

Caso de estudio con notas de enseñanza

Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE Negocios, relacionamiento y conocimiento

Mónica Valle
María Teresa Herrera



CIESPAL

EDICIONES
CIESPAL

Caso de estudio
con notas de enseñanza

**Feria Internacional de la
Industria Eléctrica, FISE
Negocios, relacionamiento y
conocimiento**

Mónica Valle

Doctora en Estudios Científicos y Sociales- Universidad Jesuita de Guadalajara-México-Iteso. Magíster en Comunicación- Universidad Iberoamericana de México-Plantel Santa Fe- UIA. Especialista en Gerencia de la Comunicación- Universidad Pontificia Bolivariana Medellín- UPB. Comunicadora Social-Periodista- Universidad de Antioquia- Colombia. Docente e investigadora del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1803-1115>; e-mail: mmvalle@elpoli.edu.co

María Teresa Herrera

Magister en Cultura de Paz, Conflictos, Educación y Derechos Humanos. Universidad de Málaga-España. Comunicadora Social –Periodista, U de A - Medellín- Colombia. Coinvestigadora - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Medellín –Colombia, Email: mthe1963@hotmail.com

ISBN: 978-9978-55-221-6
DOI: <https://doi.org/10.16921/ciespal.59>

Gissela Dávila Cobo
Edición General

Diego S. Acevedo A.
Gestión editorial

Ediciones Ciespal, 2024

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina
Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador
Teléfonos: (593 2) 254 8011
www.ciespal.org
<https://ediciones.ciespal.org/>

Como citar

Valle, M. & Herrera, M. (2024). *Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE: Negocios, relacionamiento y conocimiento. Caso de estudio con notas de enseñanza*. Ediciones Ciespal - Ecuador.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.
Reconocimiento-SinObraDerivada



CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

Tabla de Contenido

Antecedentes

1. Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE.

- 1.1 Expositores
- 1.2 Ciudad Sede- Medellín (Antioquia- Colombia)
- 1.3 Smart City Experience
- 1.4 Premio FISE a la Innovación
- 1.5 WebSite
- 1.6 Elementos Corporativos

2. Otras Ferias. Conferencia y Exposición I&E PES T&D

- 2.1 IEEE PES T&D
 - 2.1.1 Pabellón de medios
 - 2.1.2 Pabellón ciudad inteligente

3. Notas de enseñanza

- 3.1. Sinopsis
- 3.2 Objetivo del caso de estudio
- 3.3 Temas y cursos en los que se puede utilizar el caso
- 3.4 Fases de actividades
- 3.5 Preguntas detonantes

Bibliografía

Tablas

- Tabla 1. Programación Charlas Técnicas 2019
- Tabla 2. FISE 2019. Número de expositores por país.
- Tabla 3. FISE (2019). Ejemplo de lista de proveedores
- Tabla 4. Aspectos que destacan algunos expositores de FISE (2019)

Figuras

- Figura 1. Logo FISE
- Figura 2. Modelo de Llamado para presentación de artículos- FISE – IEEE
- Figura 3, 4. Mapa de Colombia en el Mundo y de Antioquia en Colombia.
- Figuras 5,6,7. Imágenes pabellón Smart City Experience
- Figuras 8. Logo Premio FISE
- Figura 9. Proceso de Premio FISE a la innovación
- Figura 10. Webside FISE en Inglés
- Figura 11, 12. Información en Sala de Presa. Webside FISE
- Figura. 13, 14,15,16. Logos Ferias de Energía
- Figura 17. Pieza promocional registro Conferencia IEEE PES T&D
- Figura 18. Pieza promocional registro Leading Technical Teams Workshop IEEE PES T&D
- Figuras 19,20,21. Pieza promocional estadísticas IEEE PES T&D – 2018
- Figura. 22. Cabezote de ventanas de Webside IEEE PES T&D
- Figura 23. Planimetría IEEE PES T&D
- Figura 24. Pieza promocional IEEE PES T&D
- Figura 25. Catálogo de stand para proveedores IEEE PES T&D
- Figura 26. Pieza informativa Common Exhibitor Costs IEEE PES T&D

Figura 27. Pieza promocional de utilería IEEE PES T&D

Figura 28. Información para expositores disponible en Webside IEEE PES T&D

Figura 29. Información incluida en Webside IEEE PES T&D

Fotos

Fotos 1,2,3,4. Imágenes Feria FISE

Fotos 5, 6. Imágenes Feria FISE (2019)

Foto 7,8,9. Elementos corporativos Feria FISE

Foto 10,11,12. Imágenes asistentes a IEEE PES T&D

Foto 13,14. Pabellón ciudad inteligente IEEE PES T&D

Introducción

Una feria internacional es un potente medio de comunicación para la promoción de un bien material o inmaterial; por lo general se organizan para facilitar las transacciones comerciales entre los países y las empresas, promover o difundir la imagen o características culturales de un lugar. En sí misma se constituyen en herramientas de marketing. Como vitrina comercial en la que se exhiben productos y servicios tangibles e intangibles, se apoya en la publicidad y las ventas para el eficaz logro de sus objetivos.

En este caso se presenta a la Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE, que se realiza cada dos años en la ciudad de Medellín – Colombia, se describen los ejes sobre los que está estructurado este evento, se exponen algunos elementos referenciales de la Conferencia y Exposición I&E PES T&D, que organiza la Asociación Internacional –IEEE (Instituto de Ingeniería Eléctrica y Electrónica – IEEE) con la finalidad de dimensionar la magnitud de este tipo de eventos. Se describen los tipos de públicos y estrategias utilizadas para el logro de sus objetivos así como sus aciertos y situaciones problemáticas.

Este caso tiene como objetivo que el lector identifique, analice y describa algunos de los aspectos claves que se deben tener presentes al momento de organizar una feria internacional. Argumente y reflexione con pares sobre la rigurosidad y perspectiva compleja que implica la realización de este tipo de eventos.

Palabras clave: ferias, eventos, caso de estudio, negocios, estrategias, comunicación corporativa, FISE, coworking, networking.

Antecedentes

El método de caso, es un modo de enseñanza en el que los alumnos construyen su aprendizaje a partir del análisis y discusión de experiencias y situaciones de la vida real¹. Su origen data de 1870 cuando en la Universidad de Harvard, el profesor Christopher Columbus Langdell lo utilizó con la idea de que sus estudiantes encontraran soluciones a un hecho concreto y lo defendieran. En 1914, la Facultad de Derecho de dicha Universidad, lo formaliza como su principal método de enseñanza.

En 1920, la escuela de negocios de Harvard (HBS) editó el primer libro de casos de temas reales de los negocios. En 1935, este centro de conocimiento lo utilizó como técnica para la enseñanza en otros campos de estudio. En 1985, la escuela de medicina de Harvard, empezó a utilizar casos en los que describían las situaciones e historias de cada paciente².

Para John Dewey (1859-1952) el método de caso desarrolla en los estudiantes el hábito de pensar en conexión con la experiencia. González, J. (2007) en su libro “Transformando el aprendizaje con el Método de caso” argumenta que éstos permiten al docente probar que el estudiante comprende la teoría y hace conexiones entre ésta y su aplicación:

1 En centro virtual de Técnicas didácticas del ITESM. Disponible en: http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/casos/qes.htm

2 En centro virtual de Técnicas didácticas del ITESM. Disponible en http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/casos/historia.htm

Para ello, se les involucra en un proceso de análisis de situaciones problemáticas, a las cuales se denomina casos. Ante la situación planteada, el estudiante debe formular una propuesta de solución fundamentada en principios teóricos de la disciplina o en principios prácticos derivados del contexto descrito en el caso³.

Para este autor, el método de caso también contribuye al desarrollo de habilidades como la toma de decisiones, análisis de situaciones, desarrollo de alternativas, selección de planes de acción e implementación además de otras habilidades como la comunicación, argumentación, defensa de ideas, observación, escucha, diagnóstico y participación en procesos grupales orientados a la colaboración⁴.

En el Tecnológico de Monterrey, en donde se utiliza este método, manifiestan que ayuda al estudiante a formar su espíritu profesional y ser más útil a la comunidad⁵.

En el contexto de la toma de decisiones de la vida real, los estudiantes incorporan nuevas ideas y conceptos. Desarrollan una amplia gama de habilidades vitales profesionales y para la vida, incluida la negociación, el análisis y la defensa de un punto de vista, además de la capacidad de tomar decisiones con base a poca información⁶.

En cuanto a la frecuencia del uso de casos en el aula, se referencia que la escuela de negocios de la Universidad de Harvard puede utilizar en un programa de maestría alrededor de 500 casos. La escuela de negocios de la Universidad de Western Ontario, utilizan por semestre, alrededor de 26 casos, y el Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey al menos 6 casos por semestre, por programa⁷.

Para su enseñanza se recomienda seleccionar el caso de acuerdo con el nivel académico del estudiante, verificar que las situaciones planeadas permiten desarrollar conocimiento y que el estudiante pueda descubrir la validez de éste en la práctica. En ese proceso es usual que se efectuó la lectura individual del caso, pasar a un debate o socialización grupal de éste, para finalizar con la reflexión colectiva.

En 1968, Carl Roland Christensen, sistematizó su experiencia en la utilización del caso de estudio, señaló que se trataba de aprendizaje activo. Richard Ivey, de la Universidad de Western Ontario, en Canadá, aportó a la escritura y enseñanza del método. Robert E. Stake (1995:8), indica que se estudia un caso cuando éste presenta un interés particular o detalles de la interacción con sus contextos.

En cuanto al estudio de caso, se considera que es producto de la investigación empírica; analizan un contexto específico cuyo alcance generalmente presenta implicaciones que van más allá de sus límites. Merriam (1988), los define como particularistas, descriptivos, heurísticos e inductivos. Son útiles para estudiar problemas prácticos o situaciones determinadas. Sirven para describir,

3 En centro virtual de Técnicas didácticas del ITESM. Disponible en: http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/casos/qes.htm

4 Idem

5 Los estudiantes utilizan su conocimiento previo para abordar el problema que se presenta. El conocimiento previo puede ser el determinante esencial de la naturaleza y la cantidad de nueva información que puede ser procesada. Disponible en: http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/casos/ventajas.htm

6 <https://www.thecasecentre.org/>

7 En centro virtual de Técnicas didácticas del ITESM. Disponible en: http://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/casos/ensenar.htm

comparar, evaluar y comprender diferentes aspectos de un problema. Se usa con frecuencia en la investigación social, educativa, clínica y empresarial.

Para desarrollar un caso de estudio debe tenerse en cuenta lo que aportará en tanto a nuevo conocimiento o información; sus nuevas preguntas y lo que propone, en términos prácticos para resolver un problema⁸. Entre las técnicas que se utiliza para la construcción de casos está la entrevista, la observación, entre otros.

En Latinoamérica, el método de estudio de caso lo impulsa el Centro Internacional de Casos –CIC, del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, ellos editan y promueven la escritura de casos, realizan constantes capacitaciones. En el año 2006 crearon la Asociación Latinoamericana de Casos que se constituyó en el capítulo para Latinoamérica the North American Case Research Association– NACRA. En el año 2007 fueron la sede para la reunión anual de la Asociación Mundial para la Investigación del Método de Casos y la Aplicación del Método de Casos (WACRA®). Tienen convenio con <https://www.thecasecentre.org/>, que distribuye casos en Europa y Asia.

A continuación se presenta el Caso de estudio. Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE. Negocios, relacionamiento y conocimiento; uno de los productos de la investigación Comunicación estratégica en los *Clusters* de Medellín, adelantada por las autoras. El caso contiene las notas de enseñanza, con el objetivo de que pueda ser utilizada por los docentes y estudiantes como una guía para el debate.

Introducción

La **Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE**, es un evento de **carácter sectorial, especializado e internacional** que se realiza, cada dos años, en la ciudad de Medellín- Antioquia- Colombia. Su objetivo es “fortalecer y promocionar la industria eléctrica como un pilar estratégico que contribuya al desarrollo de la región y el país, de tal manera que se incremente su participación en los mercados nacionales e internacionales”⁹. Ésta es liderada por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, la Corporación Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico del Sector Eléctrico - CIDET¹⁰, y el Clúster Energía Sostenible como aliado estratégico.

La idea de esta feria surgió en el año 2006, cuando en la región antioqueña se constituyó el Clúster de Energía, actualmente denominado de Energía Sostenible. En ese momento la Alcaldía de Medellín, entregó el manejo del Clúster a la Cámara de Comercio de la ciudad y se conformó un Consejo Directivo, el cual quedó integrado por: Empresas Públicas de Medellín- EPM, Interconexión Eléctrica S.A (ISA) e ISAGEN, Alcaldía de Medellín, Cámara de Comercio de Medellín y el Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico, CIDET, este equipo acordó impulsar este evento como una manera de visibilizar dicho sector industrial.

En el año 2014, a raíz del éxito de la feria, y después de una consultoría realizada, se decidió extender las actividades de FISE a un grupo de trabajo,

⁸ <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-un-estudio-de-caso/>

⁹ Entrevista propia. Directora Ejecutiva- FISE. Ana Cristina Rendón. 2018.

¹⁰ Esta es una organización privada, sin ánimo de lucro, fundada en 1995 por empresas del sector eléctrico colombiano para trabajar por el desarrollo y competitividad sectorial.

independiente del Clúster; es así como se conforma el Consejo Directivo de la Feria el cual quedó integrado por el Vicepresidente de Desarrollo y Planeación de la Cámara de Comercio de Medellín, el Director del CIDET y la Dirección Ejecutiva de la Feria. En esta instancia se toman decisiones relacionadas con la política, planes, presupuesto y recurso humano. En términos organizativos y financieros el evento depende del CIDET. Un equipo humano de cinco profesionales atiende y planea lo relacionado con FISE, entre estos el comercial y el de comunicaciones; este personal se duplica al momento de la operatividad de la feria, y se complementa con la contratación de servicios de logística, alumbramiento, etc.

Figura 1. Logotipos FISE



1. Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE.

Esta Feria se constituye en la plataforma ideal para hacer y renovar alianzas estratégicas¹¹, permitir el crecimiento y fortalecimiento de los negocios en el mediano y largo plazo. Es un promotor de negocios¹², conocimiento así como una vitrina comercial¹³ que favorece el desarrollo y liderazgo de la industria eléctrica y el acercamiento al mercado global.

La Feria FISE se organiza con base en un Evento Académico y una Muestra Comercial. El evento académico tiene como objetivo actualizar y ampliar el conocimiento relacionado con la industria eléctrica. Para ello expertos internacionales imparten conferencias con una metodología dinámica e inspiradora. En este escenario también se comparten experiencias, se escuchan propuestas, se exponen casos de éxito o fracaso. Con ello se espera que el conocimiento de vanguardia pueda ser asimilado e incorporado correctamente por los participantes. Durante el evento se reúnen los comités técnico del The Institute of Electrical and Electronics Engineers, Inc. –IEEE- y

11 Una alianza estratégica se refiere a un acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar sus propios objetivos, beneficios mutuos. Se fundamenta en la cooperación, colaboración; se establece bajo la premisa que la sinergia entre las partes sea más efectiva que la actuación individual. En las alianzas estratégicas se pueden aportar recursos tales como: productos, medios de distribución, procesos de manufactura, recaudación de fondos para proyectos futuros, capital, conocimiento, experiencia, o propiedad intelectual. La alianza estratégica tiene como objetivos: flexibilidad, adquisición de nuevos clientes, aumento de las fortalezas, disminución de las debilidades, acceso a nuevos mercados y tecnologías, riesgos compartidos. La asociación estratégica generalmente pretende nuevos negocios y emprendimientos. El proceso de una alianza estratégica implica: formulación, evaluación del socio y la negociación. [https://es.wikipedia.org/wiki/Alianza_estrat%C3%A9gica_\(negocios\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Alianza_estrat%C3%A9gica_(negocios))

12 Un promotor de negocios pueden ser un individuo, organismo o herramienta de software que se utiliza para difundir, promover bienes y servicios. La promoción propicia a los expositores y visitantes una red de contactos a nivel internacional con el objetivo de la expansión o crecimiento de su negocio. El promotor de negocios ayuda a aumentar la posibilidad de éxito. Utiliza el marketing, la publicidad, ventas así como las relaciones públicas e imagen corporativa.

13 Una vitrina alude a un espacio o material que sirve para proteger y tener expuestos a la vista los objetos que se guardan en su interior, en el mundo de los negocios se utiliza como metáfora para significar la exhibición de productos.

del Consejo Internacional de Grandes Sistemas Eléctricos - Cigré¹⁴. Entidades que en alianza con FISE, integran el comité organizador de esta sección. Para FISE, 2019, los temas tratados fueron:

sostenibilidad; sistemas de poder planificación y operación; política, regulación y economía; resiliencia en sistemas eléctricos; funcionamiento del sistema de alimentación; equipamiento.

En este evento académico, además de las conferencias magistrales, se programan tutoriales y paneles¹⁵. Se convoca al envío de artículos completos con temas relacionados a las conferencias, los seleccionados se envían a IEEE Xplorer, esto es la librería digital de IEEE, para su publicación.

Figura 2. Imagen Evento Académico



La Muestra Comercial se soporta en tres ejes: 1. Negocios, 2. Relacionamiento y 3. Conocimiento. El componente negocios se desarrolla mediante ruedas de negocios¹⁶ y networking¹⁷. El relacionamiento se impulsa desde coworking¹⁸. Las charlas técnicas¹⁹ aportan al eje de conocimiento, en estas se presentan productos, servicios, se captan o fidelizan²⁰ nuevos clientes.

14 Estas organizaciones, en alianza con FISE, organizan el evento académico. <https://www.fiseieecigre.co/index.html>

15 En la etimología anglosajona un panel es un debate en el que se ha reunido a un grupo de personas para tratar un asunto de manera pública. Los discursos de los protagonistas se transforman en exposiciones y, al finalizar, el público suele tener derecho a realizar preguntas y los invitados a responderlas. Cuando los expositores debaten entre sí, el panel se conoce como mesa redonda. Es común que se incluya un coordinador o mediador para organizar las exposiciones y los debates. Por otra parte, es importante tener en cuenta que, más allá de la participación del público, los paneles suelen presentar participantes que se encuentran en un nivel más elevado, por sus conocimientos, que el resto de los asistentes. Consultado en: <https://definicion.de/panel/>

16 Rueda de negocios. Es una reunión planificada que tiene como objetivo reunir a vendedores y compradores en un ambiente propicio para realizar negocios o establecer contactos comerciales. En este tipo de espacio también se promueven las alianzas estratégicas entre empresarios, instituciones y organizaciones. Este tipo de reuniones los participantes exponen o presentan sus empresas, productos o servicios. Las ruedas de negocios deben ser ágiles, se pueden organizar en torno a uno o varios sectores económicos, en tal caso serían mono o multi sectoriales; también pueden ser nacionales o internacionales. La organización de este tipo de evento comprende: preparación (definir objetivo, temática); difusión, inscripción de participantes, de allí que los organizadores deban identificar, seleccionar, programar y concertar las citas entre los oferentes y demandantes, es decir debe efectuar *Matchmaking*.

17 Networking. El término alude a la conformación de una red de contactos con el fin de impulsar oportunidades de negocios, laborales o personales. Es una especie de entramado social-profesional y empresarial. Las ventajas de estas redes son: conocimiento de potenciales clientes, visibilizar la marca, producto o servicio; encontrar posibles colaboraciones, vender, obtener un nuevo empleo, crear relaciones sociales, oportunidades de negocios, adquirir experiencia, desarrollo de proyectos (networking operacionales). El marketing multinivel fue uno de los potenciadores de los networking. Este tipo de redes son similares a los *guanxi* de China, *blat* de Rusia o los *old boy network* en UK.

18 Coworking. Es trabajo colaborativo, hace referencia a espacios – oficinas compartidas por profesionales. Estos lugares se caracterizan por contar con un gestor que dinamiza las relaciones y oportunidades de colaboración y trabajo de los integrantes del coworking, de allí que estos espacios se conciben diferentes a los Centro de negocios o las oficinas compartidas. En San Francisco – California, surgió el concepto de coworking, debido a los cambios económicos que demandaban rebajar gastos empresariales; se han consolidado debido a la tendencia de la economía social, esto es fundamentada en relaciones, contactos e interacciones. También son posibles debido al avance de internet que permite que una sola persona pueda realizar el trabajo que antes requería muchas. Los emprendedores hacen usos de estos espacios. Entre las ventajas de estos lugares son: flexibilidad de uso, se pueden rentar por horas o meses. Espacios disponibles para recibir clientes, y realizar presentaciones. Relaciones, interacciones profesionales.

19 Charla técnicas. En estos espacios los expositores presentan productos, servicios, captan y fidelizan nuevos clientes.

20 La fidelización es un concepto de marketing, hace referencia a la lealtad de un cliente a una marca, producto o servicio concretos, que compra o a los que recurre de forma continua o periódica. La fidelización utiliza diferentes estrategias y técnicas para que el consumidor que haya adquirido con anterioridad algunos productos o servicios siga comprando y se convierta en un cliente habitual.

Gráfico 1. Espacios de charlas técnicas - FISE.



En la octava Feria FISE, 2019, se programaron más de 160 charlas técnicas. Entre los temas abordados, estuvieron: Nuevas tecnologías y sustentabilidad energética; Iluminación de emergencia; Realidad aumentada aplicada a industria; Soluciones de almacenamiento de energía; Sistemas inteligentes de iluminación con fuentes de energía fotovoltaicas; Iluminación LED aplicación de nuevas tecnologías; Innovación, diseño, desarrollo y calidad de productos novedosos para el sector eléctrico; Importancia de la iluminación en horticultura; Aplicaciones del RETIE en las instalaciones de domótica e inmótica; Retos de la industria 4.0 en la gestión energética; Movilidad eléctrica, entre otras.

Fotos 1 y 2. Imágenes Feria FISE.



El montaje logístico y académico de la charla la hace cada expositor con el acompañamiento del personal de la Feria, si es requerido. Luisa Gómez, encargada del mercadeo de una empresa expositora, indicó al respecto:

Yo me ocupé del diseño, montaje y toda la logística de nuestro stand, también de la comunicación para que nuestros clientes se acercaran a la Feria, nuestro stand, y a la charla técnica²¹.

Marlon Vanegas, Jefe de ventas de Industrial Metálicas VISBAL S.A.S de Barranquilla, empresa expositora, destaca de este evento el relacionamiento²² y los negocios que se logran en la Feria.

²¹ Entrevista propia realizada el 01 de Diciembre de 2017.

²² Etimológicamente esta palabra proviene del verbo activo transitivo «relacionar» y del sufijo «miento» que indica efecto o acto de.

Esta Feria es excelente, me voy lleno de negocios y de proveedores... participamos en este evento para buscar alianzas dentro y fuera del país... quien no viene a esta Feria se queda rezagado, hay que estar competitivo...

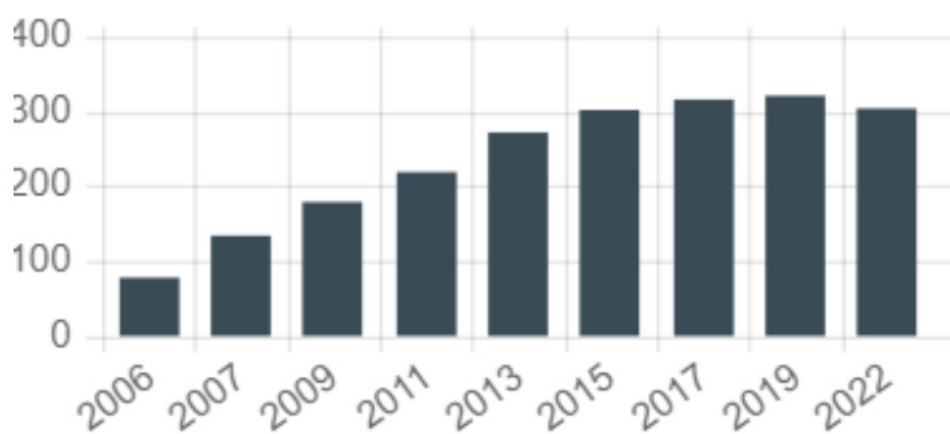
Bennicius Pereira de Brasil, señala que la FISE es un buen espacio para exponer la marca y adquirir contactos, resalta como aspecto positivo la sectorización, en cada pabellón que hace la Feria de los expositores y sus productos.

Miguel Barthes de Argentina, el proceso de comunicación que tienen los organizadores de este evento con los expositores es muy eficiente”

1.1. Expositores

FISE, en promedio cuenta con más de 320 empresas expositoras y cerca de 28 mil visitantes. El mayor número de expositores provienen de Colombia. En la versión (2019), se contó con 213 expositores colombianos, seguidos de los provenientes de Estados Unidos (15) y Turquía (7). Otros países que tuvieron presencia en esta Feria fueron España con (7) expositores, India con (5), México (4) y Brasil con (3). Si bien se han hecho esfuerzos por lograr mayor participación internacional de expositores, esta es una labor que requiere mayor desarrollo.

Tabla 2. Número de expositores por país.



Fuente: <https://fise.co/en/feria-fise/previous-editions/>

FISE, tiene pendiente la caracterización y análisis de los expositores, por ello piensan en la implementación de una APP, que arroje datos acerca del tipo de expositor de la Feria, lugar de procedencia, ubicación en la cadena del sector, servicio, suministro o industria a la que pertenece. Para esta labor se requiere profesionales que tengan conocimiento específico de esta industria, que es más amplia y diversa que el sector eléctrico.

Tabla 3. Ejemplo de lista de proveedores

Empresa	País	Pabellones	Stands
 4S INGENIERIA	Colombia	Pabellón Azul	AZ-056
 ABB LTDA	Colombia	Pabellón Blanco	BL-007
 Asociación Brasileña de la Industria Eléctrica y Electrónica	Brasil	Pabellón Azul	AZ-041, AZ-042, AZ-047, AZ-048, AZ-061, AZ-062, AZ-067, AZ-068, AZ-018, AZ-085, AZ-024
 ACCEQUIP	Colombia	Plazoleta Interamericana	PI-005
 Consejo Profesional Nacional de Ingenierías Eléctrica, Mecánica y Profesiones Afines	Colombia	Pabellón Verde	VE-033
 Expanding the boundaries of lighting™	Estados Unidos	Pabellón Amarillo	AM-049A
 ADVENTECH	Estados Unidos	Pabellón Rojo	RO-062
 Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional	Argentina	Pabellón Amarillo	AM-119, AM-120, AM-125, AM-126
 ALCE ELEKTRIK	Turquía	Pabellón Azul	AZ-011, AZ-012
 ALUTRAFIC LED	Colombia	Pabellón Azul	AZ-004, AZ-005

◀ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 ▶

Tomado de: <https://www.fise.co/feria-fise/expositores/nuestros-expositores>

Para los expositores entrevistados los aspectos más destacados de la FISE 2019, fueron: la organización de la feria, el espacio en el que tuvo lugar el evento y la logística, así como el relacionamiento y posicionamiento de producto, servicio y la marca, ello seguido de los negocios concertados. Los expositores, la comunicación y la ciudad también se constituyeron en elementos relevantes en dicha feria.

Tabla 4. Aspectos que destacan algunos expositores de FISE (2019)

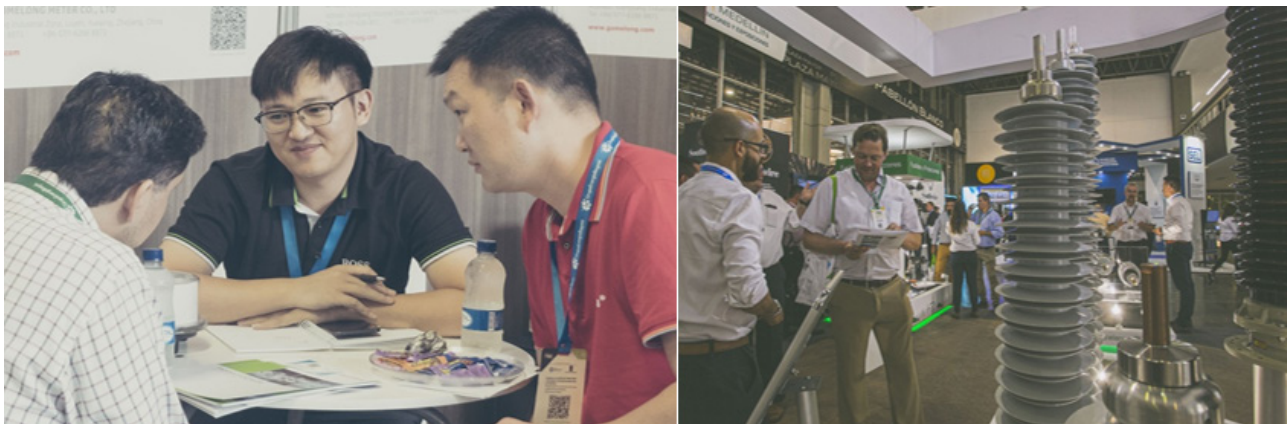


Elaboración Propia

Los expositores entrevistados indicaron: “...mejoró la organización del evento en cuanto los puntos de alimentación, el acceso al recinto de la feria y el acceso al transporte público”. Indican que también mejoró la ubicación de los expositores, ya que los pabellones estaban relacionados con lo que se exhibe, se vende. El bodegaje estuvo muy bien. “Un punto para mejorar, en cuanto el recinto de la feria, es el aire acondicionado...“se siente mucho calor aquí””. Se resalta la puntualidad de la programación, la atención brindada por el personal de la Feria: “ellos estuvieron en contacto con nosotros [expositor] durante todas las fases de la Feria, como por ejemplo para elegir el stand”.

En cuanto al relacionamiento, indican los expositores, que la Feria les permitió proyectar los productos de su empresa a nivel de Colombia, toda la zona del caribe y otros países de Latino América. Destacan las herramientas digitales, APP que les ha proporcionado FISE, y que les facilitó el almacenamiento de información para un posterior cierre de negocios. “Hay una aplicación móvil muy adecuada, la cual tu oprimes, en el código de barras y guardas el contacto, esas cosas tecnológicas son muy buenas y permiten la interacción con los clientes”. Otro acierto de la organización son los espacios para que se reúnan proveedores tanto nacionales como internacionales. En cuanto a los negocios, los expositores destacaron “el apoyo al fabricante colombiano; estar atento a la competencia; proyectar el producto o servicio y la venta de estos durante la Feria. Sugieren más visitantes compradores, incluir más empresas extranjeras, estudiantes y pequeñas empresas.

Fotos 3 y 4. Imágenes Feria FISE (2019).

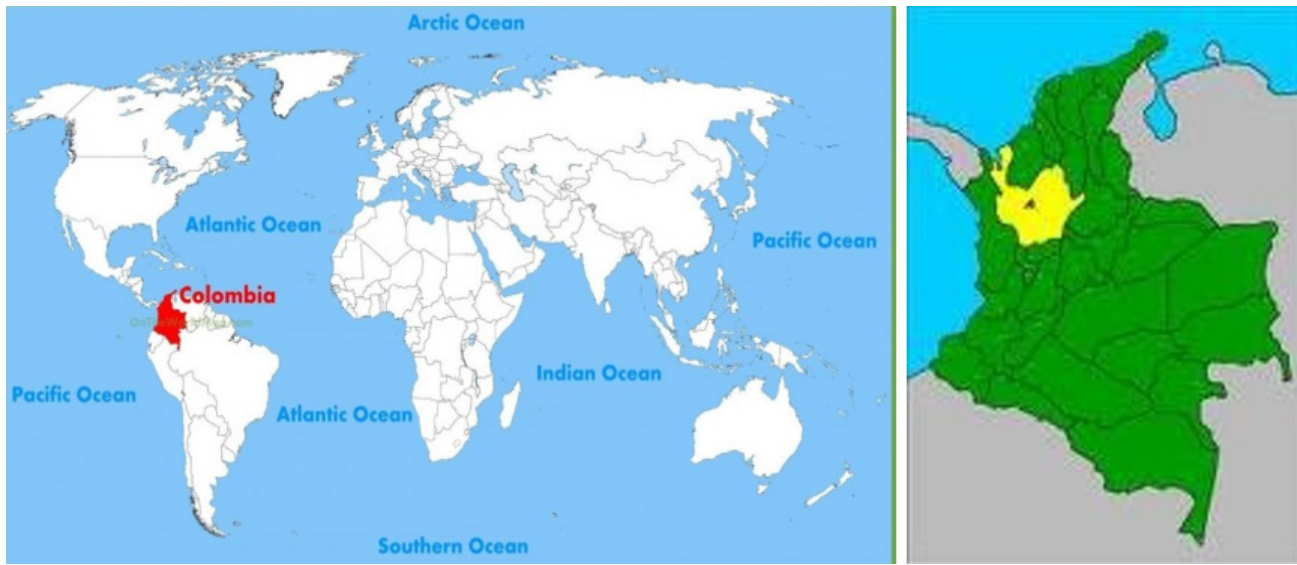


Fuente: <https://www.fise.co/sala-de-prensa/galeria-multimedia>

1.2. Ciudad sede Medellín (Antioquia- Colombia)

La ubicación geográfica de Colombia, país en que se realiza esta feria, es uno de sus factores comparativos de éxito, ya que presenta una distancia equidistante entre el cono Norte y el Sur, y a muchos expositores y visitantes les interesa esto. La región antioqueña y Medellín, su ciudad principal, se caracteriza por contar con el mayor número de centrales de energía (EPM, ISA, ISAGEN), también por el desarrollo de infraestructura hidroeléctrica. La ciudad es conocida como centro de negocios. Si bien la industria de la energía en Colombia es sólida en servicios, en términos de bienes y equipos requiere de empresas que les provean, de allí que la FISE es una palanca para que empresas del mundo puedan crecer a nivel de esta región.

Figura 3 y 4. Mapa de Colombia en el Mundo y de Antioquia en Colombia.



Desde el *Clúster Turismo* de Negocios, Ferias y Convenciones se hacen esfuerzos para que Medellín, se consolide como centro de negocios, esto beneficia a la ciudad, la región y al país. De allí que la coordinación entre todos los estamentos interesados en la Ferias y los diferentes *Clúster* es indispensable. Para la Dra. Ana Cristina Rendón, Gerente de FISE, un líder de una feria debe tener manejo del personal interno del evento, conocer la industria, ser innovador para agregar valor, saber escuchar para entender las necesidades de los expositores, diseñar estrategias para convocar a todos los públicos. Contar con competencias para focalizarse en el negocio, el mercadeo y el relacionamiento.

1.3. *Smart City Experience*

Teniendo presente que las ciudades de todo el mundo enfrentan serios desafíos en temas como el cambio climático, el aumento de la congestión, la inseguridad alimentaria, la educación, el desarrollo económico, la salud y la seguridad pública. En FISE, se cuenta con el espacio dedicado a *Smart City Experience*.

Figuras 5, 6 y 7. Imágenes pabellón *Smart City Experience*



Tomadas de: <https://www.fise.co/sala-de-prensa/galeria-multimedia>

En este lugar se impulsa el desarrollo de futuras ciudades inteligentes, se muestra todo lo relacionado con energía sostenible. En el Pabellón Verde

de Plaza Mayor de Medellín, se exhiben productos y servicios con los cuales puede interaccionar el visitante. En esta ciudad se cuenta con soluciones funcionales energéticas aplicadas al mejoramiento de la calidad de vida de los consumidores y de entornos sostenibles y amigables con el medio ambiente. Algunos de los atractivos son las energías renovables, la movilidad eléctrica, la domótica, la medición, iluminación y semaforización inteligente. Allí se integran productos y servicios de la industria eléctrica que contribuyen a la sostenibilidad del medio ambiente con desarrollos y avances de las telecomunicaciones.

1.4. Premio FISE a la Innovación

El Premio FISE a la innovación se creó en el año 2016. A este pueden postularse cualquier empresa o persona de Colombia, que haya implementado o desarrollado una iniciativa con la que el sector de la industria eléctrica haya obtenido una ventaja competitiva o un valor agregado a partir de la incorporación de conocimiento y tecnología a sus productos, servicios o procesos.

Figuras 8. Logo Premio FISE



El reconocimiento incluye dos categorías, la primera, negocios potenciales y la segunda negocios exitosos²³. Al equipo innovador se le entregan 22 millones de pesos²⁴. El proceso de selección incluye evaluación de cada propuesta y exposición ante el jurado.

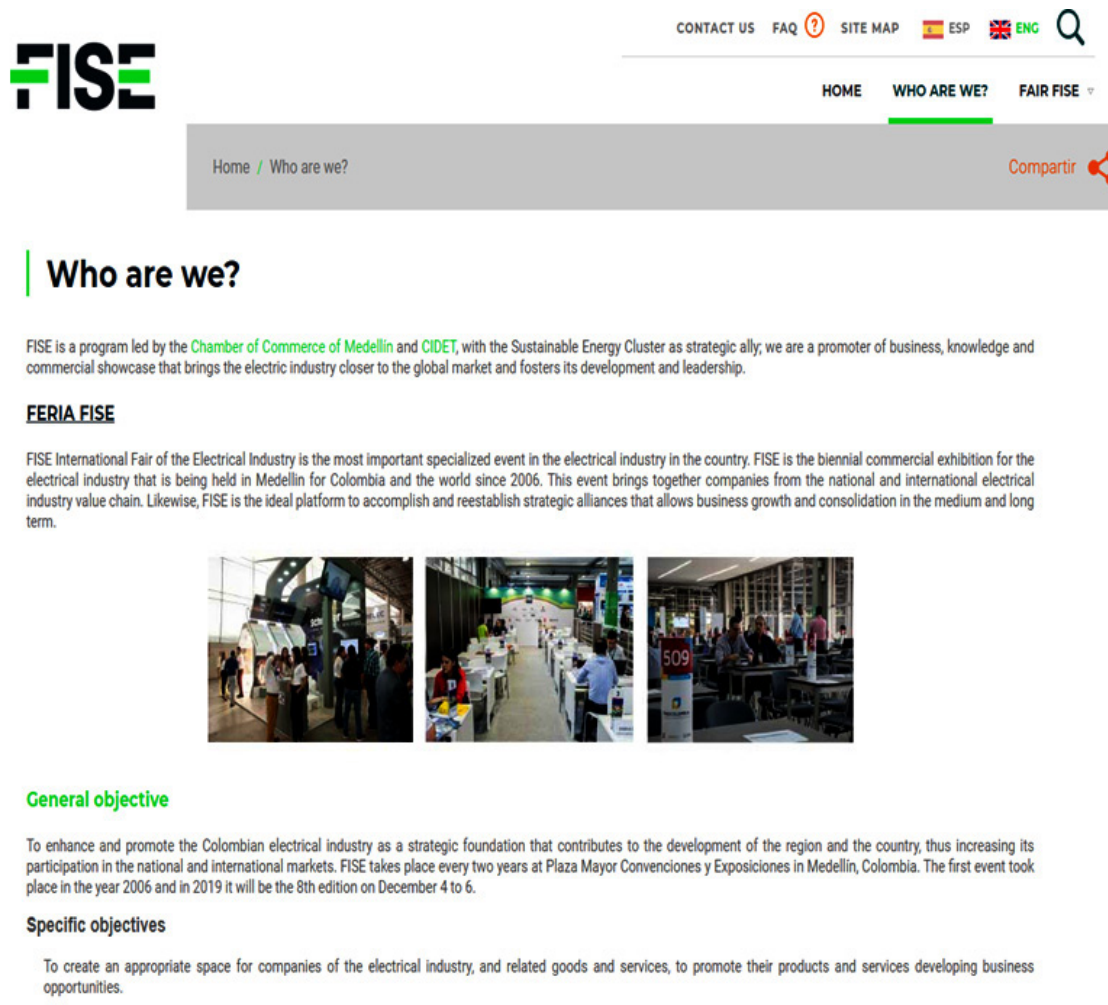
1.5. WebSite

El sitio Web de la Feria, al momento de redacción del caso, ya contaba con versión en inglés además de la de español. El mapa del sitio incluye información de interés para expositores y visitantes. En cuanto expositores, se les informa sobre la dinámica de las charlas técnicas, cómo llegar a la feria, las aerolíneas oficiales del evento; la oferta hotelera, etc. Al visitante se le comunica acerca del evento académico, la muestra comercial. Esta plataforma incluye la información del Premio a la Innovación y los eventos relacionados a FISE.

²³ El Premio FISE a la Innovación tiene dos componentes, un estímulo económico y un reconocimiento público. El estímulo económico se entregará al líder del equipo de innovación, de acuerdo con el formulario de inscripción. El reconocimiento como ganador se hace a la entidad que inscribió el trabajo ganador en cada categoría. Un proponente puede enviar varios trabajos por categoría, sin embargo, cada trabajo puede participar solo en una de las dos categorías.

²⁴ En esta categoría pueden participar trabajos de investigación o de desarrollo tecnológico que puedan demostrar su potencial de éxito financiero: Trabajos de investigación: son iniciativas originales con resultados que contribuyen de manera significativa al estado del arte y aportan nuevo “conocimiento aplicado” al sector eléctrico o a la industria asociada de bienes y servicios conexos. Estos resultados deben demostrar el potencial para resolver problemas, satisfacer necesidades o desarrollar tecnologías fundamentales para el desarrollo de un nuevo negocio.

Figura 9. Webside FISE en Inglés



Disponibile en <https://www.fise.co/eventos/eventos-fise/ArtMID/1553/ArticleID/60/FERIA-FISE-2019>

Se destaca en este *Webside*, la sección de noticias, los enlaces de interés, la información relacionada con otros eventos del sector y la posibilidad de contacto inmediato mediante *WhatsApp* y llamada en línea. El *link* de Sala de Prensa contiene los boletines informativos, la galería de fotografías, videos, y entrevistas a expositores.

1.6. Elementos Corporativos

Entre los elementos corporativos de FISE 2019, se encuentra un bolso en el que a cada asistente se le entregó el material e información del evento, también dispusieron de vallas, rompe tráfico y pantallas gigantes.

Foto 5. Elementos corporativos feria FISE



Fuente: <https://www.fise.co/eventos/eventos-fise/ArtMID/1553/ArticleID/60/FERIA-FISE-2019>

2. Otras Ferias. Conferencia y Exposición I&E PES T&D

En el mundo se realizan varios eventos similares a FISE, entre los de mayor reconocimiento y trayectoria está el que organizan la Asociación Internacional –IEEE (Instituto de Ingeniería Eléctrica y Electrónica – IEEE)²⁵, denominado Conferencia y Exposición I&E PES T&D. En este evento se presentan destacados conferencias de los CEOs más importantes del sector de servicios públicos e ingenieros del mundo, y se exhiben los últimos productos, ideas e innovaciones de T&D.

Figura. 11. Logos Ferias de Energía



En Europa también se realizan varios eventos similares. En América del Sur, Argentina, realiza la Feria Internacional de Energías Renovables, Movilidad Eléctrica y Sustentabilidad; en Chile se organiza la Expo Energías Renovables. Este sector, en Brasil, realiza más de 21 Ferias, entre ellas: FIEMA; SENDI; World Hydrogen Energy Conference; Congreso - Ecogerma, entre otros. En México, Mexico Energy Forum; México WindPower, y otras más.

2.1 IEEE PES T&D

En este evento cada conferencia ofrece a los asistentes temas prácticos y orientados a la solución de problemas, que incluyen estudios de casos y lecciones aprendidas a través de dinámicas súper sesiones²⁶, foros²⁷, mesas redondas, paneles²⁸, pósters²⁹, tutoriales³⁰, cursos³¹, IEEE Leading Technical Teams *Workshop*³², tours técnicos³³ y *special events*. A los participantes a las conferencias se les entregan certificados de horas de desarrollo profesional (PDH) y Unidades de educación continua (CEU)³⁴.

25 El IEEE - The Institute of Electrical and Electronics Engineers, Inc. Fue creado en Nueva York en 1884, es una asociación internacional sin ánimo de lucro con sede principal en la ciudad de Piscataway en los Estados Unidos y subseces en más de 190 países del mundo, con alrededor de 370.000 miembros, entre profesionales y estudiantes de ingeniería, diseño, derecho, administración, medicina, biología, diseño y ciencias afines.

26 Las Súper sesiones reúne a expertos reconocidos de la industria para discutir y explorar temas de especial interés.

27 Para brindar la oportunidad de aprender más sobre los mejores temas de las conferencias, los foros se organizan en sesión con los autores de los artículos de una disciplina relacionada.

28 Con algunas de las mejores mentes de la industria, las sesiones del panel proporcionan discusiones exhaustivas sobre una amplia gama de tendencias, problemas y aplicaciones y soluciones reales.

29 La Sesión de Pósters proporciona un ambiente relajado para que los asistentes registrados a la conferencia disfruten de entremeses y bebidas mientras ven cientos de artículos aceptados en formato póster.

30 Los tutoriales cubren temas importantes para los profesionales del sector.

31 Estos cursos proporcionan mayor comprensión de los aspectos técnicos de la industria de la energía eléctrica, incluso si no tiene una formación en ingeniería.

32 El Taller de equipos técnicos líderes está diseñado para aumentar la participación del equipo, mejorar la eficacia de la organización y la colaboración, mejorar la capacidad de liderazgo. El taller guía a los participantes en la construcción y expansión de la capacidad de liderazgo con un enfoque específico.

33 Una diversa y emocionante lista de visitas técnicas fuera del sitio brinda a los participantes la oportunidad de recorrer y aprender más sobre sitios y productos relacionados con la industria.

34 Los certificados de PDH se pueden obtener asistiendo a las Súper sesiones, Foro y Panel. Los certificados CEU están disponibles para tutoriales y cursos de *Plain Talk*. Estos certificados son útiles para ingenieros profesionales en los Estados Unidos, donde se requiere educación continua, así como para los asistentes que desean utilizar estas sesiones para alcanzar y cumplir sus propios objetivos de desarrollo personal y de la empresa. Los detalles sobre cómo obtener estos certificados se proporcionarán durante la conferencia.

En el evento exponen alrededor de 800 empresas de todo el mundo. Se destaca por la expansión de redes de trabajo, exhibición de empresa del sector y por su capacidad de conectar con más de 12,000 líderes de la industria y contar con más de 14,000 asistentes en todo el mundo. En el año 2020, la Conferencia se realizó en Chicago, Illinois, entre el 20 y 23 de abril, pero debido a la pandemia del Covid -19 a nivel mundial se aplazó para el 11 y 15 de octubre del mismo año³⁵ En el año 2024 la conferencia IEEE PES Y&D se realizará en Anaheim, California.

Figura 12. Pieza promocional estadísticas IEEE PES T&D - 2018



En el Website del evento se expone información para expositores, proveedores, patrocinadores³⁶ y asistentes. En dicha plataforma se puede enviar, aprobar y actualizar información, hacer pagos en línea; revisar facturas y enviar cambios de contacto.

Figura 13. Cabezote de ventanas de Webside IEEE PES T&D



Fuente: <https://ieeet-d.org/>

Uno de los valores agregados de la plataforma es que los interesados pueden descargar las planimetrías, los mapas y documentación en línea. Allí se aloja información de interés y detallada, tal como la siguiente en la que se explica como está configurado el espacio para los expositores:

El piso de exhibición está ubicado en el nivel 3. La entrada principal al salón de exhibición es a través del área de registro que contiene 3 entradas. Sin embargo, también hay 3 áreas de entrada adicionales para acceder al piso de exhibición. Las

³⁵ Siguiendo todas las pautas de la OMS y los CDC y las advertencias y prohibiciones de los gobiernos municipales y estatales, el IEEE PES consideró la salud y la seguridad de la comunidad de T&D, por lo que consideró prudente posponer el evento de abril, a de octubre de 2020.

³⁶ Los patrocinios son una oportunidad fantástica para aumentar su exposición antes, durante y después del evento. Estas se han desarrollado para ofrecer una amplia variedad de formas de llegar a los asistentes y ajustarse a cualquier presupuesto. Además se considera cualquier idea de patrocinio que se proponga.

dos escaleras mecánicas en el lado “superior” del plano de planta, detrás del pasillo 300. Estas escaleras mecánicas dan servicio a las salas de reuniones ubicadas en los niveles 4 y 5, donde se realizarán las sesiones técnicas y las súper sesiones. Una tercera entrada se ubica en el lado “inferior” del plano de planta, “Bajando en transporte de mano” detrás del pasillo 4800. Esta entrada se utilizará para acceder al área de la sala de reuniones para expositores, así como a la sesión de póster y la recepción. Los asistentes también pueden usar esta escalera mecánica para acceder al piso de exhibición una vez que estén abiertas. Hay 3 pasillos primarios de 20’ en todas las salas de exhibición con buffets de comida para los eventos de almuerzo y recepción. Hay columnas en las salas de exposiciones. Cada columna es de 7’9” x 7’9”. Estas columnas están espaciadas 120 pies en el centro. La altura del techo en la sala de exposiciones es de aproximadamente 40”.

Los editores de la revista *Power & Energy* producen un programa técnico y otro de la Conferencia y Exposición IEEE PES T&D. Esas ediciones se empaquetan con la revista y se envían por correo a más de 38,925 miembros de PES en todo el mundo. La Conferencia T&D, se distribuye a más de 50,000 profesionales de la industria, lo que hace muy atractiva la publicidad en este medio.

Figura 14. Pieza promocional IEEE PES T&D



La publicidad se extiende a los medios digitales. La edición digital de TD Conference Official Issue & Schedule es sensible a dispositivos móviles y optimizada para HTML. Por una tarifa razonable, las empresas también tienen la oportunidad de presentar sus ideas innovadoras, prácticas o productos en el programa técnico³⁷. Un servicio adicional que se puede adquirir en la sala de expositores, son las suite privadas³⁸ o áreas de demostración cerca de los stand para que los clientes y miembros del equipo no tengan que abandonar la sala de exposiciones.

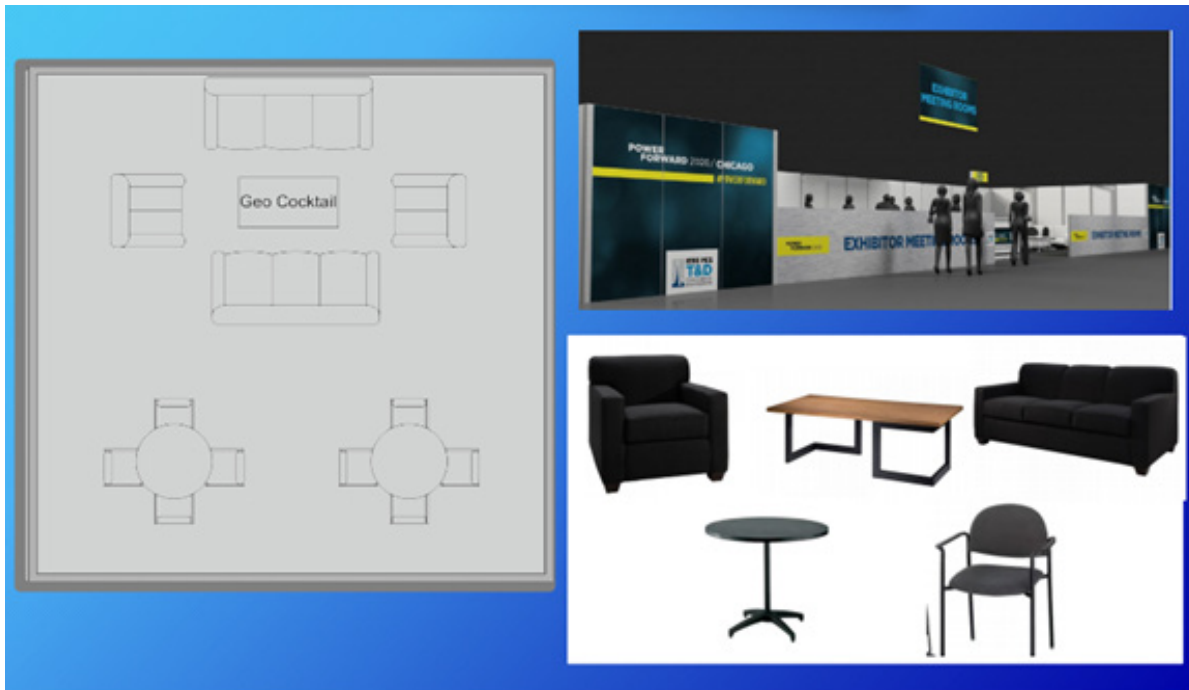
Esta área incluye un espacio de recepción para esperar a que lleguen los invitados o simplemente tome asiento y cargue su teléfono antes de regresar a su stand.

³⁷ El objetivo de esta nueva iniciativa es permitir a los expositores compartir sus innovaciones, conocimientos y mejores prácticas en un lugar técnico.

³⁸ Los propietarios de las suites pueden elegir personalizar su suite con gráficos personalizados o muebles y servicios adicionales según sea necesario a través del manual del expositor.

Como estrategia de mercadeo, los expositores cuentan con pases de invitados, para lo que deben crear un código VIP, desde la webside del evento. Los clientes del expositor pueden visitar la Feria y el stand con un descuento del 50%. El sistema de correos electrónicos del expositor XPress le permite enviar 3 campañas de correo electrónico personalizadas a los clientes actuales y potenciales. Los expositores pueden realizar presentación de producto, promoción, lanzamiento de nuevos productos, demostraciones y tiempo gratuito de consultoria.

Figura 15. Catalogo de utilería IEEE PES T&D



La feria asesora al proveedor en mercadeo. Al expositor se le recomienda, motivar a los clientes antes del evento, como por ejemplo organizando un seminario web, publicando en las redes sociales su participación en la feria o enviando un comunicado de prensa en línea comentando sobre lo que su empresa presentará en la feria.

Fotos 6, 7 y 8. Imágenes asistentes a IEEE PES T&D



Se le invita a preparar o capacitar al personal que estará en el stand para cerrar ventas. Se les aconseja personal que pueda comunicar un mensaje, aumentar el reconocimiento del producto, marca o servicio; así como entregar obsequios y los productos promocionales que se utilizan para la motivación, la comunicación, la promoción y el reconocimiento. Cuando esto último funciona, sus resultados se observan después del evento pero el cierre de ventas es un resultados que se puede detectar en la feria misma.

En esta feria se le recomienda a los expositores que al seleccionar un artículo de regalo, tengan en cuenta las siguientes preguntas: ¿Cuántos asistentes se esperan en el evento? ¿El destinatario usará el producto o no?, el artículo ¿reflejará el mensaje y la imagen que está intentando proyectar la empresa? ¿Este artículo atraerá a una amplia gama de asistentes? ¿Dónde terminará el artículo: en la basura, en un cajón del escritorio o usado según lo previsto?³⁹. Es conveniente que el expositor en el post-evento, haga seguimiento al cliente potencial, para ello puede enviarle una carta, dentro de las dos semanas siguientes al evento, realizar llamadas telefónicas personales, etc.

La feria ofrece al expositor la opción de compra de la lista completa de asistentes al evento con información demográfica, para contactar al visitante que se detuvo y también a aquel que pasó pero no se dirigió a su stand.

2.1.1. Pabellón de medios

En el piso de exhibición T&D, se ubica el Pabellón de Medios, allí se reúnen editores y escritores de contenido de este sector industria. En este lugar, la feria dispone del programa “Voces valoradas” en donde le ayudan al empresario a redactar sus comunicados de prensa, desarrollar ideas o historias, preguntas y respuestas.

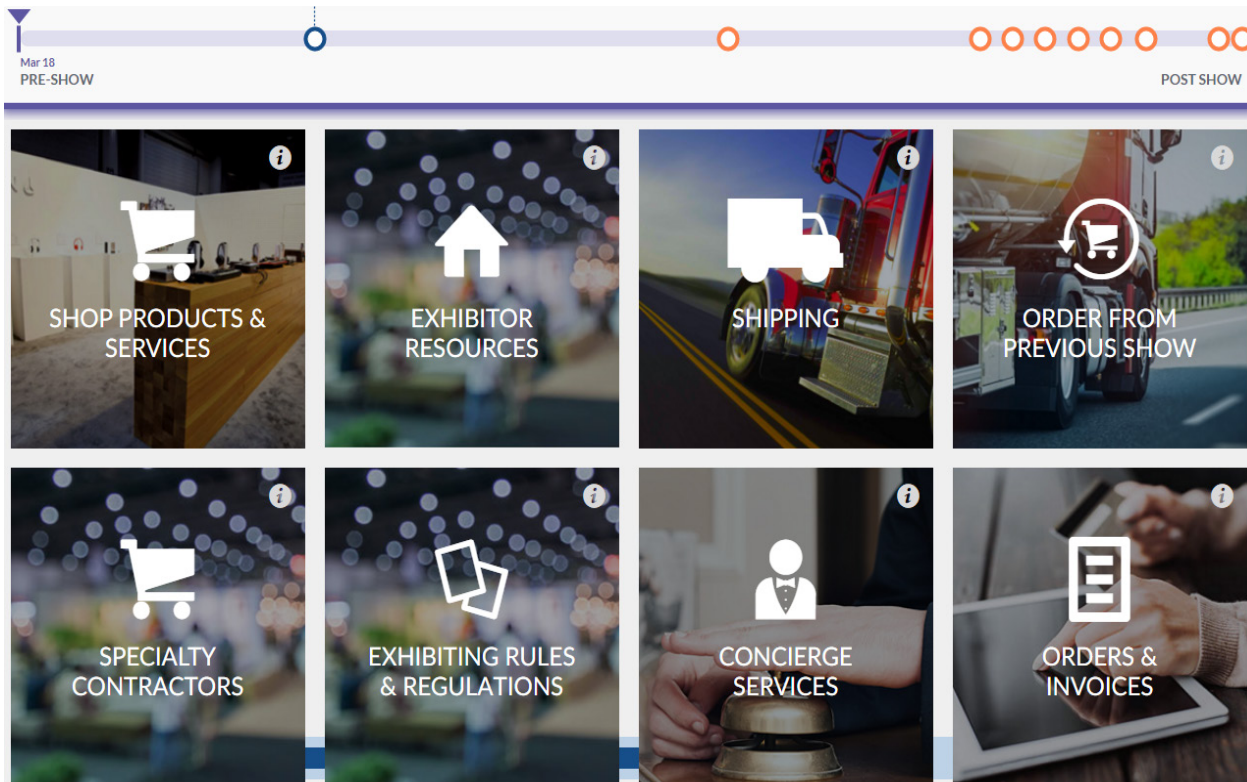
Figura 16. Pieza promocional de la utilería IEEE PES T&D



La *website* de la feria también dispone del espacio llamado Kits de prensa para expositores, en este se recopilan, para su descarga la información de prensa del expositor. El Manual del expositor contiene toda la información de stand, equipos, etc.

³⁹ En relación con los artículos que entregará, el expositor debe obtener un artículo promocional atractivo y útil.

Figura 17. Información para expositores disponible en Webside IEEE PES T&D



Una de las secciones de la plataforma, más visitadas es la “guía para disfrutar la ciudad”. Esta está se direcciona directamente desde la Website de la Feria.

Figura 18. Información incluida en Webside IEEE PES T&D



Fuente: <http://www.chicagovisitors.guide/>

En general esta Webside, contiene toda la información pertinente para cada uno de sus públicos. En el link de registro se encuentran: precios y preguntas frecuentes; calendario; alojamiento; hoteles; programa; experiencias y eventos; aplicación móvil; visitantes con discapacidades⁴⁰, etc. En el link del Programa Técnico, se encuentra la información relacionada con: sesiones de panel; sesiones del foro; Súper Sesiones; tours técnicos; charlas; tutoriales; sesión de posters y recepción; IEEE Taller de equipos técnicos líderes; etapas de innovación; servicios de asistentes, eventos especiales.

2.1.2. Pabellón ciudad inteligente

Al igual que en FISE, en la Conferencia y Exposición I&E PES T&D, se cuenta con un espacio interactivo de una ciudad inteligente. La pieza central incluye aproximadamente 10 exhibiciones de casos de estudio de ciudades; servicios

40 La información para este tipo de público es supremamente valiosa.

públicos que muestran una colaboración efectiva para hacer realidad ciudades más inteligentes con un número limitado de exhibiciones de proveedores; industrias que rodean las cabinas de ciudades; servicios públicos que representan la amplia gama de dominios de aplicaciones de ciudades inteligentes que incluyen energía, movilidad, salud, seguridad, alimentación, agricultura, agua y residuos. Durante los días de la feria, todo los expositores deben contar con un seguro de responsabilidad civil.

Fotos 9 y 10. Pabellón ciudad inteligente IEEE PES T&D



FISE cuenta con el documento Reglamento del Expositor, el cual puede ser descargado de su sitio web, este contiene la información con registro y acreditación del expositores, personal de atención a stand y visitantes; diseño y montaje de stand; medidas de seguridad; formulario de zona franca; etc.

FISE se ha constituido en una importante vitrina para la comercialización y exhibición de los productos y servicios de este sector industrial. Los negocios, relacionamiento y conocimiento. ¿Qué implicaciones tiene la organización de una feria internacional?

3. Notas de enseñanza. Caso de estudio Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE. Negocios, relacionamiento y conocimiento

3.1. Sinopsis

En este caso se presenta la Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE, que se realiza cada dos años en la ciudad de Medellín-Colombia se describen los ejes sobre los que está estructurado este evento, se exponen algunos elementos referenciales de la Conferencia y Exposición I&E PES T&D, que organiza la Asociación Internacional –IEEE (Instituto de Ingeniería Eléctrica y Electrónica – IEEE), con la finalidad de dimensionar la magnitud de este tipo de eventos. Se describen los tipos de públicos y estrategias utilizadas para el logro de sus objetivos así como sus aciertos y situaciones problemáticas⁴¹.

3.2. Objetivo del caso

El caso tiene como objetivo que el lector identifique, analice y describa algunos de los aspectos claves que se deben tener presentes al momento de organizar una feria internacional. Argumente y reflexione con pares sobre la rigurosidad y perspectiva compleja que implica la realización de este tipo de eventos.

41 Este caso de estudio es uno de los productos de la investigación Comunicación Estratégica en los Clúster de Medellín realizada por la autoras en la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

3.3. Temas y cursos en los que se puede utilizar el caso

Este caso puede tratarse en temas o cursos relacionados con ambientes de negocios, sistemas de información y comunicación, comunicación corporativa, mercadeo, gerencia, negocios internacionales, organización de ferias, turismo de negocios, producción de eventos.

3.4. Fases de actividades

Individual	Fase 1. Preliminar:	Previo al curso, el profesor entrega el caso a cada uno de los alumnos para que lo lea de manera consciente.
	Fase 2. Descripción del caso en relación con las preguntas detonantes	Producto de la lectura previa del caso, el estudiante describe de manera escrita algunas de sus opiniones sobre la lectura realizada.
Reflexión en Grupos pequeños	Fase 3. Contraste	En clase, en grupos integrados por 2 o 3 estudiantes, cada quién socializa lo realizado en la fase 2. Es el momento de complementar ideas, conceptos, teorías, sugerencias, en relación con las preguntas detonantes (El profesor tiene la opción de determinar cuántas o cuáles preguntas responder)
Reflexión grupal	Fase 4. Exposición. Puesta en común	Un vocero asignado por el equipo expone al total del grupo de clase, las resoluciones, del grupo en relación con las preguntas detonantes.
	Fase 5. Formulación y reflexión teórica	En sección plenaria los participantes expresan reflexiones teóricas y prácticas que resaltan del ejercicio de clase en torno a este caso.

3.5. Preguntas detonantes

3.5.1. De acuerdo con lo expuesto en este caso, FISE hace alianzas con diferentes empresas, organizaciones. ¿Qué otras alianzas sugieres gestionar y cuál sería el objetivo de estas?

Alianza	Objetivo
1	1
2	2
3	3

3.5.2. La Muestra Comercial de FISE se soporta en los ejes: 1. Negocios, 2. Relacionamiento y 3. Conocimiento. Puedes describir de manera sucinta a qué refiere cada uno de estos ítems.

Muestra Comercial de FISE - Ejes	
Negocios	
Relacionamiento	
Conocimiento	

3.5.3. ¿Qué diferencias y qué semejanzas encuentras entre un networking y un coworking?

	Networking	Coworking
Diferencias		
Semejanzas		

3.5.4. Además de las preguntas que debe hacer un expositor al momento de seleccionar un obserquio para los visitantes de su stand, ¿Qué otras consideraciones cree debe tener presente?

3.5.5. Una de las problemáticas que debe atender la FISE, es que el equipo logístico y de comunicaciones, tiene poco conocimiento del sector eléctrico. Señala Ana Cristina Rendón, Directora Ejecutiva FISE (2019) que siente que su equipo tiene una estructura como de “coco” esto es cerrada. En tal sentido se requiere un equipo que pueda abordar los asuntos de los temas propios

de la Feria. ¿Qué opinas al respecto? ¿Qué propones para que se supere este inconveniente?

3.5.6. Según los expositores entrevistados, los aspectos más destacados de la FISE 2019, fueron: la organización de la feria, el espacio en el que tuvo lugar el evento y la logística, así como el relacionamiento y posicionamiento de producto, servicio y la marca; ello seguido de los negocios concertados. Para los expositores, la comunicación y la ciudad también se constituyeron en elementos relevantes para la feria. Piensa en una ciudad, imagina un tipo de evento o feria que se realiza en dicha ciudad, y esboza un programa para un tipo de público. ¿Cuál sería tu ciudad, feria y programa?

Propuesta	
Ciudad	
Tipo de evento	
Tipo de público	
Programa	

3.5.7. En relación con esa Feria que has imaginado ¿qué estrategias de mercadeo, publicidad, comunicación e información y elementos corporativos les puedes sugerir? Enuncia tres de cada una.

Mercadeo	Publicidad	Elementos Corporativos	Comunicación e información
1	1	1	1
2	2	2	2
3	3	3	3

3.5.8. Las charlas técnicas que realiza tanto FISE como la Conferencia y Exposición I&E PES T&D, cuentan con un amplio número de participantes. En ambas Ferias se ofrece a los asistentes temas prácticos y orientados a la solución de problemas, que incluyen estudios de casos y lecciones aprendidas, así como conferencias. Enuncia el tipo de formatos en los que se exponen y posibilita este conocimiento.

3.5.9. ¿Qué aspectos positivos destacas de la Feria FISE? y ¿cuáles de la Conferencia y Exposición I&E PES T&D?. Si pudieras hacer algún tipo de sugerencia para la producción de estas Ferias ¿cuál sería tu recomendación? Enuncia tres para cada una.

Aspectos positivos	
FISE	Conferencia y Exposición I&E PES T&D
Recomendaciones	

3.5.10. De acuerdo con este caso, caracteriza a los expositores , proveedores, patrocinadores y a los asistentes.

Caracterización de:	
Expositores	
Proveedores	
Patrocinadores	
Asistentes	

3.5.11. Inspirado en este caso ¿podrías arriesgarte a realizar una charla tipo TED sobre un tema de tu interés? Si _____ No_____ ¿Cuál?

3.5.12. ¿Qué podrías proponerle a FISE para que capte más expositores internacionales?

3.5.13. ¿Qué características debe tener un líder de una Feria?

3.5.14 ¿Cómo profesional en tu campo de estudio, qué reflexión te queda de este caso?

Bibliografía

- Barnes, L. B., Christensen, C. R., Hansen, A. J., & Christensen, C. R. (1994). Teaching and the case method: Text, cases, and readings. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Colbert, J., Trimble, K. y Desberg, P. (1996): The Case for Education: Contemporary Approaches for Using Case Methods. Allyn and Bacon. USA.
- Perassi, Z. (2010). Stake, Robert E. (2010). Qualitative Research: Studying How Things Work. New York: The Guilford Press. Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa 2010 - Volumen 3. Número 3. Disponible en: file:///C:/Users/mmvalle/Downloads/Dialnet-StakeRobertE2010InvestigacionCualitativaElEstudioD-3690503.pdf
- Robert E. Stake (1995). Investigación con estudio de casos. Ediciones Morata. Disponible en: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Investigacion-con-estudios-de-caso.pdf>
- Valle, M.; Herrera, (2019). Comunidad Clúster de Medellín. Pensar las estrategias y el estrategia de la comunicación desde los sistemas abiertos. *Brazilian Journal of Development*. v. 5, n. 7, p. 10245-10256, jul. 2019. ISSN 2525-8761. DOI:10.34117/bjdv5n7-182. Disponible en: <http://www.brjd.com.br/index.php/BRJD/article/view/2496>
- Valle, M. Giraldo, C; Zapata, S. (2018). Museo de Antioquia. Públicos, estrategias y retos. Fondo Editorial. Corporación Universitaria Remington. Medellín-Colombia. Disponible en: <https://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/museo-antioquia/museo-de-antioquia-publicos-estrategias-y-retos.pdf>
- Valle, M. (2015). La Investigación en Comunicación Organizacional en Antioquia - Colombia. *Revista Luciérnaga Comunicación*, Año 7, N13. Págs. 55-65. DOI: 10.33571/revistaluciernaga.v7n13a4 . Disponible en: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/741/645>
- Valle, M. (2013). El Mito, el rito y el símbolo en la construcción sociocultural del Clúster Textil, Confección, Diseño y Moda de Antioquia. *Entornos*. Vol 26. Núm. 1. Neiva- Colombia.
- Valle, M. (2011). Análisis metafórico del Clúster textil / confección, diseño y moda de Antioquia (Tesis doctoral). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Guadalajara- México. Disponible en: <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/1263/VALLE%20M%C3%B3nica%202011.pdf?sequence=2>
- Valle, M (2011). Metáfora de la guerra en la construcción sociocultural del clúster textil/confección, diseño y moda de Antioquia. *Signo y Pensamiento* Vol. 30, Núm.58. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2499/1769>
- Valle, M (2005). Comunicación Organizacional. Abordajes y perspectivas de análisis. Ciespal. Quito-Ecuador.
- Valle, M. (2009). Categorías de análisis de los estudios de clústers en las corrientes de la economía de la industria y de la aglomeración. *Revista Politécnica*, Año 5, Número 9. Disponible en: <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/pol/article/download/144/120>

Entrevistas

- Entrevista propia (2018). Ana Cristina Rendón. Directora Ejecutiva- Feria Internacional de la Industria Eléctrica -FISE.
- Entrevistas propias (2019). Expositores -- Feria Internacional de la Industria Eléctrica - FISE.
- Entrevista propia (2018). Jaime Arenas. Director Clúster de Energía. Cámara de Comercio de Medellín.
- Entrevista propia (2018). Beatriz Velásquez. Directora Clúster Turismo de Negocios. Cámara de Comercio de Medellín.
- Entrevista propia (2018). Natalia Figueroa. Directora de Comunicación y Relaciones Publicas. Cámara de Comercio de Medellín.

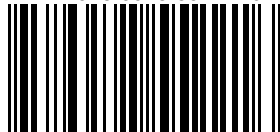
Cibergrafía

- Centro Virtual de Técnicas Didácticas. https://sitios.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/casos/qes.htm
- Feria FISE (2019). <https://www.fise.co/eventos/eventos-fise/ArtMID/1553/ArticleID/60/FERIA-FISE-2019>
- IEEE PES T&D (2020). <https://www.ieeet-d.org/IEEE20/public/Content.aspx?ID=516&sortMenu=102001>

Como citar

- Valle, M. & Herrera, M. (2024). *Feria Internacional de la Industria Eléctrica, FISE: Negocios, relacionamiento y conocimiento. Caso de estudio con notas de enseñanza*. Ediciones Ciespal - Ecuador.

ISBN: 978-9978-55-221-6



9789978552216