridas por los estudiantes próximos a egresar, contribuyendo así en el fortalecimiento de la administración de los gobiernos locales municipales. Dentro de esto, el patrocinio es uno de los puntos fundamentales que los tienen la responsabilidad de asegurar.

Las Ferias del Emprendedor en los municipios de nuestro país, representan una innovación del programa municipal, a su vez la evidencia del interés particular que se le está dando a los municipios. Los inicios de la feria del emprendedor se remontan al año 1994, desarrollándose los primeros eventos en el Campus de UNITEC Tegucigalpa, que después se hicieron extensivas a San Pedro Sula.

Dado el gran interés que despertaron en la comunidad universitaria de UNITEC (alumnos, maestros y personal administrativo), unido a esto se evaluó la gran necesidad de las mismas para las municipalidades, es así como se desarrolló una primera experiencia en el municipio de Jacaleapa en el departamento de El Paraíso. La feria fue todo un éxito en niveles de venta, asistencia, despertar del fervor e identidad municipal, presentación de productos de la zona. En seguida siguieron las experiencias exitosas de Ojojona, Omoa y muchas más.

Desde entonces se empezaron a desarrollar ferias (1 por trimestre) en municipios pequeños como un criterio de cooperación a las municipalidades pobres; no obstante, últimamente también se han desarrollado en municipalidades grandes

como Santa Bárbara, Danlí y Comayagua, dado que a pesar del tamaño geográfico de los municipios, es un hecho que los empresarios requieren de asistencia técnica.

Con relación a la incursión de los estudiantes en las municipalidades, fue un procedimiento rápido debido a que UNITEC ya estaba dando asistencia técnica (también a través de alumnos) para el fortalecimiento municipal en áreas como: Planes Estratégicos de Desarrollo Municipal, Diagnósticos Municipales, Fortalecimiento Contable de Municipalidades, Digitalización de registros Catastrales.

Cabe destacar que desde sus inicios la intencionalidad y filosofía de las ferias fue ser un lugar de aprendizaje empresarial, de fomento y rescate de la cultura local, de convivencia social y familiar. O sea, la feria es un lugar sano de exposición innovadora de productos locales, lejos del criterio mal establecidas en la mayoría de poblados donde la creencia era hacer equivalente la feria a juegos de azar o licores.

Por último cabe destacar el efecto multiplicador que genera el montaje de las ferias, en motivar futuras actividades, donde las autoridades locales junto con la comunidad en la mayoría de lugares asumen la responsabilidad de darles seguimiento. Siendo así, los técnicos de UNITEC del Programa Emprendedor manejan el siguiente criterio: "La feria del Emprendedor se prepara en dos meses, se desarrolla en un día y se aprovecha por varios años".

En otro punto, a través de las ferias del emprendedor los alumnos empiezan a interactuar en comunidad, aplicar sus conocimientos, lo cual contribuye a su formación integral. Para UNITEC es un orgullo la feria del emprendedor, pues desde este Programa se ayuda grandemente al desarrollo del país.

3.2.- Objetivos

a.- Objetivo General

Lograr una integración entre la comunidad municipal y estudiantes de UNITEC, contando con el apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID y las Corporaciones Municipales, proporcionándoles asesorías en diferentes tópicos de organización y desarrollo.

Una vez concretado éste propósito se pretende transmitir ésta experiencia a cada comunidad partícipe, con el fin de brindar la capacitación necesaria que les permita poner en práctica dicho proyecto en un futuro, para el beneficio del sector microempresarial y por ende del desarrollo local.

b.- Objetivos Específicos

- Exponer los productos de los artesanos asesorados por los alumnos de proyecto de graduación, de manera que el público pueda apreciar y comprar productos nacionales de muy buena calidad. **Dar a conocer los productos.**

- Crear una oportunidad para contribuir a la promoción y comercialización de los productos elaborados artesanalmente por miembros de una comunidad. **Crear nichos de mercado.**

- Fomentar el espíritu empresarial en los habitantes de los municipios donde se realiza la feria del emprendedor, contribuyendo así al progreso de los mismos. **Forjar los valores del emprendedor.**

- Beneficiar a los consumidores de la región, ofreciéndoles productos de muy buena calidad a precios accesibles. **Brindar un servicio a la comunidad con productos de calidad.**

- Desarrollar canales de comercialización adecuados y rutas de venta. **Establecer contactos para futuras ventas.**

3.3.- Metodología

a.- Exploración Inicial

Previo, tanto alumnos como instructor o Responsable del Programa Emprendedor tienen que conocer de las particularidades del municipio. Esto debe desarrollarse en las Sedes Centrales (Tegucigalpa y San Pedro Sula) a partir de entrevistas con conocedores del lugar, revisión de estadísticas, estudio de diagnósticos municipales y planes estratégicos. Esto es muy importante dado que

b.- Inducción con los Alumnos

- La Responsable del Programa Emprendedor realiza a los alumnos explicaciones generales sobre el proceso de Feria del Emprendedor, referidas a conceptos, antecedentes y objetivos de la feria.

- Como elemento motivador se hace un breve repaso de las experiencias exitosas en ferias anteriores.

- Enseguida se presentan los alcances del trabajo a desarrollar, como abordarlo, desarrollarlo, ejecutarlo y presentación de informe final.

- También se orienta sobre la forma administrativa del Programa Emprendedor, con relación a viáticos para la logística, traslado y trabajo de campo de los alumnos.

c.- Organización de Comités

- En cuanto al proceso de realización de la Feria del Emprendedor se inicia con la elaboración de un plan de trabajo.

- Luego se delegan responsabilidades entre los organizadores.

- Se identifican las actividades y necesidades claves y los requerimientos para el desarrollo de las mismas.

- Dentro de la ejecución de cada una de las actividades se deberán organizar comités[2] de desarrollo de ferias integrados por grupos de 5 – 8 personas, en donde se elegirá un coordinador de cada uno.

- También se elegirá un coordinador general y un subcoordinador de todo el grupo involucrado.

- Todos los coordinadores de comités informarán de manera directa al coordinador o al sub coordinador de la Feria que será elegido por votación entre los organizadores del evento, como primer paso decisional.

- Enseguida se desarrollan visitas periódicas a la municipalidad elegida por un período de tiempo de 2 meses previos a la feria.

d.- Enlace Municipal

- Una vez definida la municipalidad, se inicia un primer contacto telefónico donde se le vende la idea de Feria del Emprendedor y se consigue una cita que reúne a Alcalde Municipal (algunos miembros de la Corporación Municipal) con la Responsable del Programa Emprendedor.

- Situados en la municipalidad, la primera institución a visitar como enlace institucional es la Alcaldía Municipal. Explicadas las generalidades de las Ferias, Antecedentes, e Intencionalidades de la misma, se deja la

---

[2] Es un grupo de personas que tienen funciones definidas y trabajan en la preparación y desarrollo del evento, sobre un área en común.

responsabilidad en las Autoridades Municipales de convocar a una segunda reunión donde se suman a los posibles microempresarios que recibirán asesoría. *El grupo (número) se elige conforme al número de estudiantes* disponibles. Según registros del Programa Emprendedor, en ferias anteriores se han atendido de 7 a 14 empresas con grupos de alumnos que van desde 5 a 8 personas.

e.- *Acercamiento y Trabajo con Microempresarios*

- La metodología obliga primeramente a trabajar con el elemento motivación. Las variables claves sobre las cuales se les insiste a los microempresarios es en dar a conocer su producto con una nueva imagen (por ejemplo: empaque), como también en que se asegura un impacto en ventas.

- Después se establece un cronograma de visitas periódicas, en las cuales se busca estructurar conjuntamente (alumnos – microempresarios) un mejor proceso de producción, empaque del producto, estrategia publicitaria, para tener un buen suceso tanto en la feria como posterior a la misma.

Tema 4:

MONTAJE DE LA FERIA

4.- MONTAJE DE LA FERIA

Se deben cubrir las tres etapas que conlleva la realización del evento:

- Actividades Antes
- Actividades Durante
- Actividades Después

4.1.- Actividades Antes

El coordinador general y el sub coordinador tienen que estar al tanto de cada uno de los aspectos involucrados en la preparación de las condiciones más óptimas para el desarrollo del evento, así como informarse de los avances organizativos y las actividades por comité que se realizan con el fin de dar seguimiento a las gestiones. Las actividades más importantes son:

a) Compromiso de las fuerzas vivas del municipio.
b) Elección del lugar y fecha de realización de la feria.
c) Elección del logotipo de la feria y del municipio.
d) Organización de comités de apoyo.
e) Selección del coordinador general y sub coordinador
f) Selección de los coordinadores de cada comité.
g) Determinar las necesidades de equipo, materiales y recurso humano para elaborar un presupuesto global.
h) Búsqueda de patrocinadores que auspicien el evento.

a) Compromiso de las fuerzas vivas del municipio

Antes de iniciar la preparación de la feria, se debe asegurar el compromiso de las personas que participarán en ella y de aquellas que pueden influir en la realización de la misma.

En primer lugar, se encuentra la Alcaldía municipal que debe servir de enlace entre los organizadores y la comunidad. El Alcalde debe promover el evento entre los pobladores, permitir el uso de sus instalaciones para reuniones de planificación y colaborar en la emisión de ordenanzas municipales, como ser:

- El cierre de calles
- Exoneración de impuestos
- Facilitación de energía eléctrica
- Autorización de la colocación de mantas promocionales (Juez de Policía emite la autorización)
- Apoyo logístico para la instalación de stand (Cuerpo de Bomberos coopera en este sentido)
- Dotación de mobiliario (en caso de existir)
- Aseo del lugar
- Solicitud de logística a entidades o asociaciones cooperantes
- Promoción del evento por los principales medios de comunicación
- Gestión y apoyo en trámites de cooperación de la empresa privada u otros organismos.

Otro ente cooperante son los líderes, tanto formales como informales, que sirven para motivar la aceptación del evento y cooperación de los productores y comunidad general. Según la necesidad se puede recurrir a ONGs, empresas privadas u organizaciones empresariales locales. Empero, el liderazgo en los municipios generalmente es ejercido por el clérigo, así como por los maestros de las escuelas y colegios.

b) Elección del lugar y fecha de realización de la feria

Lugar.-

Generalmente el lugar más idóneo es la plaza o Parque Central del Municipio, ya que es al aire libre, cuenta con un amplio espacio para ubicar a los expositores[3] e invitados. Además, es el lugar geográfico con el cual la comunidad en general se identifica, empero esto depende de la fecha de realización, porque si fuera en tiempo de lluvia deberá planearse en un lugar techado; si la comunidad contara

[3] Son los micro, pequeños y medianos empresarios que expondrán sus productos o servicios el día del evento.

con un centro comunal o gimnasio conocido por los habitantes de la zona y municipios aledaños, también podría ser una buena opción para la realización de la feria.

Fecha.-

Se deben tomar en consideración varios aspectos:

- Día de la semana de mayor visita por parte de los turistas al municipio. Generalmente es el domingo.
- Cercanía a la fecha de pago. Ya que en nuestro país no se cultiva la capacidad de ahorro, la cultura que prevalece es que la ciudadanía acostumbra a contar con su dinero únicamente unos días después del pago.
- Realización de otros eventos en localidades cercanas.
- También, se puede vincular la ferias con las fiestas patronales del lugar.

c) Elección del logotipo de la feria y del municipio

Se debe identificar aspectos tradicionales que distingan la feria y el municipio donde se realizará el evento, con el propósito que los organizadores presenten propuestas de logotipos y lo elijan por medio de votación.

Los logotipos tienen que ser atractivos y representativos del lugar, de lo que contendrá el evento, tomando en cuenta los aspectos culturales sobresalientes del municipio.

Ejemplo:

- Comayagua - El Reloj de la Catedral
- La alfarería en Ojojona
- Tabaco, el maíz y las colinas en Danlí.

d) Organización de comités de apoyo

Para facilitar la planeación, preparación y ejecución de la feria, así como la obtención de resultados positivos, se deben delegar funciones y responsabilidades

para el mejor desarrollo de las actividades. Ver este aspecto desarrollado más adelante en acápite de organización.

e) Selección del coordinador general y sub coordinador

La feria del emprendedor es debidamente organizada. En ese proceso se elige a un coordinador y subcoordinador de la misma, elegido entre los alumnos; los cuales administran la feria y están responsabilizados de ejecutarla debidamente, despertando interés en la comunidad e impactos en los microempresarios, además la feria para ellos se constituye en una evaluación que influye mucho en el proceso final de graduación de sus respectivas carreras.

f) Selección de coordinadores de cada comité

La feria como evento serio y administrativo, se divide en un sinnúmero de instancias, encargadas de solucionar cada una de las necesidades que exige el programa. Las actividades se descentralizan de manera específica en cada comité a fin de hacer más operativos los procedimiento y/o brindar mejor respuesta a las asistencias para con los microempresarios.

g) Determinar las necesidades de equipo, materiales y recurso humano para elaborar un presupuesto global

Por ser un evento debidamente organizado, entonces no admite improvisación. Por lo tanto, se enlistan las necesidades materiales, equipos y recursos humanos, para tenerlos dispuestos al momento de la necesidad. Esto tiene su compensación en una estructura de costos manejada a través de un presupuesto razonable, procurando invertir el recurso financiero de manera óptima.

h) Búsqueda de patrocinadores que auspicien el evento

Definitivamente el evento no se puede realizar sin el auspicio de patrocinadores. Esta demostrado que según el esfuerzo e interés por parte de los alumnos y microempresarios, entonces los patrocinadores responden de manera efectiva y

oportuna, pues, también es una oportunidad que tienen de proyectarse (publicitarse) en la localidad donde se desarrolla la feria.

4.2.- Actividades Durante

El coordinador general y en ausencia el subcoordinador, de manera operativa garantiza con los comités de apoyo, el cumplimiento de las disposiciones generales y específicas de la feria, la ejecución de las actividades según lo programado, la atención a los expositores, el orden y la seguridad.

Las principales actividades son:

a) Supervisión y Montaje del Stand.
b) Programa de la Feria.
c) Atención del Stand y Registro de Visitantes.
d) Ofrecimiento de una Variedad de Productos.

a) Supervisión y Montaje del Stand

Una vez limpia el área del evento, es necesario efectuar una buena supervisión del montaje del stand a fin de asegurar su eficiente instalación, ya que el día de la feria suelen producirse algunos obstáculos que retrasan su preparación.

Se recomienda hacer las actividades de montaje de toldos y escenario con suficiente tiempo de anticipación, si es posible un día antes para comenzar a la hora de inicio fijada, guardando las prevenciones del caso. Ejemplos de prevención son los siguientes: Cabuya para sujetar los stands por si el clima varía inesperadamente (en caso de que el evento sea al aire libre), cinta aislante por fallas en los cables de electricidad, navajas, tijeras, engrapadoras y grapas, etc.

b) Programa de la Feria

Para la planificación y elaboración de los programas (acto de inauguración, programa artístico y programa de entretenimiento), debemos:

- Confirmar la participación de cada uno de los involucrados anticipadamente.
- Establecer y asignar la duración y la hora más conveniente de cada una de las actividades del programa. Se deben establecer actividades paralelas, es decir dos al mismo tiempo, una para niños y otra para adultos.

Con base a experiencias de ferias anteriores, se deben programar las actividades más atrayentes para las horas en que hay más afluencia de espectadores. Las horas recomendadas son de 11:00 a.m. a 1:00 p.m. por el almuerzo, y de 1:00 a 3:00 p.m. son las horas picos de visitantes.

Es muy importante recalcar la puntualidad. El programa debe desarrollarse de acuerdo a los tiempos y horas programadas para evitar choques en el horario de las participaciones.

b.1.- Con relación al Acto de Inauguración

La correcta organización y realización de este acto, permite otorgarle un enfoque de distinción y trascendencia al evento. Por otra parte, permite involucrar a las distinguidas personalidades del municipio e invitados especiales.

Se recomienda incluir en el acto de inauguración las palabras de bienvenida de los anfitriones, una invocación a Dios (el coordinador), el discurso de una de las personalidades invitadas (microempresario) y el corte de cinta (Alcalde Municipal). Estas actividades se deben asignar a las distintas personalidades y confirmar su participación con anticipación al evento.

b.2.- Con relación al Programa de Entretenimiento

Deben asegurarse juegos donde participen personas de todas las edades. Se recomiendan los siguientes, que se han instituido en la mayoría de las ferias realizadas, obteniendo buenos resultados.

- **Piñatas:** Se recomienda reventar entre 4 – 8 piñatas con una capacidad entre 800 – 1,200 confites cada una.

- **Payasos:** Se sugiere contratar una o varias personas graciosas y dinámicas para que asistan a cada uno de los juegos desarrollados con los niños. Se recomienda establecer turnos para dos presentaciones para que cubran las jornadas de la mañana y la tarde.

- Se recomienda cualquier otra actividad atractiva, pero autóctona de la zona. Esto puede servir para identificar a artistas locales.

Estas actividades pueden realizarse en los recesos entre cada acto

- **Rifas:** Se recomienda rifar premios que sean de utilidad y/o beneficio a los participantes. Ejemplo: Canastas familiares que contengan los productos básicos del hogar, ropa, cuentas de ahorro, certificados de productos, útiles escolares, juguetes, etc. En esta actividad participan niños, niñas y personas adultas.

  Los números de las rifas se distribuyen a los compradores de productos en cualquiera de los stands.

- **Concursos de Baile:** Se recomienda utilizar ritmos de música variada. Ejemplo: Disco, merengue, salsa y punta. Estos eventos deben ser coordinados por un animador de la feria.

- **Concursos de Canto:** Se debe contar con el equipo de sonido y micrófonos necesarios; el ganador será elegido por medio de aplausos del público.

- **Juegos:** Existe una gran variedad de los mismos. A continuación se presentan algunos.

El Huevo en la Cuchara

Este juego consiste en que un grupo de personas (niños o adultos) sostienen con los dientes una cuchara que contiene huevo y caminan cierta distancia. La persona que llegue primero a la meta establecida es la ganadora.

Materiales: Cucharas y huevos de acuerdo al número de participantes.

Los Encostalados

Este juego consiste en que un grupo de personas (niños o adultos) se meten en los costales y avanzan saltando hasta llegar a una meta fijada, la persona que llegue primero a la meta es el Ganador.

Materiales: Costales (100qq)

Pedir Cosas

En este juego participan todas las personas del público. Un animador pide cosas extrañas. Por ejemplo: Un calcetín de x color, una tarjeta de identidad que termine en x número, etc. La persona que lleve primero el objeto solicitado gana un premio.

Los Comelones

Este juego consiste en que un grupo de personas (niños o adultos) hacen una competencia para ver quién come más. El ganador recibe un premio.

Materiales: 2 sandias grandes por participante.

b.3.- Con relación a Montaje de Actos Culturales

Este debe incluir lo siguiente:

- Cuadro de danza de música folklórica, garífuna, etc.
- Poesías o recitales.
- Presentación de una obra de teatro o dramatizaciones.
- Grupo de voces.
- Mojigangas.
- Marimba.

- Banda de guerra de los colegios locales.
- Otros.

b.4.- Con relación a Entrega de Reconocimientos

Se entregará un diploma de reconocimiento a todos los expositores, patrocinadores y colaboradores de la feria. Esto es importante por ser un elemento motivador de la feria.

c) Atención del Stand y Registro de Visitantes

El stand debe ser atendido permanentemente por personal idóneo, éste debe poseer el suficiente conocimiento sobre el producto y/o servicios expuestos, dando a conocer todos sus atributos. Se recomienda distribuir brouchures informativos y tarjetas de presentación en cada uno de los stands.

Es conveniente tener formularios impresos que faciliten el registro de interesados a fin de realizar un buen seguimiento de los contactos establecidos ese día. El mismo debe contener el nombre y apellido del cliente potencial, dirección y número de teléfono.

d) Ofrecimiento de una Variedad de Productos

Parte de la asesoría incluye aspectos de diversificación, así los stands tienen que tener una gama de productos como reflejo de la buscada diversificación económica.

4.3.- Actividades Después

Las principales actividades son:

a) Desmontaje del stand

b) Limpieza de la plaza

c) Seguimiento

a) Desmontaje del stand

El coordinador debe apoyar y facilitar el proceso de desinstalación del stand y el retiro de los participantes del recinto ferial.

Cada microempresario colaborará con el desmontaje de su stand y limpieza de su área, igualmente se debe retirar la decoración, mesas y sillas (área de comida), entre otros.

Se debe velar porque se brinde la seguridad a las instalaciones, aún finalizado el evento, mientras los implementos son retirados del lugar.

b) Limpieza de la plaza

Los organizadores deben velar porque la plaza quede en las mismas condiciones que la encontraron. Para lograrlo deben asignar personal para limpiar y quitar la decoración del lugar, postes y calles decoradas. Para ellos se necesitará el equipo de limpieza necesario.

c) Seguimiento

Se trata de registrar el proceso y desarrollo de cada una de las actividades, personas involucradas, entrevistas con los espectadores y participantes de la feria, para documentar las experiencias vividas y preparar un reporte final que quede en la Alcaldía Municipal para la orientación de eventos futuros.

Se debe preparar un programa de seguimiento y monitoreo. Así se podrá cuantificar los resultados obtenidos en la feria del emprendedor; esto es de mucha utilidad en ferias posteriores.

INFORME FINAL

Este debe estructurarse de la siguiente manera:

- Los miembros de cada comité participante (ver comité más adelante en organización) deben preparar un informe detallado de todas las funciones asignadas y actividades realizadas para lograr el éxito de la feria.

- Presupuesto global de la feria. Este consiste en detallar cada una de las actividades y las necesidades identificadas con su costo estimado de acuerdo a cotizaciones realizadas por cada comité.

- Cada grupo de estudiantes debe hacer una descripción del producto o servicio que están asesorando; también deben presentar una breve reseña histórica sobre los microempresarios asesorados, con el fin de dar a conocer brevemente la empresa y el producto. De esto se pueden dar detalles mientras se desarrolla la feria, por el animador de la misma.

- Cada productor debe registrar detalladamente los gastos incurridos, por producto y decoración del stand, así como la publicidad utilizada: tarjetas de presentación, brochures y otros. Igualmente establecer su ganancia con la fórmula sencilla de Precio de Venta menos Costos.

- Cada productor debe establecer el número de unidades presentadas por producto (stock), para que al final de la feria pueda determinar con exactitud el número de unidades vendidas.

- Se deben presentar comentarios o lecciones aprendidas durante la preparación y realización de la feria para que se implementen o eviten en eventos posteriores.

- Anexos: Fotografías de la feria, hojas volantes, cartas enviadas a los patrocinadores, modelo de programa y diploma de reconocimiento.

- Conclusiones: Deben incluir los puntos claves o determinantes en la organización y realización de la feria.

- Agradecimiento a las personas que están haciendo posible el desarrollo de la feria del emprendedor.

- Recomendaciones en vista de las lecciones aprendidas.

PARTE II:

EJECUCIÓN, EVALUACIÓN

Y

SEGUIMIENTO

Tema 5:

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

5.- ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

5.1.- Esquema Organizacional (Organigrama Funcional)

a.- Staff

Coordinación y Asesoria Microempresarial

b.- Areas Sustantivas

Comitè: Logística, Contingencia y Operatividad

Comité: Mercadotecnia y Publicidad

Comité: Entretenimiento y Programa de Feria

Comité: Financiero

c.- Areas de Apoyo

Para Coordinación:

Sub Coordinación

Asistencia Técnica

Para Logística:

Logística

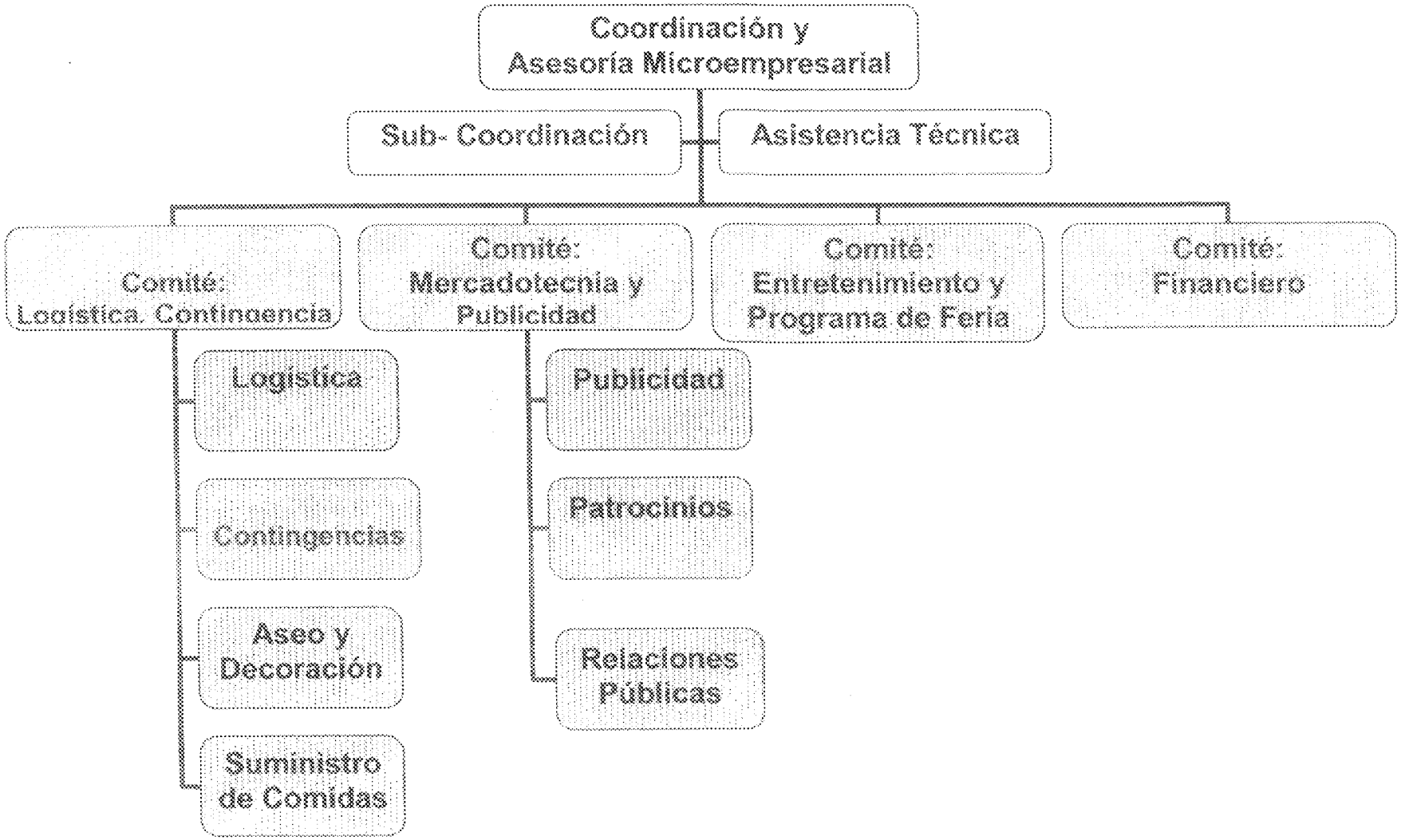
Contingencias

Aseo y Decoración

Suministro de Comidas

Para Mercadotecnia: Publicidad, Patrocinios y Relaciones Públicas

ORGANIGRAMA FUNCIONAL: FERIA DEL EMPRENDEDOR



5.1.1.- Coordinación de Ferias y Asesoría Microempresarial:

Son tareas del Coordinador y Sub-Coordinador de Feria las referidas al manejo integral del actuar de los comités, donde a su vez de realizar la tarea de asesoría, deben apoyar el trabajo de cada uno. Todo debe estar orientado hacia un trabajo en equipo. Tareas claves son las siguientes:

- Programar el día, hora y lugar donde se realizarán las reuniones con los responsables de cada comité. Se recomienda que los coordinadores de los comités se reúnan una vez por semana.

- Asignar las funciones a cada comité y monitorear el cumplimiento de las mismas. Es decir, supervisar que las actividades asignadas a cada grupo se realicen de acuerdo a lo programado.

- Fijar en grupo, con los responsables de cada comité, los criterios académicos y técnicos que deben prevalecer en las asesorías de los microempresarios, a fin de que todos manejen los mismos parámetros.

- Elaborar un Plan de Contingencia conjuntamente con el Comité de Logística y Contingencia, con el objeto de brindar respuestas oportunas a todos los imprevistos que se presenten.

- Apoyar a la Coordinación del Comité de Mercadotecnia y Publicidad en la promoción de la Feria del Emprendedor. Ejemplo: Participar en entrevistas en los noticieros de T.V. y radio, como representantes públicos de la organización de la Feria del Emprendedor. Los alumnos siempre deben identificarse como representantes de UNITEC.

- Estructurar junto con el Comité de Entretenimiento, un atractivo Programa de Feria, incluyendo la presencia en la feria de personalidades: políticas, económicas, sociales, religiosas.

- Velar por una administración transparente de los fondos recaudados de los patrocinios y aportaciones del grupo.

Asistencia Técnica:

Brindar asesoría técnica e instrucción académica a fin de que los microempresarios expongan un mejor producto, de calidad, innovador.

Brindará apoyo técnico que permita el buen desarrollo de las actividades de la feria del emprendedor, contribuyendo a reforzar actitudes y valores como Honestidad, Trabajo en Equipo, Actitud de Servicio; y la Racionalización de los Recursos Disponibles.

5.1.2.- Comité de Logística, Contingencia y Operatividad:

a.- Logística: Actividades Generales

- Brindarles a los microempresarios un espacio adecuado para la exposición de productos, que reúna criterios de mercadotecnia.
- Atender todas las contingencias e imprevistos que se presenten en el momento de la feria.
- Encargados del aseo y decoración del lugar de feria.
- Este grupo también es encargado de la comida, de establecer en un espacio específico para toda la oferta culinaria a efectos de estar dispuesta para los visitantes (muchos van a comer en familia). Recordar que ese debe ser el único objetivo, dotar de comida a los visitantes, ya que no es una feria culinaria, sino microempresarial. Los platos presentados deben reflejar la comida típica del lugar.

b.- Logística: Actividades Específicas

- Determinar el espacio con que cuenta la plaza, para conocer el número de expositores que pueden participar. Para ello se deb obtener las medidas

exactas en comparación al tamaño de los stands. Normalmente se utilizan espacios de 3 mts. de largo x 2 mts. de ancho, ya que los toldos de mayor disponibilidad miden 6 mts. de largo x 4 mts. de ancho, en donde se ubican por lo general 2 expositores en cada uno. Esta actividad es el punto de partida, ya que para diagramar dicha distribución se necesita tomar las medidas exactas del lugar. Se recomienda realizar esta actividad la primera semana de la feria.

- Hacer un diagrama para establecer la ubicación de cada uno de los stands tomando en cuenta la actividad económica, así mismo incluir áreas de entretenimiento para niños y adultos, escenario, mesa principal, venta de comidas y refrescos, animación, parqueo, etc. Se recomienda hacerlo la segunda semana.

- Hacer un inventario de todos los stands que ocuparán energía eléctrica y definir cuántas extensiones se necesitarán. Se recomienda hacerlo la tercera y cuarta semana.

- Establecer la ubicación de rótulos o inflables de los patrocinadores. Esta actividad se realiza una vez que han confirmado su participación. Esta actividad se recomienda hacerla en la quinta semana.

- Establecer y coordinar los turnos en el área de parqueo, venta de refrescos y comidas para garantizar mejor servicio. Se recomienda hacer los turnos de medio tiempo y esto debe estar definido en la sexta semana.

- Elaborar y colocar rótulos que indiquen el lugar asignado para cada una de las reas. Esta actividad se debe realizar en la séptima semana.

- Elaboración y colocación de banderines, números de stands y rótulos de señalización. Esta actividad debe realizarse en la octava semana.

c.- Logística: Vínculos con otras áreas

- Colaborar con el Comité de Entretenimiento llenando las piñatas y canastitas con confites, envoltura de regalos para las rifas y premios, etc.

- Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades. Se recomienda llevar a cabo reuniones una vez a la semana.

- Reunión informativa con los expositores para indicar la ubicación de cada uno. Última semana, precedente a la feria

d.- Con Relación a las Contingencias

La principal función en esta área es apoyar a los demás comités en sus actividades y estar pendientes de los problemas que se puedan suscitarse previo y durante el desarrollo de la feria.

Funciones

- Establecer el área para parqueo de vehículos. Se estipula entre la segunda y tercera semana.

- Establecer turnos para controlar la entrada y salida de los vehículos y que éstos sean estacionados correctamente para evitar accidentes. Presentar el plan entre la cuarta y quinta semana.

- Cotizar y contratar un bus para el traslado de invitados y participantes del programa artístico provenientes de ciudades y/o lugares aledaños. Se realiza en la sexta semana.

- Contactar a la Cruz Roja para que apoyen en la organización y realización de los juegos (control de niños) según lo programado. Esto debe estar listo en la sexta semana.

- Contactar al Juez de Policías para que nos otorgue permiso de colocación de mantas publicitarias, que asigne elementos el día de la feria para cerrar las calles, velar por el perfecto estado de toldos, escenarios y vigilar por el orden. Realizar la actividad en la sexta semana.

- Contactar a los Bomberos para que colaboren en la colocación de las mantas. Cuando las mantas son donadas por COBESA, ellos apoyan en la colocación. Realizarlo en la séptima semana.

- Elaborar tickets para la rifa de premios. Octava semana.

- Apoyar a los encargados de aseo y decoración en la elaboración de banderines, llenar las piñatas y canastitas con confites, envoltura de regalos para las rifas y premios, pegar afiches, entregar hojas volantes, etc. Esta actividad debe realizarse en la octava semana.

- Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades. Debe ejercer una comunicación fluida con los demás comités.

e.- Con Relación a: Aseo y Decoración

Se debe organizar un grupo será el responsable de la limpieza antes, durante y después de la feria, igualmente de la decoración de la plaza y calles.

Funciones

- Determinar la cantidad y el tipo de materiales que se utilizarán en la decoración del lugar donde se realizará la feria. Ejemplo: Papel china, papel crepé, globos,

plástico de color, flores (naturales o de papel), maíz, frijoles, tusa; auxiliándose con los equipos necesario: maskintype, cabuya, tijeras, engrapadoras, grapas, etc, para su respectiva compra. Se recomienda realizar esta actividad en las tres primeras semana de trabajo.

- Adquirir implementos necesarios en la limpieza del baño, área de juegos, escenario, mesa principal, stands, etc. Por ejemplo: Escobas, mantas, desinfectantes, jabón, detergentes, bolsas de basura, etc. Realizarlo en la sexta semana.

- Contratar personal, si es posible. Debe ser personal idóneo y responsable para asegurar la limpieza antes, durante y después de la feria. Otra opción es solicitar apoyo a las Alcaldías Municipales para que colaboren con la coordinación del evento. Realizar esta actividad la séptima semana.

- Elaborar banderines (pueden sustituirse por otro tipo de decoración), rótulos de señalización, números de los stands, solicitando la cooperación de los otros comités. Esta actividad corresponde a la séptima semana.

- Decorar el lugar donde se desarrollará el evento con motivos que reflejen la idiosincrasia del municipio, para ello se recomienda adornar paredes de fondo y postes. Se recomienda realizar esta actividad la octava semana de trabajo, un día antes de la feria para evitar que la gente destruya o quite la decoración.

- Colaborar con el comité de entretenimiento en sus actividades. Esta actividad debe realizarse en la octava semana.

- Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades.

f.- Con Relación al Suministro de Comidas

Un grupo de logística y contingencias coordinará efectivamente esta actividad. Será un equipo encargado especial de la sección de comidas, tomando en cuenta los gustos, comidas tradicionales y preferencias de la gente; así como las medidas de higiene que amerita el caso.

Funciones

- Elaborar una lista de vendedores de comidas variadas de los cuales seleccionar las personas que participarán en la feria, tomando en cuenta la experiencia de los participantes en ferias anteriores. Esta actividad se recomienda realizarse en la primera semana.

- Coordinar con los encargados generales de logística la ubicación y espacio destinado para los stands de comidas; con el fin de proceder a entrevistar e invitar a los vendedores de comida para que participen en la feria. Se recomienda realizarse entre la segunda y tercera semana de trabajo.

- Organizar a los empresarios del municipio que participen en la feria del emprendedor con la venta de comida y bebida, asegurándose de la variedad e higiene de la misma. Trabajo realizado en la cuarta semana de trabajo.

- Realizar la requisición y adquisición para el alquiler de sillas, mesas y manteles para el área de comida, en caso que la municipalidad no tuviera en existencia. Se recomienda hacerlo en la quinta semana de trabajo.

- Desarrollar una charla de inducción sobre Normas de Higiene y Seguridad con los vendedores participantes. Esta actividad se puede realizar entre la séptima y octava semana.

- Colaborar con los demás comités en lo necesario. Esta actividad debe realizarse en la 8 semana.

- Elaborar tickets para controlar la venta de comidas y refrescos. Se realiza en la octava semana.

5.1.3.- Comité de Mercadotecnia y Publicidad:

a) Publicidad: Actividades Generales

- Es el comité encargado del manejo de las relaciones públicas de la feria.

- Búsqueda de patrocinios tendientes a una mejor promoción e introducción óptima de productos. Implica redactar y firmar las solicitudes de patrocinios. Si no hubiera acceso a computadora, deberá gestionarse apoyo secretarial en la Alcaldía Municipalidad. Se debe buscar patrocinios específicos para impulsar el lanzamiento de determinados productos.

- Promocionar la Feria del Emprendedor por medio de campañas radiales en el municipio donde se desarrolla la feria, espacios en periódicos o a través de anuncios publicitarios en hojas volantes, afiches, entrevistas en noticieros de televisión y anuncios. La campaña publicitaria de la feria dependerá del presupuesto asignado para ello, más el esfuerzo del comité responsable de promoción de feria.

b) Publicidad: Actividades Específicas

- Recibir propuestas de logotipos para escoger el diseño que se utilizará para distinguir la feria.

- Seleccionar el diseño del logotipo. Es preferible que el diseño se defina la segunda semana, ya que éste irá impreso en toda la propaganda de la feria.

- Cotizar y diseñar anuncios en el periódico, afiches y hojas volantes. Se recomienda realizar esta actividad en la tercera y cuarta semana.

- Cotizar y contratar carro parlante que promocione el evento, anunciando los aspectos más sobresalientes de la feria. Dependiendo del presupuesto se podrá transmitir en las comunidades aledañas una semana antes del evento o solamente en la comunidad sede de la feria. Se recomienda realizar esta actividad la quinta semana.

- Gravar un cassette revés y derecho con el mensaje de la feria para que sea transmitido por radio y un carro parlante. La grabación debe contener los aspectos más sobresalientes de la feria: el lugar, la fecha, hora de inicio y las atracciones que tendrá el evento. Se recomienda realizarlo en la sexta semana y puede transmitirse por el carro parlante en la séptima y octava semana.

- Entrevistas en los noticieros y emisoras más populares de la zona donde se realizará la feria. Esta actividad se recomienda efectuarla en la séptima y octava semana de trabajo.

- Colaborar con los demás comités en lo que sea necesario.

- Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades. Para esto se aprovechan las reuniones semanales de comité.

c) Con Relación a los Patrocinios

Se tienen que buscar las fuentes patrocinadoras y darle seguimiento a las solicitudes de cooperación, por parte de entidades gubernamentales, ONG´s o empresa privada.

Funciones

- Establecer las necesidades básicas para extender la solicitud de patrocinio: Ejemplo: mantas, camisetas, afiches, hojas volantes, tarjetas, premios y diplomas para los expositores y patrocinadores del evento o algún otro

reconocimiento, como ser placas y otros. Se recomienda realizar esta actividad la primera y segunda semana de trabajo en la preparación de la feria.

- Coordinar con el Comité de Logística el número de patrocinadores que deseen instalar un stand en la feria. Se recomienda realizar esta actividad en la segunda semana.

- Determinar los posibles patrocinadores para envío de solicitudes y en qué consistirá la ayuda requerida a cada uno. Se recomienda realizarlo en la segunda semana.

- Priorizar las necesidades para solicitar ayudas puntuales, ejemplo: camisetas (opcional), mantas, toldos, carro parlante, premios, decoración, etc. Se recomienda realizarlo en la tercera semana.

- Distribuir y dar seguimiento a las cartas de los posibles patrocinios por medio de visitas personales y/o llamadas telefónicas. Se recomienda realizar esta actividad en la tercera semana para que los potenciales microempresarios puedan tramitar con suficiente tiempo la solicitud y obtener una respuesta entre la cuarta y quinta semana. De esta manera se evitan las presiones de no tener patrocinadores confirmados en fechas próximas a la realización del evento.

- Clasificar el tipo de colaboración o patrocinio. Esto depende de la actividad comercial a la cual se dedique el microempresario necesitado.

- Efectuar la recolección de aportaciones en especie y efectivo para su distribución. La fecha de distribución de los aportes dependerá de la fecha de entrega de los mismos. Esta actividad tiene que ser administrada por el Comité de Finanzas.

- Colaborar con los comités de aseo y decoración en sus actividades. Esta actividad se recomienda realizarla en la octava semana.

- Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades. Aprovechar las reuniones semanales.

- Realizar entrega de premios por parte de los patrocinadores para niños y adultos el día de la feria junto al Comité de Entretenimiento.

d) Relaciones Públicas

Equipo responsable de promocionar el evento en la comunidad y zonas aledañas, estableciendo los contactos necesarios en diferentes aspectos como medios publicitarios, protocolo, entre otros.

Funciones

- Contactar a micro, pequeños y medianos productores para motivarlos a formar parte del evento como expositores y coordinar su participación en la misma. Se recomienda realizar esta actividad en la tres primeras semanas de trabajo.

- Elaborar, diseñar e imprimir el programa artístico e invitaciones, junto con el comité de entretenimiento. Esta actividad se realizará una vez que se hayan confirmado las participaciones de los invitados. Se recomienda hacerlo entre la 4ta y 6ta. semana.

- Manejar la imagen de la feria a nivel institucional, realizando visitas y entregando cartas de invitación a organizaciones nacionales y extrajeras que estén relacionadas con el fortalecimiento de las pequeñas empresas familiares - comunales. Se recomienda hacerlo entre la sexta y séptima semana. Se debe procurar no entregar las invitaciones con mucha anticipación para evitar que se

olvide la fecha del evento, ni en fechas tan cercanas al evento que no puedan asistir por compromiso adquiridos. Por ello realizarlo en la sexta y séptima semana.

- Seguimiento por medio de llamadas telefónicas y/o visitas personales para confirmar la asistencia de cada uno de los invitados. Hacerlo en la séptima y octava semana.

- Determinar el número de personas involucradas en el desarrollo del programa artístico, invitados en la mesa principal y colaboradores del evento como Cruz Roja, Cuerpo de Bomberos, para coordinar los refrigerios y entrega de reconocimientos. Se realiza en la séptima semana.

- Diseñar y elaborar los diplomas de reconocimiento para los expositores, patrocinadores y colaboradores. Realizarlo en la séptima y octava semana.

- Cotizar y comprar el refrigerio para los invitados del programa artístico, mesa principal y organizaciones voluntarias. Se debe realizar en la octava semana.

- Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades.

5.1.4.- Comité de Entretenimiento y Programa de Feria:

a.- Objeto:

Este comité es el responsable de determinar las actividades del programa artístico y de diversión que se presentará en la feria, tanto para niños como para adultos. Tiene apenas el objeto de llevar el mayor número de personas a la feria a partir de los atractivos que se ofrecen, hacer un ambiente ameno y familiar; no obstante, no se debe abusar de este criterio porque se puede perder la perspectiva de la feria,

la cual en todo momento es dar a conocer los productos de los pequeños microempresarios.

b.- Funciones:

- Realizar los contactos necesarios con los colegios, universidades y escuelas para presentar un show de variedades en donde sobresalen: cuadros de danza folklórica y/o garífuna, grupo de voces, recitales, personalidades tradicionales originarias del municipio, obras de teatro, etc. Se recomienda que las participaciones sean del municipio, en segunda instancia contar con invitados especiales. Se sugiere efectuar esta actividad la primera y segunda semana.

- Realizar entrevistas con las personas que coordinan estos grupos para motivarlos a participar en la feria. Esta actividad puede efectuarse en la tercera y cuarta semana.

- Confirmar las participaciones de los grupos y determinar la necesidad de micrófonos y sonido, para el desarrollo del programa artístico. Se desarrolla en la quinta y sexta semana.

- Elaborar junto con el comité de relaciones públicas el programa de entretenimiento para coordinar con cada uno de los participantes la hora y lugar específico de la presentación. Esto se desarrolla en la séptima y octava semana.

- Apoyar al Comité de Logística en lo que sea necesario. Esta actividad debe realizarse en la octava semana.

- Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades.

5.1.5.- Comité Financiero:

Todos los comités deben elaborar un presupuesto individual de las actividades de acuerdo a las necesidades identificadas en la preparación de la feria, para concluir en la realización de un presupuesto global. Este presupuesto debe ser asesorado y luego administrado por el respectivo comité financiero.

Se debe establecer prioridades. Entre otras:

- Alquiler del bus para trasladar personas de las zonas aledañas (es opcional, pero se recomienda porque nos garantiza una mayor afluencia de espectadores y éxito de la feria).

- Toldos si fuera en un lugar al aire libre.

- Mantas promocionales.

- Camisetas distintivas (opcional).

- Decoración del lugar (opcional, ya que cada stand puede incurrir en este gasto individualmente).

- Premios para niños y adultos.

- Refrigerio.

- Pago simbólico de los participantes en el programa artístico (si así lo solicitaran).

Los gastos se reembolsarán con lo recaudado de los patrocinios a excepción de gastos por adquisiciones de artículos de lujo o considerados innecesarios ya que los gastos deben ir acorde a las necesidades identificadas.

5.2.- Cronograma de Actividades

a.- Actividades de Logística, Contingencia y Operatividad

Comité de Logística

ACTIVIDAD	TIEMPO / SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Determinar el espacio con que cuenta la plaza.								
Hacer un diagrama para establecer la ubicación de cada uno de los stands.								
Hacer un inventario de todos los stands que ocuparán energía eléctrica y definir cuántas extensiones eléctricas se necesitarán.								
Establecer la ubicación de rótulos o inflables de los patrocinadores.								
Establecer y coordinar los turnos en el área de parqueo, venta de refrescos y comidas.								
Elaborar y colocar rótulos que indiquen el lugar asignado para cada una de las áreas.								
Colaborar con los demás comités en lo necesario.								
Reunión de coordinadores de comité (una vez por semana).								
Reunión informativa con los expositores.								

Comité de Contingencias

ACTIVIDAD	TIEMPO / SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Coordinar con el Comité de Logística el área establecida para el parqueo de los vehículos.								
Establecer turnos para controlar la entrada y salida de los vehículos y que éstos sean estacionados correctamente para evitar accidentes.								
Cotizar y contratar un bus para el traslado de invitados participantes del programa artístico provenientes de ciudades y/o lugares aledaños.								
Contactar a la Cruz Roja para que apoyen en la organización y realización de los juegos (control de niños) según lo programado.								
Contactar al Juez de Policías para que nos otorgue permiso para colocar las mantas, que asigne elementos el día de la feria para cerrar las calles, velar por el perfecto estado de toldos, escenario, y vigilar por el orden.								
Contactar los bomberos para que colaboren en la colocación de las mantas. Cuando las mantas son donadas por COBESA ellos apoyan en la colocación								
Elaborar tickets para la rifa de premios.								
Colaborar con los demás comités en lo necesario.								
Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades.								

Comité de Aseo y Decoración

ACTIVIDAD	TIEMPO / SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Determinar la cantidad y el tipo de materiales que se utilizarán en la decoración del lugar donde se realizará la feria.								
Adquirir implementos necesarios en la limpieza del baño, área de juegos, escenarios, mesa principal, stands, etc.								
Contratar personal idóneo (si es posible) para asegurar la limpieza antes, durante y después de la feria.								
Elaborar banderines.								
Decorar el lugar donde se desarrollará el evento con motivos que reflejen la idiosincrasia del municipio, para ello se recomienda adornar paredes de fondo y postes.								
Colaborar con el comité de entretenimiento en sus actividades								
Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades.								

Comité de Comidas

ACTIVIDADES	TIEMPO / SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Elaborar una lista de vendedores de comidas variadas para seleccionar las personas que participarán en la feria, tomando en cuenta la experiencia de los participantes en ferias anteriores.								
Coordinar con el comité de logística la ubicación y espacio destinado para los stands de comidas, con el fin de proceder a entrevistar e invitar a los vendedores de comida para que participen en la feria.								
Organizar a los empresarios del municipio para que participen en la feria del emprendedor con la venta de comida y bebida, asegurándose de la variedad e higiene de la misma.								
Realizar la requisición y adquisición para el alquiler de sillas, mesas y manteles para el área de comida, en caso que la municipalidad no tuviera en existencia.								
Desarrollar una charla de inducción sobre Normas de Higiene y Seguridad con los vendedores participantes.								
Colaborar con los demás comités en sus actividades.								
Elaborar tickets para controlar la venta de comidas y refrescos.								
Informar a los demás comités sobre el avance y/o dificultades de sus actividades.								

b.- Actividades de Mercadotecnia y Publicidad

Comité de Publicidad

ACTIVIDAD	TIEMPO / SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Recibir propuestas de logotipos para escoger el diseño que se utilizará para distinguir la feria.								
Seleccionar el diseño del logotipo.								
Cotizar y diseñar anuncios en el periódico, afiches y hojas volantes.								
Cotizar y contratar carro parlante.								
Gravar un cassette a ambos lados con el mensaje de la feria para que sea transmitido por radio y un carro parlante.								
Entrevistas en los noticieros y emisoras más populares de la zona donde se realizará la feria.								
Colaborar con los demás comités en lo necesario.								
Reunión de coordinadores de comité (una vez por semana).								

Comité de Patrocinios

ACTIVIDAD	TIEMPO / SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Establecer las necesidades básicas para extender la solicitud de patrocinio.								
Coordinar con el comité de logística el número de patrocinadores que pueden instalar un stand en la feria.								
Determinar los posibles patrocinadores para envío de solicitudes.								
Priorizar las necesidades para solicitar ayudas puntuales.								
Distribuir y dar seguimiento a las cartas de los posibles patrocinios por medio de visitas personales y/o llamadas telefónicas.								
Colaborar con los demás comités en lo necesario.								
Reunión de coordinadores de comité (una vez por semana).								
Realizar entrega de premios para niños y adultos el día de la feria junto al comité de entretenimiento.								

Comité de Relaciones Públicas ACTIVIDAD	TIEMPO / SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Contactar a micro, pequeños y medianos productores para motivarlos a formar parte del evento como expositores y coordinar su participación en la misma.								
Elaborar, diseñar e imprimir el programa artístico e invitaciones, junto con el comité de entretenimiento.								
Manejar la imagen de la feria a nivel institucional, realizando visitas y entregando cartas de invitación a organizaciones nacionales y extrajeras que estén relacionadas en el fortalecimiento de las MIPYMES.								
Seguimiento por medio de llamadas telefónicas y /o visitas personales para confirmar la asistencia de cada uno de los invitados.								
Determinar el número de personas involucradas en el desarrollo del programa artístico, invitados en la mesa principal y colaboradores del evento como: Cruz Roja, Cuerpo de Bomberos para coordinar los refrigerios y entrega de reconocimientos.								
Diseñar y elaborar los diplomas de reconocimiento para los expositores, patrocinadores y colaboradores.								
Cotizar y comprar el refrigerio para los invitados del programa artístico, mesa principal y organizaciones voluntarias.								
Colaborar con los demás comités en lo necesario.								
Reunión de coordinadores de comité (una vez por semana).								

c.- Actividades de Entretenimiento

Comité de Entretenimiento

ACTIVIDADES	TIEMPO / SEMANAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Realizar los contactos necesarios con los colegios, universidades y escuelas para presentar un show de variedades.								
Realizar entrevistas con las personas que coordinan estos grupos para motivarlos a participar en la feria.								
Confirmar las participaciones de los grupos y determinar la necesidad de micrófonos y sonido.								
Elaborar junto con el Comité de Publicidad (Relaciones Públicas) el programa de entretenimiento para coordinar con cada uno de los participantes la hora y lugar específico de la presentación.								
Colaborar con lo demás comités en lo necesario.								
Reunión de coordinadores de comité (una vez por semana).								

5.3.1- PRESUPUESTO: FERIA DEL EMPRENDEDOR DANLI 2002			
Nº. Un.	DESCRIPCION		
		Valor Unitario LPS.	Valor Total LPS.
	a.- Actividades de Logistica, Contingencia y Operatividad		**3,632.00**
	LOGISTICA		**2,162.00**
28	Mesas largas para 14 stands	14.00	392.00
15	Yardas lazo (sujetar toldos)	11.33	170.00
1	Bus desde Tegucigalpa (alquiler)	1,600.00	1,600.00
	DECORACION		**650.00**
25	Yardas de plástico (banderines)	3.00	75.00
15	Yardas lazo (banderines)	11.33	170.00
30	Pliegos de cartulina	7.50	225.00
1/4.	Galón de pintura de aceite	80.00	80.00
	Cinta café adhesiva	100.00	100.00
	COMIDAS		**820.00**
40	Mesas para área de comida (alquiler)	7.00	280.00
160	Sillas de área de comida (alquiler)	3.00	480.00
20	Yardas de plástico para forrar mesas	3.00	60.00
	b.- Actividades de Mercadotecnia y Publicidad		**13,976.00**
	RELACIONES PUBLICAS		**3,280.00**
80	Invitaciones con sobre	16.00	1,280.00
80	Programas	13.50	1080.00
80	Diplomas de Participación	11.50	920.00
	PUBLICIDAD		**10,696.00**
50	Afiches promocionales full color	24.08	1,204.00
150	hojas volantes blanco y negro	0.28	42.00
3	Mantas promocionales	1,500.00	4,500.00
110	camisetas promocionales (logo de feria)	45.00	4,950.00
	c.- Actividades de Entretenimiento		**9,395.50**
	ENTRETENIMIENTO		**9,395.50**
	Cinta de mantequilla	100.00	100.00
6	Piñatas	50.00	300.00
85	Bolsas de confite	12.50	1,062.50
3	Lazos para piñata	40.00	120.00
8	Costales	12.50	100.00
1	Docena de huevos	18.00	18.00
12	Cucharas soperas de metal	2.08	25.00
1	Bolsa de bombas de colores	65.00	65.00
12	Premios sorpresa para niños	25.00	300.00
2	Pintura tempra para niños	40.00	80.00
2	Pinceles	12.50	25.00
5000	Boletos (Venta de refrescos y rifas)	0.08	400.00
10	Premios a otorgar en rifas	360.00	3,600.00
	Artistas del programa	3,200.00	3,200.00
	VALOR TOTAL		**27,003.50**

5.3.2.- FLUJO DE EFECTIVO: FERIA DEL EMPRENDEDOR SAN BUENAVENTURA 2002				
FECHA	TRANSACCION	INGRESO	EGRESO	TOTAL
11/09/2002	Contribución Semanal	2,300.00	-	2,300.00
11/09/2002	Rifa de Bicicleta	7,520.00	-	9,820.00
11/09/2002	4 Piñatas	-	320.00	9,500.00
11/09/2002	16 Paquetes de Bolsitas	-	160.00	9,340.00
11/09/2002	Impresión de Talonarios	-	538.00	8,802.00
11/09/2002	Gastos de Decoración	-	2,400.00	6,402.00
12/09/2002	Rifa de Bicicleta	2,965.00	-	9,367.00
12/09/2002	80 Afiches	-	1,344.00	8,023.00
17/09/2002	Patrocinio Agencia Meka	1,000.00	-	9,023.00
18/09/2002	Contribución Semanal	500.00	-	9,523.00
18/09/2002	Rifa de Bicicleta	200.00	-	9,723.00
18/09/2002	Casco y Guantes p/ Rifas	-	589.00	9,134.00
18/09/2002	Palos p/ Piñatas	-	20.00	9,114.00
18/09/2002	Rollo Fotográfico	-	63.00	9,051.00
18/09/2002	Gasolina	-	100.00	8,951.00
18/09/2002	P/Regalo:Patrocinador Rifa	-	191.00	8,760.00
18/09/2002	Resto de Bombas: Pamela	-	40.00	8,720.00
18/09/2002	3 Rótulos p/ Feria	-	450.00	8,270.00
18/09/2002	3 Muñecos p/ Feria	-	320.00	7,950.00
18/09/2002	Gastos Comidas (Claudia)	-	418.00	7,532.00
21/09/2002	Contribución Semanal	100.00	-	7,632.00
21/09/2002	Rifa de Bicicleta	800.00	-	8,432.00
22/09/2009	Contribución Semanal	200.00	-	8,632.00
25/09/2002	Payaso Primera Parte	-	700.00	7,932.00
25/09/2002	Rifa de Bicicleta	1,050.00	-	8,982.00
25/09/2002	Patrocinio BANET	2,000.00	-	10,982.00
25/09/2002	Contribución Semanal	500.00	-	11,482.00
25/09/2002	Contribución Semanal	1,150.00	-	12,632.00
25/09/2002	Patrocinio Columbia Electrónica	1,000.00	-	13,632.00
25/09/2002	Diploma/Investigaciones/Programas	-	1,650.00	11,982.00
25/09/2002	Nº. P/ Stands	-	750.00	11,232.00
25/09/2002	Pamela P/ Aseo	-	100.00	11,132.00
26/09/2002	Regalos Niños	-	275.52	10,856.48
26/09/2002	Cucharas Soperas	-	30.00	10,826.48
26/09/2002	Manteles + Depósitos	-	340.00	10,486.48
26/09/2002	Sillas, Mesas, etc.	-	1,624.00	8,862.48
27/09/2002	Depósitos, Sillas.	-	1,624.00	7,238.48
27/09/2002	Patrocinio: Clínica Sn. Jorge	1,500.00	-	8,738.48
27/09/2002	La Colonia, p/ empanedado	-	54.00	8,684.48
27/09/2002	PriceSmart p/ empanedado	-	454.00	8,230.48
27/09/2002	Costales	-	64.00	8,166.48
27/09/2002	Lazo /p piñatas	-	15.00	8,151.48

...Continuación

FLUJO DE EFECTIVO: FERIA DEL EMPRENDEDOR OJOJONA 2002				
FECHA	TRANSACCION	INGRESO	EGRESO	TOTAL
				8,151.48
27/09/2002	Supermercado más x menos	-	242.00	7,909.48
28/09/2002	Regalo Alcalde y Coronel		531.00	7,378.48
28/09/2002	Papel de Regalo 12 pliegos	-	72.00	7,306.48
28/09/2002	Gastos Comida Soldados	-	50.00	7,256.48
29/09/2002	Comida Sábado Noche	-	220.00	7,036.48
29/09/2002	Contribución Semanal	350.00	-	7,386.48
29/09/2002	Bus Ojojona	-	1,600.00	5,786.48
29/09/2002	Payasos	-	700.00	5,086.48
29/09/2002	Bus Tegucigalpa	-	1,500.00	3,586.48
29/09/2002	Mojigangas	-	500.00	3,086.48
29/09/2002	Jarroncitos	-	150.00	2,936.48
29/09/2002	Gasolina Ejército	-	2,400.00	536.48
29/09/2002	Venta Refrescos	1,221.00	-	1,757.48
29/09/2002	Venta Tacos	1,025.00	-	2,782.48
01/10/2002	Gasolina traslado toldos	-	100.00	2,682.48
02/10/2002	Servibar / Depósitos	1,624.00	-	4,306.48
04/10/2002	Pollo Fritocomida Soldado	-	250.00	4,056.48
04/10/2002	Papel Celofán	-	85.00	3,971.48
04/10/2002	Regalitos soldados UNITEC	-	640.00	3,331.48
	Total			3,348.48

Tema 6:

FACTORES DE EXITO DE LA FERIA

6.- FACTORES DE EXITO DE LA FERIA

a) Apoyo de las Autoridades Locales

El compromiso y asumir responsabilidades por parte de las autoridades locales es un elemento imprescindible para el desarrollo de las Ferias. Las autoridades locales influyen en: a) Organización de la comunidad en iniciativas de apoyo al evento. b) Cierre de calles. c) Disponer el lugar del evento. d) Dotar de infraestructura, condiciones de electrificación y otros. e) Asegurar la seguridad ciudadana.

b) Organización de Fuerzas Vivas

En este punto es necesario:

a) Organizar Comité de Turismo, Micro y Mini Cámaras o Juntas Directivas Permanentes.

b) Dividir por rubros: Rosquillas, madera, alfarería, flores, talabartería, lácteos, agricultura (hortalizas), repostería y dulces.

c) Realizar un trabajo interinstitucional.

c) Búsqueda de Patrocinadores

Los alumnos aprovechando la proyección y/o cooperación de UNITEC con la Empresa Privada de Honduras (a través de investigaciones), se dan a la tarea de buscar contribuciones monetarias o apoyo en productos y montajes de stands. Este es un elemento clave para el éxito de las ferias, se pude decir que sin patrocinadores no hay feria o la misma sería una actividad desapercibida. Entre los principales patrocinadores, tenemos: Coca Cola, Café el Indio, Kellog's, Halcón, AlphaGrafics, Venus, Kraft, Colgate.

En general la cooperación de los patrocinadores se remite a: a) Difusión en los principales medios de comunicación. b) Apoyo logístico. c) Apoyo monetario.

d) Promoción Social

Las ferias se realizan en coordinación con las fuerzas vivas del municipio. Empero, para darle relevancia es necesario realizar invitaciones a personalidades claves de la política nacional, andamiaje empresarial, y organización social. La presencia de este tipo de personas le da seriedad al evento, legitimidad, y contribuye grandemente a la promoción del evento.

Con relación a la publicidad del evento, la misma se realiza en los siguientes medios: Noticiero Abriendo Brecha, Hondured-Teleprensa, TVC-Hoy Mismo; Periódico La Tribuna, El Heraldo; Radio HRN y Radio América. Afiches y entrega de hojas volantes, carro parlante en municipalidades aledañas.

e) Seguridad Ciudadana

Tiene que ser garantizada por las autoridades municipales o policías locales. Si no se genera la percepción de seguridad, entonces la afluencia a las Ferias no sería óptima. Por lo tanto la Seguridad Ciudadana se constituye en otro factor de éxito de las Ferias. Por lo contrario, la ausencia de Seguridad Ciudadana es un factor crítico para con los buenos resultados de la Feria.

f) Confianza y Credibilidad de los Gremios

La comunidad, autoridades locales, y en especial los microempresarios le imprimen más dinamismo, interés y compromiso a la Feria en la medida en que están conscientes que la comunidad empresarial ganará en este evento. En todo momento su preocupación es el éxito o fracaso que pueda obtener un productor participante de la feria.

Es papel de los estudiantes (asesores) el convencimiento de la comunidad en los aspectos antes citados, que serían: Confianza, seguridad, imprimir espíritu de triunfo, concienciar sobre los criterios del emprendedor.

g) Variedad de Productos

El éxito de una feria también depende de ofertar una gama de productos, los cuales a su vez tienen que ser productos novedosos, artesanales y móvil garantes de trasladarle a los clientes la identidad del lugar. El cliente cuando compra debe estar convencido que no apenas esta cooperando con una causa microempresarial (familiar), sino se lleva un poco de la cultura del lugar (al ser turista) o consume con orgullo un poco de lo propio (al ser del lugar o nacional).

h) Dotación de Transporte

En todas las experiencias de ferias pasadas, la dotación de transporte -desde Tegucigalpa al lugar selecto- ha sido un factor que genera su aporte trascendental para la afluencia masiva de personas al evento.

i) Programa de Entretenimiento

Sin ser la intención de fondo de la feria, pues es el desarrollo microempresarial local, el entretenimiento que se brinde pesa mucho a la hora de definir criterios de éxito. Por respeto a la cultura autóctona se procura un predominio de atractivos locales; empero, para mayor atracción de ser posible se hace uso de: Banda de los Supremos Poderes del Ejército, Banda del Instituto Central de Tegucigalpa, Marimba de la Universidad Pedagógica.

j) Involucrar a Entidades del Estado

Ejemplo: En la mayoría de ferias se ha involucrado al Ejército, los cuales han cooperado con la Seguridad junto con los Cuerpos Policiales, pero también brindan apoyo logístico en cuanto a montaje y desmontaje de stands y de los arreglos del lugar donde se desarrolla la feria.

Por lo contrario, con autoridades que no se integran, puede ser factor de fracaso de las Ferias.

k) Grupos Sociales y Microempresariales Organizados

En todos los lugares este es punto a favor del buen desenvolvimiento de las Ferias; no obstante no basta la sola organización de por sí, sino el compromiso verdadero de estos actores con el desarrollo municipal. Definitivamente, la participación social y la organización empresarial hacen la diferencia entre una Feria exitosa y otra fracasada.

Tema 7:

INCONVENIENTES DE LA FERIA

7.- INCONVENIENTES DE FERIA

a) Poco Stock (Inventario)

Muchos microempresarios no preparan suficiente stock de producto por miedo a arriesgar, lo cual molesta a los clientes cuando pretende adquirir un producto que solamente esta en exposición.

¿Qué hacer?

En este punto se debe intervenir, procurándole a los microempresarios un abastecimiento directo, barato y oportuno de las materias primas que requiere.

b) Contingencias Menores

Siempre a última hora ocurren unos pequeños inconvenientes, que sin embargo afectan la satisfacción total de lo previsto o planificado en la Feria. Ejemplos comunes son: extravío o daño de materiales, pinchado de llantas, se agota el hielo, falta almuerzos para los colaboradores, entre otros. Parecen pequeños detalles, pero en la sumatoria podría residir el fracaso de una Feria.

¿Qué hacer?

Estar atento de todos los detalles por muy pequeños que parezcan, dado que en ellos reside la satisfacción de la feria.

c) Desánimo o Poco Interés Empresarial

Algunas veces los microempresarios no muestran el debido interés, lo cual atenta directamente sobre el éxito de la feria. Esto es más serio de lo que se piensa cuando el desánimo es trasladado a los alumnos, de tal forma se podría perder el espíritu emprendedor, la voluntad de triunfo, y desde luego la intención de la feria.

Esto incide directamente en el tiempo que los microempresarios le dedican a la actividad, el cual es mínimo. También, otros le incumplen a los estudiantes en la

calendarización establecida de visitas y/o asistencia técnica, por lo cual algunos viajes son infructuosos.

¿Qué hacer?

Esta situación se puede revertir con una serie de charlas motivacionales, donde sean trasmitidos con claridad los beneficios de las Ferias, tiene que ser una inyección para levantar el espíritu emprendedor y la competitividad.

d) Renuencia al Cambio

Una vez que los alumnos se apropian del proceso de producción y venta del producto estudiado, el siguiente paso es proponer cambios tendientes a mejorar el conocimiento y posicionamiento del producto en el mercado. No obstante, en algunos casos se genera la posibilidad de renuencia al cambio, donde no se admiten las observaciones de los alumnos.

¿Qué hacer?

En estos casos el alumno (asesor) debe estar consciente de que no le esta cambiando la rutina productiva al pequeño productor, ni que tampoco esta interviniendo en su idiosincrasia e identidad cultural; de lo contrario se generará una afectación mayor al proceso de Feria y se provocará impactos negativos en el desarrollo local.

Ante este inconveniente, el alumno no debe perder la perspectiva. Su papel en todo momento debe ser: Intervenir satisfactoriamente con los microempresarios a través de propuestas de mejora, nuevas metodologías, hasta realizar pruebas pilotos de la aceptación de los productos en el mercado.

e) Nulos Conocimientos de Venta

Este punto se refiere a casos donde el microempresario es un entusiasta productor, sabe como producir con calidad; sin embargo, piensa que el producto se vende solo; más todavía: No tiene un interés especial por incrementar sus

ventas. Siendo así, no es remoto que se genere una contradicción entre los criterios del microempresario y los alumnos.

¿Qué hacer?

Explicar hasta la saciedad que la Feria no tiene sentido, ni resultado óptimo, sin la variable ventas de por medio.

f) Factor Tiempo

La reflexión en este punto obliga a darle a la Feria su verdadero valor, y como tal es un evento que amerita de mucho tiempo, planificación, reflexión. En realidad la Feria tiene que ir más allá de una planificación académica, por lo cual debería regirse y/o sustentarse en criterios de programación empresarial.

¿Qué hacer?

Programar la Feria con mucha anticipación, definiendo el tiempo con criterios de holgura.

g) Miedos o Conflictos Establecidos

Esto significa que no existe una libre competencia, cuando los microempresarios se adueñan de determinado territorio o espacio al cual llegaron primero; ello genera el temor de desenvolverse libremente en algunas actividades económico productivas. Esto es un egoísmo empresarial, pero también parte de la cultura de las pequeñas localidades, donde no existe la máxima participación microempresarial porque no se ha enseñado a competir. No conocen a conciencia un esquema de competencia sana, donde cada quien tenga movilidad empresarial por su propia clientela, solamente haciendo la diferencia el servicio, las adiciones del producto, empaque, esquemas de promoción de productos. En definitiva, al cliente final le corresponde tomar la decisión de compra, que a veces favorece a unos, pero a veces a otros, lo cual no es motivo de enemistad.

¿Qué hacer?

Generar espacios para una libre competencia y oferta de productos. Concientizar a los empresarios de la necesidad de la Feria; venderles la idea de que es necesario que apuesten a la Feria, y ahí observarán que se puede estar en stands tan cercanos –vendiendo un mismo producto-, pero cada quien con su clientela. La clave en este asunto es la competitividad.

h) Desconfianza Mutua: Alumno – Microempresarios

Se presenta este problema con bastante recurrencia, que aunque se intervenga en el mismo, se prevenga la situación, existen alumnos que se consideran en un estatus de conocimiento superior y por tanto el empresario debe realizar todo cuanto se dictamine. En otro extremo, existen pequeños empresarios que por su experiencia se autorizan para rechazar la asistencia efectiva de los alumnos a partir de considerar que no recibirán una asesoría efectiva de parte de jóvenes inexpertos.

También, existen microempresarios del tipo altamente dependientes y deforman el sentido de la asesoría de los alumnos, procurando que estos últimos le realicen todo

¿Qué hacer?

Aclarar desde el inicio el papel de cada uno de los actores en el proceso. Buscar generar confianza y sobretodo respecto mutuo.

I) Microempresarios por Pasatiempo

Cuando los exponentes de productos no se dedican económicamente al rubro, se genera un problema de no identidad verdadera con la Feria, perdiéndose el objetivo final de promoción empresarial. También, las personas no intervienen con el mismo interés, en este sentido la feria puede resultar un fracaso.

¿Qué hacer?

Selección rigurosa de los participantes.

J) Problemas de Lenguaje Empresarial

A veces falla el período de acoplamiento. Se trata de que el alumno o asesor debe tener la capacidad de medir el nivel de conocimientos y lenguaje de los microempresarios, donde el alumno tiene que romper su propio esquema de lenguaje técnico y retomar el lenguaje común de los microempresarios. El alumno en su trasfondo debe estar consciente de que tiene la obligación de enseñar y convencer, pero en un esquema de mutuo respeto, sin abusos, y sin pensar que todo lo sabe; lo cual nunca es cierto, dado que el microempresario maneja su lógica y práctica productiva, lo cual es un criterio válido de respetar.

¿Qué hacer?

Charlas orientadoras a los alumnos. También, es bueno que los alumnos (asesores) -antes de intervenir con los agentes microempresariales- tengan conocimiento del lugar y/o municipalidad de intervención. Entre más los alumnos conocen el lugar, mucho mejor será su actuar en el campo de trabajo.

Tema 8:

CONCLUSIONES: LECCIONES APRENDIDAS

8.- CONCLUSIONES: LECCIONES APRENDIDAS

- 8.1.- Las ferias han sido exitosas en su generalidad, en cuanto a impacto comercial y promoción de productos locales, los cuales en su mayoría han ampliado mercados. La Feria ha sido una forma novedosa de cómo mostrar los productos, motivar a los clientes a través de un arreglo atractivo y nuevas formas de presentación del producto. Los resultados más trascendentales para los microempresarios participantes y la comunidad a la cual pertenecen, son los siguientes: a) Darse a conocer. b) Poner a prueba el producto y evaluar su aceptación. c) Mayores ganancias. d) Futuros contactos con clientes potenciales.

- 8.2.- Las ferias han contribuido a la diversificación económica de los municipios a través de generar opciones de negocios diferentes a los productos tradicionales, de los cuales los municipios han tenido un alto nivel de dependencia. Cabe destacar que entre más diversificada este la producción, se genera en los municipios un dinamismo laboral y una mayor cantidad de dinero disponible, condición que tiende a mejorar la condición de vida de muchas familias pobres.

- 8.3.- A través de las ferias se ha cambiado la modalidad de este tipo de actividades, donde antes estaban plagadas de licor, juegos de azar, bailes, algarabía desmedida, etc. El concepto que ha establecido la Feria es de distracción sana, reunión social y familiar; con una causa (razón) de fondo como ser el desarrollo municipal a través del impulso productivo y comercial de los microempresarios lugareños.

- 8.4.- Después de las Ferias, toda la comunidad termina consciente de haber experimentado un proceso de aprendizaje mutuo, donde todos ganan, sobre todo los microempresarios en el campo conceptual y los alumnos en el campo práctico. Para muchos microempresarios ha sido la

oportunidad que esperaban para sacar su producto fuera de las fronteras del municipio e instalarlos en tiendas de prestigio. En el caso de los alumnos, en el seno de la Feria nacen los primeros contactos laborales y de desenvolvimiento profesional, claves para el futuro promisorio de los jóvenes asesores y/o representantes orgullosos de UNITEC.

- 8.5.- A través de las experiencias de ferias se ha establecido en los municipios un esquema más dinámico de trabajo, donde se vincula la teoría con la práctica. Además, los productores han llenado un vacío que antes existía, como ser el aprendizaje de mejores y actualizadas técnicas de calidad, comercialización y promoción de sus productos.

- 8.6.- Las Ferias del Emprendedor han demostrado que se puede desarrollar el turismo local de fin de semana, lo cual permite la generación de actividad económica en los pueblos cercanos a las ciudades más grandes.

- 8.7.- En la mayoría de los casos, a través de las ferias, se amplía el mercado de los empresarios locales, mejorando sus canales de distribución para acceder al mercado de otras ciudades.

- 8.8.- Gracias a los excelentes logros alcanzados en el transcurso de las ferias, se ha visto notablemente reducida la resistencia al cambio por parte de los microempresarios involucrados en dicho proyecto, en cuanto a la participación e implementación de las mejoras propuestas por el grupo asesor.

- 8.9.- Uno de los principales resultados obtenidos es la conformación de verdaderos equipos de trabajo, sin distinción de clases ni conocimientos, prevaleciendo un aprendizaje mutuo, al fusionar los conocimientos académicos con la basta experiencia adquirida a través de la práctica artesanal.

- 8.10.- Se ha logrado una valiosa y notable participación por parte de la empresa privada y fuerzas armadas del país, como un fuerte pilar colaborador tanto en el financiamiento, logística y montaje de las ferias, siendo estos aspectos claves para el desarrollo de las mismas.

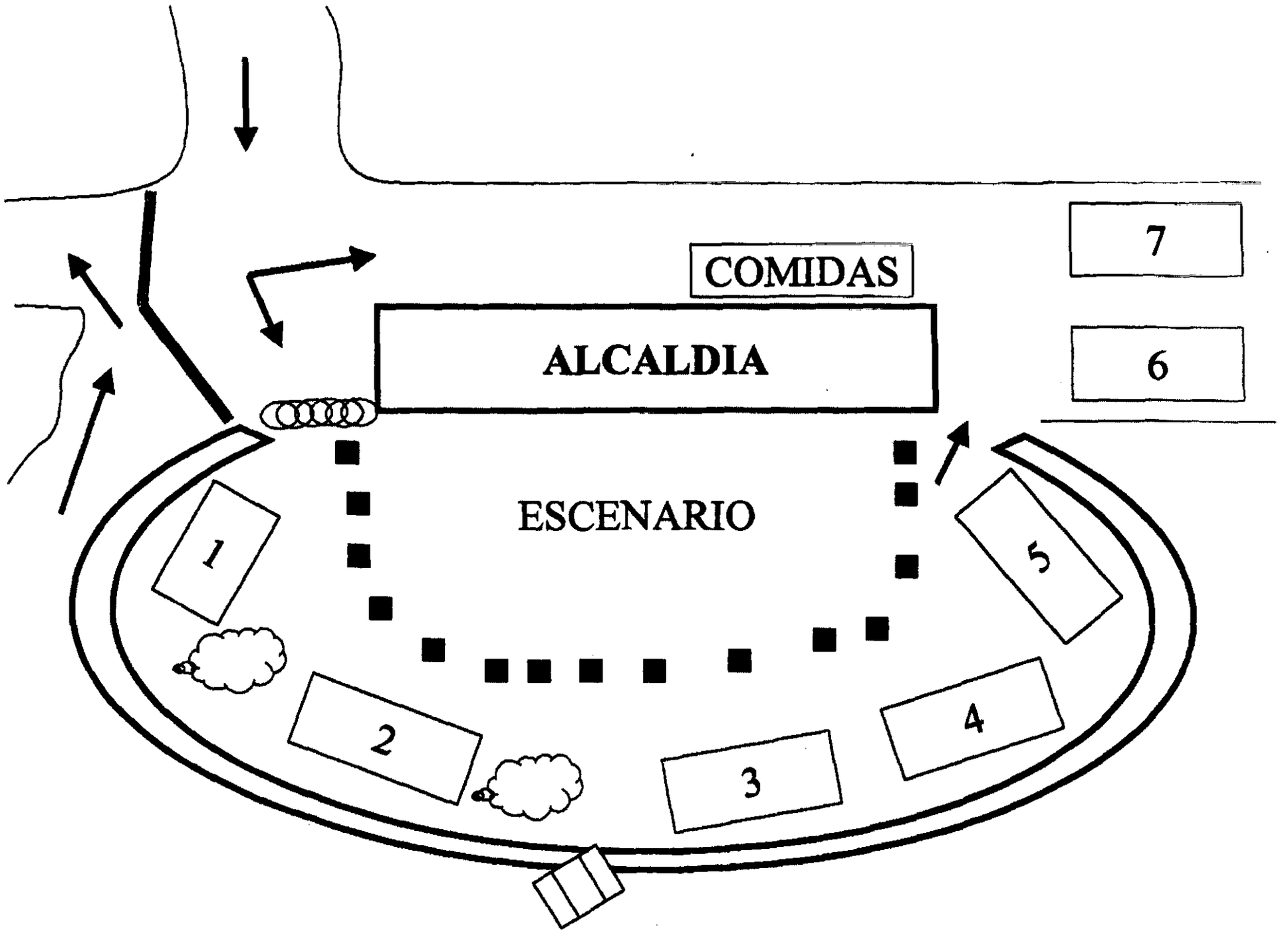
- 8.11.- En definitiva, la Feria del Emprendedor ha tenido impactos considerablemente positivos en los municipios en donde se ha implementado, así como también en los alrededores de los mismos; algunos de los resultados más evidentes son:
  a) Organización de microempresarios
  b) Promoción de los productos y turismo local
  c) Interacción de la comunidad en general en pro de su desarrollo y
  d) Confianza en si mismos al revalorar sus propias habilidades al igual que sus tradiciones que estaban en peligro de desaparecer.

ANEXOS

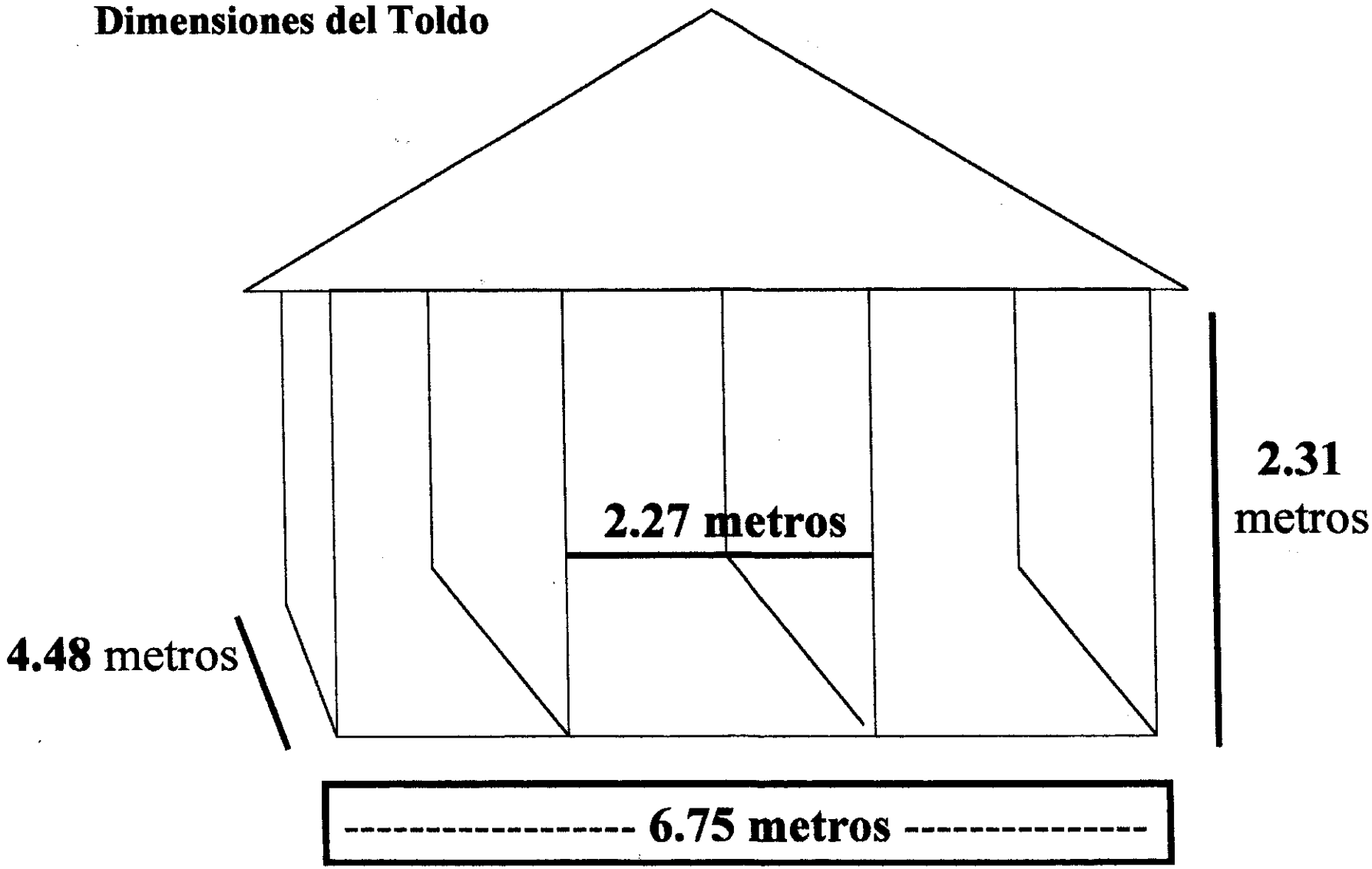
Municipios atendidos por FERIA DEL EMPRENDEDOR – UNITEC (***)			
CAMPUS TEGUCIGALPA			
COMAYAGUA	**CHOLUTECA**	**EL PARAÍSO**	**FRANCISCO MORAZAN**
Ajuterique	Pespire	**3 DANLI**	Cedros
1 COMAYAGUA	San Antonio de Flores	**4 JACALEAPA**	El Porvenir
Laman		Morocelí	Guaimaca
Lejamaní		San Matías	La Venta
San Sebastián		Teupasenti	Lepaterique
2 VILLA DE SAN ANTONIO		**5 YUSCARAN**	**6 OJOJONA**
Humuya		Guinope	Orica
			7 SABANAGRANDE
LA PAZ	**VALLE**		San Antonio de Flores
Cane	Nacaome		**8 SAN BUENAVENTURA**
Goascorán	San Lorenzo		San Ignacio
San Pedro de Tutule			San Juan de Flores
			9 SANTA ANA
			10 SANTA LUCIA
			Talanga
			Tatumbla
			11 VALLE DE ANGELES
			12 VILLA DE SAN FRANCISCO

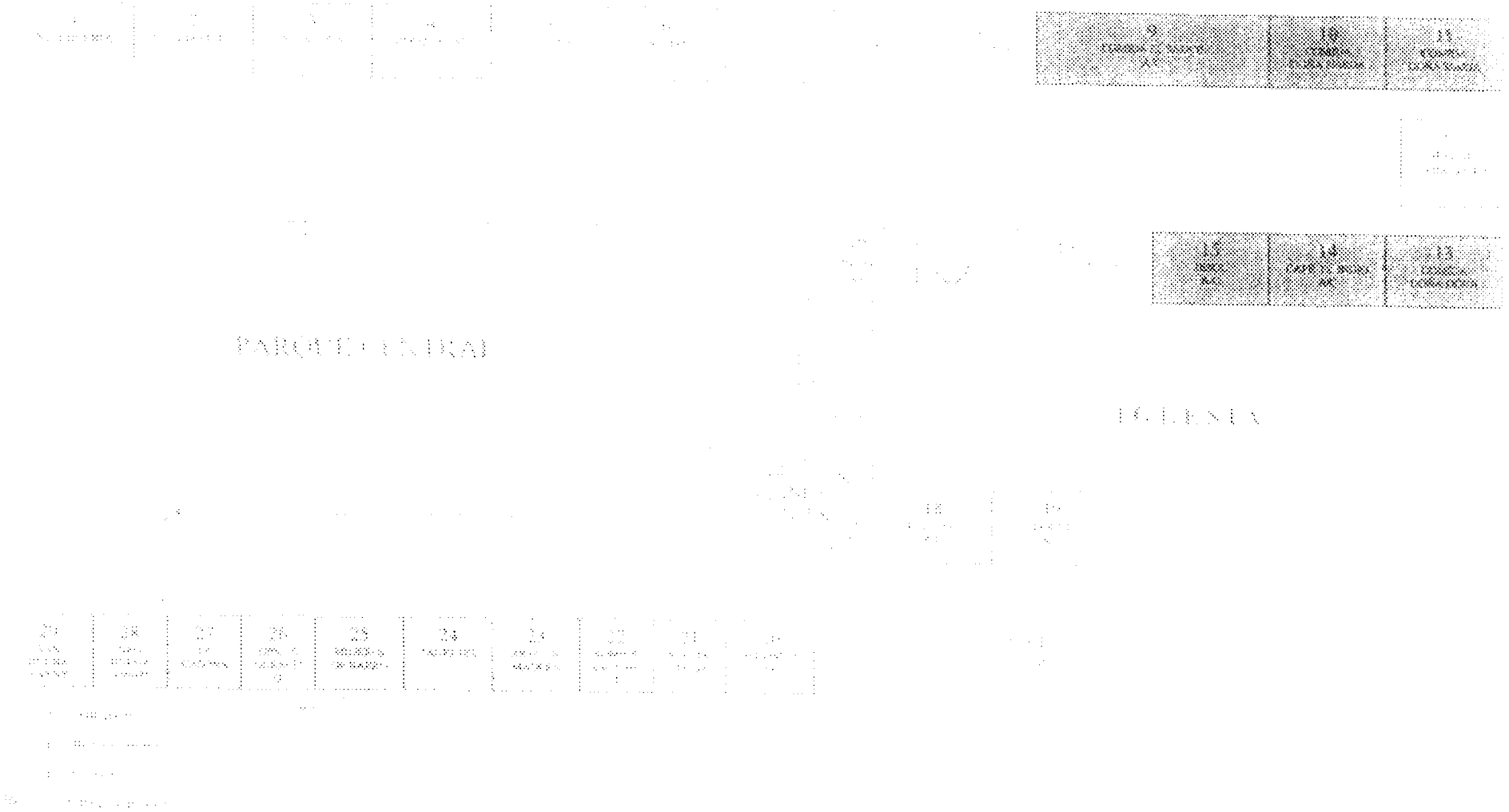
Municipios atendidos por FERIA DEL EMPRENDEDOR – UNITEC			
CAMPUS SAN PEDRO SULA			
COMAYAGUA	**CHOLUTECA**	**EL PARAÍSO**	**FRANCISCO MORAZAN**
ATLANTIDA	**CORTES**	**SANTA BARBARA**	**YORO**
La Masica	**13 OMOA**	Chinda	El Negrito
	Pimienta	Gualala	
	San Manuel	Macuelizo	
	San Francisco de Yojoa	Quimistán	
	14 SANTA CRUZ DE YOJOA	**18 SANTA BARBARA**	
	Vilanueva	**19 TRINIDAD**	
	15 CHOLOMA		
	16 PUERTO CORTES		
	17 TELA		

(***) Se ha desarrollado Feria en los Municipios que aparecen con las siguientes indicaciones: Numerados, en mayúscula, y sombreados. Los demás pertenecen a municipios atendidos directamente por el Programa de Capacitación de UNITEC.


COMIDAS
ALCALDIA
ESCENARIO
1
2
3
4
5
6
7

Dimensiones del Toldo




PARQUE CENTRAL
PALENIN
BEST AVAILABLE COPY